

**CARACTERIZACION DEL CIBERACTIVISMO EN FACEBOOK EN EL MARCO DEL
PROCESO ELECTORAL 2014.**

***NAIDY LORENA PINZÓN FLÓREZ
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA***

Director: Mg. EDWIN ARCESIO GÓMEZ SERNA

***Convenio Interinstitucional:
Corporación Universitaria Minuto de Dios –
Universidad Tecnológica de Pereira.***

Bogotá D.C. Noviembre de 2014.

CARACTERIZACION DEL CIBERACTIVISMO EN FACEBOOK EN EL MARCO DEL PROCESO ELECTORAL 2014.

TABLA DE CONTENIDOS

1. RESUMEN.....	Pág. 8
1.1. ABSTRACT.....	Pág. 9
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	Pág. 9
2.1. PREGUNTA PROBLEMA.....	Pág. 14
2.1.1. Preguntas adicionales.....	Pág. 14
3. OBJETIVO GENERAL.....	Pág. 14
3.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	Pág. 14
4. ESTADO DEL ARTE.....	Pág. 16
4.1. MARCO TEORICO.....	Pág. 26
5. METODOLOGIA.....	Pág. 42
6. RESULTADOS.....	Pág. 54
6.1. REVISTA HEKATOMBE	Pág. 55
6.2. SE LO EXPLICO CON PLASTILINA?.....	Pág. 73
6.3. ENRIQUE PEÑALOSA PRESIDENTE (COMUNIDAD).....	Pág. 90
7. DISCUSION DE RESULTADOS.....	Pág. 106
7.1. Identificación de grupos ciberactivistas.....	Pág. 106
7.2. Descripción de los grupos/perfiles y páginas con fines de análisis del ciberactivismo en el contexto Colombiano.....	Pág. 114
7.3. Contextualización de contenidos movilizados y su impacto.....	Pág. 121
8. CONCLUSIONES.....	Pág. 126
9. BIBLIOGRAFIA.....	Pág. 134
9.1. WEBGRAFIA.....	Pág. 136
9.2. REFERENCIAS.....	Pág. 136

LISTA DE TABLAS

- **Tabla 1.** Organización de objetivos, preguntas orientadoras, estrategias y categorías. Elaboración propia del proceso investigativo.....**Pág. 15**
- **Tabla 2.** Modelo de instrumento 1. Elaboración propia del proceso investigativo.....**Pág. 48**
- **Tabla 3.** Listado de Páginas, grupos y perfiles analizados desde el instrumento 1.....**Pág. 49**
- **Tabla 4.** Modelo de instrumento 2. Elaboración propia del proceso investigativo.....**Pág. 51**
- **Tabla 5.** Listado de Páginas, grupos y perfiles analizados desde el instrumento 2.....**Pág. 52**
- **Tabla 6.** Sumatoria de publicaciones por grupo, semana a semana. Elaboración propia del proceso investigativo. **Pág. 53**
- **Tabla 7.** Categorías de análisis de las publicaciones. Elaboración propia.....**Pág. 54**
- **Tabla 8.** Cuadro descriptivo de objetivos y preguntas orientadoras. Elaboración propia del proceso investigativo.....**Pág. 107**

LISTA DE IMÁGENES.

- **Pantallazo 1.** Tomada del archivo: Consolidado pantallazos grupos de análisis.....**Pág. 52**
- **Pantallazo 2.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Abril 30 de 2014.**Pág. 56**
- **Pantallazo 3.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.**Pág. 57**
- **Pantallazo 4, 5, 6 y 7.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.**Pág. 58**
- **Pantallazo 8 , 9, 10 y 11.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo

1 de 2014.....	Pág. 58
- Pantallazo 12. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.....	Pág. 59
- Pantallazo 13 y 14. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 y 2 de 2014.....	Pág. 59
- Pantallazo 15. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.....	Pág. 60
- Pantallazo 16. Tomado de página en: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.	Pág. 60
- Pantallazo 17. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 2 de 2014.	Pág. 61
- Pantallazo 18. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.	Pág. 61
- Pantallazo 19. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.....	Pág. 62
- Pantallazo 20. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.....	Pág. 62
- Pantallazo 21. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.....	Pág. 63
- Pantallazo 22, 23, 24, 25 y 26. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 y 25 de 2014.....	Pág. 63
- Pantallazo 27. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....	Pág. 64
- Pantallazo 28. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....	Pág. 65
- Pantallazo 29. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....	Pág. 65
- Pantallazo 30. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.....	Pág. 66
- Pantallazo 31. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.....	Pág. 66
- Pantallazo 32. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 2 de 2014.....	Pág. 67

- **Pantallazo 33.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.....**Pág. 67**
- **Pantallazo 34.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.**Pág. 68**
- **Pantallazo 35.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.....**Pág. 68**
- **Pantallazo 36.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.....**Pág. 68**
- **Pantallazo 37.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....**Pág. 69**
- **Pantallazo 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 y 45.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....**Pág. 69**
- **Pantallazo 46 y 47.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....**Pág. 70**
- **Pantallazo 48.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.....**Pág. 70**
- **Pantallazo 49.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.....**Pág. 71**
- **Pantallazo 50.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.....**Pág. 71**
- **Pantallazo 51.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....**Pág. 72**
- **Pantallazo 52, 53 y 54.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 y 24 de 2014.....**Pág. 72**
- **Pantallazo 55.** Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.....**Pág. 73**
- **Pantallazo 56.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.....**Pág. 74**
- **Pantallazo 57.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 de 2014.....**Pág. 75**
- **Pantallazo 58.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 de 2014.....**Pág. 75**
- **Pantallazo 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66 y 67.** Tomado de página en Facebook: Se lo

- explico con plastilina?. Abril 27, 29, 30, Mayo 1, 2, 6 y 20 de 2014.....**Pág. 76**
- **Pantallazo 68 y 69.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Abril 29 de 2014.....**Pág. 78**
 - **Pantallazo 70, 71, 72 y 73.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 4 , 6, 20 y 21 de 2014.....**Pág. 79**
 - **Pantallazo 74 y 75.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 7 y 8 de 2014.....**Pág. 80**
 - **Pantallazo 76 y 77.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 y 9 de 2014.....**Pág. 81**
 - **Pantallazo 78, 79 y 80.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 22 y 23 de 2014.....**Pág. 82**
 - **Pantallazo 81 y 82.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 4 y 10 de 2014.....**Pág. 83**
 - **Pantallazo 83 y 84.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 25 de 2014.....**Pág. 83**
 - **Pantallazo 85, 86 y 87.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 22 y 23 de 2014.....**Pág. 84**
 - **Pantallazo 88.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 de 2014.....**Pág. 86**
 - **Pantallazo 89.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.....**Pág. 86**
 - **Pantallazo 90.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.....**Pág. 87**
 - **Pantallazo 91.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.....**Pág. 87**
 - **Pantallazo 92.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Abril 30 de 2014.....**Pág. 88**
 - **Pantallazo 93.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 3 de 2014.....**Pág. 88**
 - **Pantallazo 94.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 9 de 2014.....**Pág. 88**
 - **Pantallazo 95.** Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo

20 de 2014.....	Pág. 89
- Pantallazo 96. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 23 de 2014.....	Pág. 89
- Pantallazo 97. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 27 y 13 de Mayo de 2014.....	Pág. 92
- Pantallazo 98, 99, 100, 101 y 102. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 28, Mayo 1, 12 y 13 de 2014.....	Pág. 93
- Pantallazo 103, 104, 105 y 106. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 20 de 2014.....	Pág. 94
- Pantallazo 107 y 108. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 27 y 28 de 2014.....	Pág. 95
- Pantallazo 109. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente Mayo 13 de 2014.....	Pág. 96
- Pantallazo 110, 111, 112 y 113. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 20 y 21 de 2014.....	Pág. 96
- Pantallazo 114, 115, 116 y 117. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 16 y 19 de 2014.....	Pág. 97
- Pantallazo 118, 119, 120 y 121. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 17 y 18 de 2014.....	Pág. 98
- Pantallazo 122, 123, 124, 125, 126, 127 y 128. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 24 de 2014.....	Pág. 99
- Pantallazo 129. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 28 de 2014.....	Pág. 100
- Pantallazo 130, 131 y 132. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 28 de 2014.....	Pág. 100

1. RESUMEN.

En la actualidad el ciberactivismo como fenómeno emergente de la red y específicamente de las redes sociales es de alto impacto en el proceso electoral. A partir de la revisión de conceptos como ciberdemocracia, ciber gobierno, ciberprotesta y ciber ciudadanía, se retoma el ciberactivismo cuyo alcance de movilización, que no es nuevo, deviene del activismo político. El proceso que se encuentra a continuación retoma: la identificación de grupos, páginas y perfiles que pusieron en sus muros temas de interés político y social influyendo en la imagen y perspectiva del proceso electoral y el ejercicio del voto, para la campaña presidencial política de 2014 en Colombia; la descripción y análisis de los mismos desde la etnografía web, en donde se recopila información por 11 semanas y el análisis realizado a profundidad detallado de las páginas, Revista Hekatombe, Se lo explico con Plastilina? y el grupo Enrique Peñalosa Presidente.

A partir de la experiencia investigativa, se puede expresar 5 grandes características que aplican a los grupos de análisis a partir del seguimiento: Movilización virtual de opinión, continuidad y actualidad, report online (mantener el enganche con la audiencia), apertura del grupo (todos son bienvenidos) y preocupación social. Las características propuestas permitirían si se quisiese facilitar para capacitación de usuarios frente al fenómeno ciberactivista al mismo tiempo que la formación ciudadana en la que como docentes y formadores se puede incidir en participación como ciudadanos digitales que van y vienen de lo online a lo offline.

Esta propuesta se encuentra vinculada al trabajo investigativo del docente investigador Edwin Arcesio Gómez Serna y hace parte de su proceso de formación posgradual y de su experiencia investigativa. Se presenta esta propuesta bajo la forma de co-investigación en donde la dinámica de trabajo del director del proyecto y el estudiante se vincula en un planteamiento colaborativo y de construcción mutua de documentos.

Palabras Clave: ciberactivismo, etnografía web, redes sociales, ciber ciudadanía, gobierno 2.0, ciberdemocracia, temáticas sociales y políticas, online, offline

1.1. ABSTRACT

Nowadays, the cyberactivism is an emergent phenomenon of the net, specifically of social networks. This phenomenon has had a high impact in electoral processes. After literature review on concepts like: e-democracy, e-government, e-protest and e-citizen, the cyberactivism is re-taken that implies mobilization, which comes from political activism. The process that is described below, takes into account: the identification of virtual groups, pages and profiles with interesting political and social issues on their walls, influencing the image and perspective of the electoral process and suffrage in 2014 in Colombia for the political campaign to choose president; the description and analysis of data from Ethnography Web, where data was collected for 11 weeks to be analyzed deeply, studying in detail web pages like Revista Hekatombe, “¿Se lo Explico con Plastilina?” and the virtual group Enrique Peñalosa Presidente.

From the present research experience, five big characteristics were evidenced in selected groups, they are: Opinion Virtual Mobilization, Continuity and Present, Raport Online (remaining and catching the audience), Group Opening (everyone is welcome) and Social Concern. These findings will facilitate the users training on the cyberactivist phenomenon and on citizen education, where teachers and trainers can influence on participation as digital citizens who go and come from online to offline.

This proposal is linked with the research work of the teacher-researcher Edwin Arcesio Gómez Serna and it takes part in the process of his graduate formation and his research experience. This study is presented as a joint research where the work of the project director and the student is linked in a collaborative proposal of mutual construction of documents.

Key words: Cyberactivism, social networks, e-citizen, e-government, e-democracy, Ethnography Web, online, offline

2. *PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.*

Colombia se veía convocada a enfrentar tres procesos electorales trascendentales en 2014; casi en paralelo, se llevaba a cabo la revocatoria del mandato de Gustavo Petro - alcalde de Bogotá desde 2012-, se eligieron representantes para cámara, senado y

parlamento andino y finalmente debía elegir en las urnas al presidente que asumiría funciones desde el 7 de agosto. Todo lo anterior, en el mismo año. Teniendo en cuenta que a pesar de que en Colombia se han realizado en 37 ocasiones procesos de revocatoria del mandato (desde 1996); en ninguna de ellas se han reunido los votos para tal fin. Sin embargo, estas votaciones implicarán seguramente el desborde por todo el país de publicidad con fotos, números para marcar en los tarjetones, frases y reuniones políticas donde se expresan propuestas. Esto no implica sólo el espacio físico, desde hace algún tiempo, también se han visto afectados los ambientes virtuales, el ciberespacio, en el que se encuentra esta misma información y además, críticas, comentarios, memes y burlas de los errores e inconformidades de la realidad que está por cambiar de acuerdo al resultado en las urnas.

Evidentemente, Colombia no solo se la jugó en las urnas, se la jugaba en los preámbulos, en el poder de convencimiento, de crítica y de análisis de opciones con el anhelo de tener un mejor país; una esperanza que no se queda sólo en la recepción de mensajes y de propuestas, sino que hoy por hoy se ve fuertemente alterada desde la participación en redes sociales, desde la producción, reproducción y creación de material que de manera crítica generan opinión y movilizan grandes grupos, haciéndoles partícipes de la comunicación en doble vía y abriendo espacio a nuevas formas de interacción política; por ello, esta investigación pretende realizar una revisión de la experiencia actual de los jóvenes con respecto a la interacción, manejo y uso de la información de tipo política que circula en las redes sociales teniendo en cuenta el proceso electoral.

Dichas situaciones, además están incidiendo en los entornos sociales, debe considerarse un aspecto al momento de estudiar la incidencia que las redes sociales, los jóvenes y la nueva forma de participación que allí se produce en dichos espacios. A partir de lo que algunos han denominado como “brecha digital” al referirse a la distancia de acceso, interés, facilidad, necesidad y dominio de los medios tecnológicos. Los entornos sociales se ven modificados toda vez que la manera en que nos comunicamos, relacionamos e interactuamos ha cambiado: la información política que circula de manera acelerada, puede incidir en los juicios y decisiones que toman los jóvenes. Un elemento fundamental tiene que ver con la capacidad de elección y decisión que tienen las nuevas generaciones para elegir que ver-leer a profundidad, cuando y con que aporte compartirla y que énfasis ponerle.

Frente al tema, Valderrama (2008, pág. 95), retoma a autores como Beck, 1993; Giddens, 1995; Martín- Barbero, 2000; Hopenhayn, 2000, quienes ya han analizado que para pensar los movimientos sociales actuales se debe tener en cuenta el impacto que tienen los medios en los procesos comunicativos y el desempeño de su papel mediador, así como las transformaciones políticas que ha tenido la sociedad a partir de estas al encontrarse inmersas en los medios online. Este aspecto es clave y tiene directa relación con los procesos de transformación social desde el campo de la Comunicación-Educación.

Jóvenes quienes apenas entran en escena, algunos aún no llegan a la posibilidad de elegir y otros que comienzan a hacer lecturas diferentes de la realidad política de su País. El impacto de estas nuevas generaciones en el ámbito político viene mostrando gran fuerza en la interacción digital, gracias a sus aptitudes y facilidades de expresión por medio de la imagen, el video y el sonido, a partir de los que exponen sus puntos de vista, socializan la información que manejan la cual en la mayoría de las ocasiones tiene bastante aceptación: una manera innovadora de acercar a todos a los temas actuales. Según Sanpedro (2005, pág. 26) estudios realizados en jóvenes españoles desde la visión de la sociología electoral evidencian un distanciamiento en aumento de estos hacia el sistema político. De hecho, afirman que se encuentran *“elevados índices de abstención, en particular, entre los nuevos votantes (de 18 a 24 años), con rasgos distintivos según la cultura y tradición políticas de cada país. Pero todo indica que estamos ante una tendencia bastante generalizada”*.

Así mismo, Sanpedro (2005, pág. 27) cita a Ortega al señalar que los jóvenes *“Participan poco en política, que valoran negativamente, pero esperan de ella mucho. Su desafección política se traduce, más que en radicalismo, en apatía (sobre todo los desempleados), en pragmatismo expectante (en los estudiantes), y en todos los casos en consumo depredador sobre los servicios y ayudas estatales”* (2001, pág. 161).

A partir de esta coyuntura se evidencian además fenómenos actuales importantes a tener en cuenta; el ciberactivismo, la participación política y la práctica comunicativa por nombrar los más importantes para este ejercicio. Además, surgen algunos aspectos y cuestionamientos importantes: ¿Cómo medir el impacto o la incidencia de la participación política en las redes sociales?, ¿se logra llegar a la crítica social, o se queda en la opinión?, ¿se movilizan desde las redes sociales soluciones para el conflicto o para la desobediencia?,

incluso se puede plantear la revisión de nuevos conceptos como la democracia digital y la e-ciudadanía, que seguramente están siendo fuertemente estudiados teniendo en cuenta que nuestros jóvenes encuentran fascinación e invierten gran parte de su tiempo en la interacción virtual, en la movilización cultural que esto implica, desde la facilidad por los avances tecnológicos, hasta lo denominado por Rheingold como “tribus del pulgar” al referirse en su libro *Multitudes inteligentes*, a lo que sería la próxima revolución social. De este, Sierra (2009, Pág. 382), rescata el aporte al afirmar que *“nos hallamos ante un nuevo medio de organización social, cultural y política, que insta un nuevo régimen tecnosocial”*.

Otros aspectos por revisar y que deben tenerse en cuenta es que en la interacción en las redes sociales es en las que se produce un ser social diferente al que interactúa en la cotidianidad, fuera de ellas. Así, los procesos de identidad vienen siendo revisados, pues desde la virtualidad se percibe el mundo de otra manera, bien sea por la forma como los jóvenes advierten el espacio, el tiempo y hasta la corporeidad actualmente, o por el riesgo que existe en crear identidades falsas, el manejo y la cantidad de información que circula o la posible interacción con seres inexistentes.

Si bien las comunidades virtuales congregan perfiles reales o no, allí se puede evidenciar la opinión, la preferencia y la posibilidad de continuar transmitiendo la información haciéndola propia. Gutiérrez (2003, pág. 222) retoma el tema y aclara que:

“una comunidad surge cuando un grupo de gente comparte prácticas comunes, son independientes, toman decisiones en común, existe una sensación de pertenencia, se identifican con algo mayor que a suma de sus relaciones individuales, se comprometen con el bien común del grupo y, lo más importante y medio para conseguir todo lo anterior: se comunican entre sí”.

Al respecto, en la web existen varios grupos cuyo interés es la movilización de personas por un pensamiento específico a nivel político y para el caso en Colombia pues a nivel mundial se encuentran también; así como existen grupos con hobbies de juegos en línea, de consejos para adelgazar, para llevar una vida saludable, de tutoriales en general para lo que necesite, o para estar a favor o en contra de una persona o grupo, e incluso de imágenes graciosas o románticas. A partir de esta amplia gama de posibilidades, frente a las

elecciones, se encontraron grupos en pro del voto en blanco, de no votar por Uribe (expresidente de la república en el periodo 2002 - 2010), de no reelección presidencial, o de cada uno de los partidos políticos, así como grupos conformados y reconocidos con nombre propio como:

“El partido del tomate” (<https://www.Facebook.com/TomatePartido?fref=ts>), La MANE (<https://www.Facebook.com/pages/Mesa-Amplia-Nacional-Estudiantil-MANE-Colombia/243604319024561?fref=ts>), “¿Se lo explico con plastilina?” <https://www.Facebook.com/seloexplicoconplastilina?fref=ts>, “Los emputados” <https://www.Facebook.com/pages/Los-Emputados/1396939193853025?fref=ts> o perfiles como el del Gustavo Petro <https://www.Facebook.com/GustavoPetroUrrego?fref=ts>, Jorge Enrique Robledo <https://www.Facebook.com/jorge.robledo.castillo> o el mismo presidente Juan Manuel Santos <https://www.Facebook.com/JMSantos.Presidente?fref=ts> a quien constantemente se le evidencia en desacuerdo con los trinos del expresidente Uribe, por nombrar algunos.

Así, esta investigación se centrará en el fenómeno ciberactivista del que ya se verá su teorización y que definitivamente tiene límites diferenciales entre la participación, la agremiación en grupos y el compartir información, pues estas son acciones que individuales pueden cumplir otra función o hacer parte de otro aspecto social y no necesariamente político. Para el caso, acciones como participar, compartir, pertenecer o descargar se deben ver directamente relacionadas con el hecho político y que puede incluso ser llevado de los online a lo offline. De allí el porqué de grupos específicamente relacionadas con las elecciones presidenciales de 2014 en su primera ronda para centrar el hecho político de mayor importancia en la actualidad.

Grupos como estos permiten conocer las posturas de sus participantes, en su mayoría jóvenes, evidenciando una gama de visiones actuales sobre las que el investigador debería mostrar preferencia u opinión alguna por ellas. A partir de la etnografía web y el seguimiento detallado que ello requiere, se espera ir más allá de la imagen graciosa, o de la reproducción de la información, para comprender los modos de leer e interpretar por parte de los jóvenes la realidad política que les rodea y a la que no pueden ser ajenos.

2.1. PREGUNTA PROBLEMA

- ¿Cuáles son las características del fenómeno ciberactivista dado a través de la red social Facebook, frente al proceso electoral 2014 en Colombia?

2.1.1. Preguntas adicionales

- ¿Qué grupos, páginas y perfiles hacen ciberactivismo y como se caracterizan?
- ¿Qué tipo de visión política expresan un grupo de usuarios en la red social Facebook en el marco de las elecciones 2014 en Colombia?
- ¿La información que se publica y se pone en circulación por grupos o páginas identificadas como ciberactivistas, tienen como fin incidir en el pensamiento crítico y/o político de sus seguidores?

3. OBJETIVO GENERAL.

Caracterizar el ciberactivismo frente al proceso electoral 2014 en Colombia, a través de la etnografía web realizada en la red social Facebook.

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar el ciberactivismo desde grupos / páginas / perfiles en Facebook relacionadas con la política en la sociedad civil frente a las elecciones presidenciales de 2014.
2. Analizar y describir por medio de la etnografía web la postura crítica y política de los jóvenes movilizada a través de la interacción en la red.
3. Establecer el propósito de los ciberactivistas frente a la información que circulan y el proceso electoral de 2014 en Colombia.

Organización objetivos, pregunta orientadora, estrategia y categorías

Objetivos	Pregunta orientadora	Estrategia	Categorías teóricas
Caracterizar el ciberactivismo frente al proceso electoral 2014 en Colombia, a través de la etnografía web realizada en la red social Facebook.	¿Cuáles son las características del fenómeno ciberactivista dado a través de la red social Facebook, frente al proceso electoral 2014 en Colombia?	Etnografía web. Mapeo web	Definir que es ciberactivismo y quienes son los ciberactivistas enmarcado en la situación colombiana frente a las elecciones presidenciales de 2014.
Identificar el ciberactivismo desde grupos / páginas / perfiles en Facebook relacionadas con la política en la sociedad civil frente a las elecciones presidenciales de 2014.	¿Qué grupos, páginas y perfiles hace ciberactivismo y como se caracterizan?	Etnografía web. Rastreo de páginas web e identificación de grupos, páginas y perfiles que apliquen al caso.	Categorías teóricas que enmarca el fenómeno ciberactivista: Red social, Web 2.0 Cibercultura, sociedad de la información, e –government,
Analizar y describir por medio de la etnografía web la postura crítica y política de los jóvenes movilizada a través de la interacción en la red.	¿Qué tipo de visión política expresan un grupo de usuarios en la red social Facebook en el marco de las elecciones 2014?	Etnografía web. Seguimiento semanal a grupos, páginas y	e - democracy, e – protest swarming ciberturbas

		perfiles. Matriz de observación semanal y archivo	
Establecer el propósito de los ciberactivistas frente a la información que circulan y el proceso electoral de 2014.	¿La información que se publica y se pone en circulación por grupos o paginas identificadas como ciberactivistas, tienen como fin incidir en el pensamiento crítico y/o político de sus seguidores?	Etnografía web. Categorización de contenidos publicados	

Tabla 1. Organización de objetivos, preguntas orientadoras, estrategias y categorías.
Elaboración propia del proceso investigativo.

4. ESTADO DEL ARTE.

El ciberactivismo no es un fenómeno nuevo, no lo es más que el mismo activismo, mantiene su vigencia en este mismo fenómeno, sin embargo cambia el medio para acceder a su audiencia. Como refiere Martínez (2013, pág. 447) *“El ciberactivismo entendido como acción política en la red ha sido determinante en el desarrollo de los últimos movimientos sociales de gran repercusión social y política, desde el impulso a determinadas políticas de carácter económico y social hasta la caída del gobierno”*. Del mismo modo se encuentran gran cantidad de documentos e investigaciones que se vienen realizando sobre el tema y otros relacionados como ciberciudadanía, cibergobierno, ciberdemocracia, audiencias, interacción y redes sociales. Para ello se han revisado 18 investigaciones publicadas en la web en revistas indexadas como Telos, Comunicar, revista de estudios de comunicación, entre otras y buscadores como Proquest, Redalyc y Dialnet. Vale la pena señalar que en dos ocasiones los documentos aportaron nuevas rutas para rastrear; así las cosas, a continuación se encuentra un compilado de las 10 investigaciones revisadas y publicadas en los últimos 5

años, son las que más se adaptan al tema y que más aportes facilitan, **teniendo en cuenta criterios como: pertinencia, relación con la temática, actualidad y aporte conceptual y acercamiento a otras experiencias.**

Al iniciar la búsqueda de artículos referentes al ciberactivismo, se encuentra rápidamente en Internet el documento *“mucho ciberactivismo, pocos votos”*, escrito en 2011, por Rincón y publicado en la Revista Nueva Sociedad, allí, se hace una retrospectiva de lo realizado por el candidato a la presidencia Antanas Mockus y su “ola verde”, movimiento producido a partir de lo que se denominó en el momento como el fenómeno ciberactivista más importante en América Latina. El artículo, además se presta para identificar los aspectos claves en el proceso, los vacíos que llevaron a la derrota, así como los límites del ciberactivismo.

En el trascurso del artículo, se retoman aspectos como: el *partido verde*, partido por el que era candidato Mockus y que no había tenido mayor impacto con anterioridad. El *tono político*, dadas las condiciones de desprestigio que rodeaban a los opositores de Santos, respaldado por Uribe, se decidió mas por un estilo humorístico y de ley, que en últimas fue su marca bandera, el cumplimiento y la sacralización de las leyes. Los *sofisticados*, nominando así al tipo de ciudadano producto de situaciones como la “ola verde” (retomado en el marco teórico). *Los jóvenes*, encontrando en ellos las ventajas de la interacción en red y de paso poca o ninguna filiación política. *El concepto* proclamado *“no a los atajos, primero lo acordado; no a lo personal, primero lo público; no vale todo, primero la ley; ir contra la ley es pecado”* (Rincón 2011, pág. 80) *Internet y las redes sociales*, desde donde se movilizó la información a grandes escalas logrando de paso reconocimiento como el séptimo personaje mundial en Facebook, con más de 200 grupos a su favor y el twitero más seguido de la política colombiana; también aprovechó el YouTube, las cadenas de correos, la página oficial y se llevaron a cabo flash-mobs con su campaña. Además se facilitaba a tal punto su publicidad electoral que cualquier interesado podía acceder a ella, imprimirla, reproducirla, y aprovechar, afiches, volantes, jingles, mensajes de televisión y muchas cosas más incluso donadas por los seguidores. A partir de ello, el tema fue *noticia mundial*, reconocido el proceso ciberactivista por revistas y periódicos internacionales que le identificaban como la campaña política que daba luces de victoria.

Sin embargo como expresa Rincón (2011, pag.84) en el texto “*mucha internet... poca calle... mucho antipoliticismo, mucha internet, mucha emoción de Facebook no lograron transformarse en votos*” generando así un gran avance para la política en la red, pero una derrota fulminante en los resultados electorales para la “ola verde”. *El candidato*, enfocando allí uno de las más grandes falencias y es que este mostraba dificultades a la hora de expresarse en directo o de responder preguntas en los debates. *Los internautas*, finalmente, se dividen en dos situaciones a tener en cuenta: primero, desde su sensibilidad y frustración por las incoherencias del candidato en los debates, mostraron su inconformismo y confusión exigiendo más de lo que se podía recibir y terminaron huyendo; segundo, eran en su gran mayoría, activistas de pantalla, de online, pero no de offline, craso error.

El texto termina afirmando que la red llegó para quedarse en la política y así en las pantallas que le permitan activarse, lo que seguramente traerá consigo situaciones de cambio a nivel de democracia, política, mediación y cultura.

En el documento de Fernández (2012), llamado *ciberactivismo: conceptualización hipótesis y evaluación*, además de hacer una revisión conceptual, también recuerda las diferentes ocasiones en las que la internet ha permitido congregarse y masificar personal para demostrar desagrado por aspectos políticos y sociales. Al mismo tiempo retoma las oportunidades en las que se han evaluado las consecuencias de la sociedad de la información con implicaciones en el orden social, cultural y en el ámbito económico, reconociendo al menos 3 y 5 informes de ONG'S respectivamente.

Así mismo, confirma que las implicaciones y consecuencias entre lo político y las TIC han estado poco profundizadas. La investigación de Fernández, además de demostrar la conceptualización de e-government, e-democracy y e-protest que se revisara con detenimiento en el marco teórico, utiliza estos para definir su objetivo de estudio y clarificar que desde el ciberactivismo, como actores en este proceso a la sociedad civil y movimientos sociales, evidencia al ciudadano en términos de ciudadanía digital real y por lo mismo ciberactivistas.

Habría que decir también que Fernández plantea tres cuestiones trascendentales en torno al ciberactivismo; primero, se genera el debate entre dos teorías, la de la movilización entendiendo, esta como la facilidad que da la red, para la participación y activismo político en

la red, o la del refuerzo, que si bien reconoce que tendrá algunos aportes, no transformará la forma de hacer y participar en la política. Para ello, retoma a Norris y cuestiona la capacidad de las TIC para incrementar e influir en la cultura política.

Segundo, cuestiona los cambios que se han debido dar para adaptarse al ciberactivismo, revisando así las implicaciones y aportes a los movimientos sociales, para ello cita a varios autores como Tim Jordan, Martha Mccaughey y Michael Ayers. Tercero, define el ciberactivismo y distingue entre 3 tipos de actividades que tiene por objetivo emplear internet para influir en política y de las que debe diferenciarse: 1. Ciberactivismo o netactivismo. 2. Hacktivismo o desobediencia civil electrónica que se enfoca más a lo referente a las acciones de los hackers, como bloqueos, envío masivos de correos, alterar contenidos e incluso transmitir virus o gusanos. Finalmente retoma el ciberterrorismo aunque aclara que aún no se ha dado una situación a este tipo.

Ahora bien, una siguiente investigación revisada se tituló *“posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepción de los alumnos universitarios”*. Investigación llevada a cabo por Cabero y Marín publicado en la revista Comunicar en 2014.

El objetivo de esta investigación es conocer las percepciones de estudiantes universitarios con respecto a las redes sociales y el trabajo en grupo, así como identificar las herramientas de mayor uso entre estos. La investigación es una etapa inicial de otra mayor que se realiza a nivel internacional. Así, tiene una muestra de 525 sujetos, es de corte cuantitativo y de diseño descriptivo no experimental y no correlacional. Se aplicó la adaptación realizada del cuestionario de Anderson, Poelhuber y Mckerlich, (2010). De esta manera se diligenciaron 67 items en las siguientes categorías: Aspectos generales, refiriéndose a datos personales, preferencia para trabajar en grupo o individual, habilidades técnicas- tecnológicas, experiencia con herramientas web 2.0 y usos de los distintas herramientas de software social.

El estudio reconoce que la web 2.0 en la educación facilita procesos de aprendizaje a la vez que los estudiantes desarrollan un carácter dinámico, social y permite un proceso más participativo, creativo e interactivo. Cabero y Marín 2014 retomando a Shang y otros. Del mismo modo refiere que varios estudios indican ventajas del trabajo colaborativo como mayor

tolerancia frente a otros, mayor participación, mejor autoestima y motivación intrínseca, así como liderazgo democrático y participación.

Si bien el estudio no se centra directamente sobre el ciberactivismo, si retoma la importancia de las redes sociales para los jóvenes. Así como de la influencia de estas y el uso apropiado que se puede dar para hacerla parte del proceso educativo. No quedarse solo en lo social. A partir de esta herramienta y el acompañamiento se podrá formar, sensibilizar y concientizar, frente a la formación ciudadana, pues también se es en la red.

Por otro lado, en 2013, fue publicado el texto *Sociedad en Movimiento un análisis de redes sociales*, por la Universidad Tecnológica de Pereira y escrito por Galindres, Soto y Caro, quienes abarcan la experiencia de la “sociedad en movimiento”, viendo esta como el espacio donde diferentes actores que han conformado una red para gestionar estrategias que le permiten sobrellevar crisis sociales evidentes como seguridad o educación (por poner un ejemplo) y así producir una nueva manera de *gobernanza*. Tal proceso, se desarrolló para cambiar las prioridades en la agenda del departamento de Risaralda y procuran avanzar de lo individual hacia lo colectivo.

En dicha experiencia se encuentran 12 instituciones de Risaralda (departamento de Colombia) que desarrollan 6 políticas públicas departamentales, 6 proyectos estructurales en las que se encuentran: primera infancia, educación, ciencia, tecnología e innovación, competitividad, desarrollo social y medio ambiente. La propuesta es la realización de un el análisis de redes sociales o análisis estructural estudiando las formas de relación y de medición del fenómeno social. Para ello hacen uso del software especializado de UNICET. A partir de allí se evidencian no solo las bondades, sino además las ventajas futuras para la propagación de la sociedad en movimiento.

Otra de las investigaciones revisadas, fue publicada en 2014 en el N° 43 de la Revista Comunicar; sus autores García, Hoyo y Fernández le titularon “*Jóvenes comprometidos en la red. El papel de las redes sociales en la participación social activa*”. El documento inicialmente deja claro que las redes sociales no son sólo herramientas tecnológicas, sino que es el medio actual de interacción y participación global. Y se plantean dos preguntas generales que acompañan a los objetivos, primero, ¿qué es lo que hace tan particular a las

redes sociales que facilita la influencia en los usuarios y que se diferencia con las pantallas y medios de comunicación anteriores a este? Y segundo, revisa si son las redes sociales las responsables que la participación online, trascienda en lo offline? Y es que justamente el objetivo apunta a analizar la participación de los jóvenes en las redes sociales y ver si esta solo ocurre en las redes o también va hacia la participación en el “mundo real”. Para ello se realizó una encuesta y desarrolló un cuestionario online adaptado las condiciones propias de las redes sociales. Se realizaron preguntas dicotómicas escala likert y de elección múltiple. Ya que el estudio es español, se trabajó sobre la red social Twenti donde se reporta actividad superior entre jóvenes de 14 a 25 años.

En general, indican que las cifras permiten deducir que los jóvenes son activos en dos sentidos en la red, “como productores de contenido para invitar a otros a la movilización social y como receptores activos que trasladan a la realidad su empatía ante situaciones de necesidad social” (García, Hoyo y Fernández, 2014). Además concluyen que las redes rompen las distancias y facilitan la colaboración y solidaridad por las situaciones sociales de otros, también concluyen que se evidencia que las redes permiten a los jóvenes prolongar las relaciones offline y mayor participación social activa.

Así mismo, Eloísa Díaz Muñoz (2009) en su artículo *Internet: los retos de la cibermodernidad*, allí propone revisar la relación existente entre Internet como instrumento tecnológico y el modelo político democrático. La manera en que esta relación se está dando en la actualidad y cómo podría darse en el futuro, es uno de los cuestionamientos más importantes planteado desde las ciencias sociales hoy, partiendo de la realidad de no tener respuestas definitivas en este momento, dado que la extensión masiva de Internet a nivel social es relativamente reciente, no supera los últimos diez años, sin embargo proyecta el análisis de una posible ciberdemocracia.

Para desarrollar las ideas anteriores menciona la trascendencia de la globalización y el Internet, el cual se ha convertido en un elemento que ha facilitado el nacimiento de la ciberdemocracia a nivel planetario. La autora también retoma algunos aspectos sobre el surgimiento y desarrollo de las Tics y esboza que el uso comercial, lúdico y mercantil de las mismas se constituye en una limitante para su potencial uso democrático.

Seguidamente argumenta dos enfoques en torno a la ciberdemocracia, uno que aproxima el término al análisis de las posibilidades que internet y otras nuevas tecnologías aportarían a la mejora de las democracias vigentes y otro que propone una ciberdemocracia planetaria más utópica con la posibilidad de un gobierno mundial unificado.

Finalmente, la autora expone las oportunidades y riesgos que este tema convoca, en las primeras se encuentran las posibilidades de información y comunicación capaces de permitir la articulación ciudadana y la generación de estructuras político organizativas apoyadas en la red y en los segundos está el carácter comercial y mercantil de la red que podría eclipsar sus otros usos, así como también la carencia de privacidad y de recursos formativos de una conciencia crítica, entre otros.

La siguiente investigación que vale la pena retomar, se titula *Educación en internet. Una propuesta para la construcción democrática de la red*. Rafael Rodríguez Prieto (2013) realiza en este documento algunos planteamientos muy claros y directos relacionados con que internet es más que una plataforma tecnológica, una herramienta para el desarrollo social, político, económico y creativo de los sujetos que no se debe idealizar ni tampoco demonizar. Es claro para el autor que en internet se dan diferentes tendencias, principalmente dos: las que procuran soportarlo como un espacio de comunicación no mercantilizado y otras que muestran a internet como generador de plusvalía para los grandes monopolios, pero más allá de estas posiciones es trascendental realizar una comprensión de sus potencialidades para las generaciones presentes y futuras que deben enfrentarse críticamente a la red, para esto propone una *educación en internet* que ayude a superar la concepción pobre e insuficiente que los niños y adolescentes tienen de este, las cuales se limitan a su uso recreativo y meramente informativo como clientes de monopolios que usan la red buscando su propio beneficio.

El autor sostiene que el tema del uso de la red es un tema político, en donde se evidencia relaciones de poder y dominación por lo que se debe generar una reflexión seria basada en la deliberación ciudadana, pues no se debe dejar el debate en términos que como internet se gesta en las nubes es algo etéreo, al contrario el autor sostiene que la red es sólida y tiene sus propietarios.

En aras de rescatar el derecho que la sociedad tiene de plantear el internet que quiere, propone desde la educación una respuesta que tenga en cuenta tres objetivos primordiales: el primero enseñar a niños y adolescentes la diversidad y posibilidades de la red, el segundo mostrar sus peligros y el tercero reflexionar sobre el significado de internet para la sociedad y su intervención en la vida de los sujetos.

En otro de los documentos revisados, se debe nombrar a Juan Ramón Sánchez quien escribió el texto "*Perspectivas de la información en internet: Ciberdemocracia, redes sociales y web semántica*" del año 2008. Allí, hace una revisión de las novedades tecnológicas para la época en relación con internet como medio comunicacional. Para ello refiere a las redes sociales y el desarrollo de buscadores de información denominados como "webs semánticas".

Además se da la revisión para tres líneas convergentes de desarrollo de internet; primero las webs semánticas de las recuerda se popularizaron en mayo de 2006 a partir de un artículo en la revista American Scientific. Este visto cómo una web inteligente supone una mejora sobre la web léxica al establecer que estas dan un tratamiento a las palabras de búsqueda no sólo por la palabra sino por el significado, el contenido y su relación lógica de manera tal que permita atender a la demanda de información del usuario.

Segundo, las redes sociales desde las que se supone situaciones como el cambio de mirada sobre el internauta, quien ya no solo usa información en la web, sino que además comparte conocimiento, en estos espacios se encuentran comunidades con intereses afines que intercambian información que de paso se permite editar. Allí se encuentran textos, imágenes y sonidos.

Como tercer aspecto, tiene en cuenta el modelo mixto y sus aporías ¿Ciberfacismo frente a Ciberdemocracia? Así, proponen una modalidad mixta y de búsqueda pues están llamados a actuar como filtros de la información. El autor relata cómo las redes tienen un impacto importante que hoy en día podemos estudiar con mayor profundidad. Finalmente concluye el documento dejando abierta la posibilidad a que el usuario dude de la calidad y fiabilidad de la información así como al mismo tiempo forje una falsa imagen al punto de desviar el centro de interés.

Así mismo, en el texto *“Los medios digitales en la comunicación política del nuevo presidente de los EE.UU”* escrito por Caldevilla (2010) quien a lo largo del documento hace una revisión de las bondades de la web 2.0 tiene para los procesos electorales; así, a la vez que revisa algunas características como la base de información que se encuentra, la ubicuidad del internauta, la movilización y rotación de la información a través de correos, blog o redes; denominando a esta situación virulencia. Frente a ello hace un recorrido histórico de impacto de las redes sociales teniendo en cuenta gran cantidad de éstas y haciendo una descripción a nivel de localización y número de usuarios registrados.

Al establecer el uso de las redes para el manejo político el documento hace énfasis en cómo se hizo en la campaña, en los jóvenes como primordiales en el proceso, pues se le ha identificado como un grupo numeroso y hastiado de la política tradicional. Para tal fin se contó con el apoyo de expertos que dieran manejo a la web y se trabajaron seis frentes importantes de nombrar: 1. Creación de web personal, 2. Visitas puerta a puerta, 3. Llamadas telefónicas, 4. Envío de SMS, 5. Envío de correos personales y 6. Creación de base de datos y fundraising Este último, grosso modo descrito como el apoyo por medio de las pequeñas donaciones a las campañas electorales. Allí, afirman que cerca del 70% del presupuesto de campaña fueron donativos de menos de 50 dólares cada uno; así, el apoyo en masa, el medio y la manera de comunicación a los jóvenes en quienes se focalizó la campaña obteniendo la victoria y demostrando que de manera indirecta se involucraba a los ciudadanos al denominado efecto Barack Hussein Obama.

También se revisó el texto *Internet como marco de comunicación e interacción social* escrito por Félix Moral Toranzo (2009) quien presenta los resultados de su investigación sobre el análisis de una muestra de usuarios de la red con relación a los procesos interpersonales en la CMO (comunicación mediada por ordenador). Introduce dicha presentación haciendo alusión a que en este tipo de investigaciones se han dado dos vertientes: unas en donde se hace énfasis en las desventajas de la interacción virtual y otras que respaldan las cualidades de la comunicación e interacción social en internet; siendo esta gran cantidad de estudios una evidencia de la necesidad de la comunidad científica de aproximarse a la interpretación de estas nuevas maneras de interacción social.

El trabajo en mención pretende ser objetivo en la mirada que realiza de forma exploratoria de las variables sociodemográficas de los internautas y las motivaciones y

consecuencias del uso del internet, no obstante reconoce que es una limitante analizar de forma genérica el comportamiento de los internautas cuando el tamaño de la muestra no se compara con el gran universo de usuarios de la red, lo que no le permite hacer generalizaciones. De cualquier forma esta propuesta es un elemento de discusión muy interesante en la medida que corrobora la idea de internet como un medio preferente de interacción social en la actualidad, a la vez que deja claro un diseño metodológico de investigación digno de replicar.

Para terminar con esta revisión, podemos concluir que si bien existen varios estudios recientes que nos permiten evidenciar lo actual de las diversas categorías de búsqueda y que la vigencia de las temáticas debido a la movilización de terminologías y realidades que ofrece la vivencia online, se evidencia también que los mismos en su mayoría continúan siendo cuantitativos, revisándose a través de encuestas e instrumentos de medición que arrojan cifras exactas y cierran la opción de respuesta a las posibilidades del instrumento. Así, se reflejan otros pocos espacios investigativos de tipo conceptual. Otro aspecto a tener en cuenta es la ubicación geográfica y cultural donde se realizan las investigaciones, y es que se encuentran más en España con el apoyo además de revistas de este país en las que el tema es usual y por lo que las redes sociales no son las mismas en mayor nivel de uso recordando que allí es más visitada Twienti que Facebook por poner un ejemplo.

Por lo mismo, poco se ha encontrado al respecto de investigaciones sobre ciberactivismo y etnografía web, de manera que se aporte desde lo cualitativo, así como se encuentran pocas revisiones minuciosas del proceso electoral a través de las redes sociales en Colombia. Si bien podemos nombrar el artículo, más de tipo reflexivo, que se hizo en “mucho ciberactivismo, pocos votos” en el que se habló de la situación nacional en las redes sociales, pero no se tenían argumentos rigurosos de análisis.

Lo anterior, teniendo en cuenta de manera cuidadosa la emergencia de un nuevo campo de estudio en dónde se vinculan aspectos comunicativos y de reflexión política, en la medida que las redes sociales virtuales se han convertido en un escenario de comunicación e intercambio comunicativo alrededor de temas políticos; y por otra parte, se hace evidente la reflexión sobre las implicaciones en el campo educativo de este fenómeno: la necesidad de fortalecer los procesos de formación política y ciudadana, la necesidad de establecer

relaciones con los escenarios educativos (en dónde se esperaría se fortalecieran las habilidades necesarias para la reflexión y la crítica en un democracia) y la importancia de reconocer la relación entre el activismo como una actividad fortalecida en las redes sociales, pero al mismo tiempo la necesidad de establecer vínculos con la acción política en escenarios no mediados por la virtualidad.

3.1. MARCO TEÓRICO

Dadas las condiciones del fenómeno ciberactivista, en este apartado teórico se hará la revisión de aspectos relacionados con él, desde sus características, acciones y participes que se anidan desde el termino red social, redes virtuales o digitales, cibercultura, e – government, e - democracy, e – protest, swarming y ciberturbas, como las revisaremos a continuación.

Para abrir el abordaje al tema de redes sociales se debe apelar a los inicios del término, tiempo en el que no se les definió pensando en ellas como las conocemos hoy; desde la virtualidad. El concepto de red social, es establecido con claridad por Sluzki (1998) quien la define como *“ese conjunto de seres con quienes interactuamos de manera regular, con quienes conversamos, con quienes intercambiamos señales que nos corporizan, que nos hacen reales”* (pág. 13). También la denomina como “red social significativa” quien al citar a Bateson, afirma que el sujeto es más que si mismo, es todo lo que su contexto le aporta; y al referirse a su contexto es más que la familia, se extiende a las relaciones cotidianas inclusive de tipo comunitarias y de prácticas sociales. (pág. 37)

En otro apartado Sluzki (1998, pág. 42) da una definición más detallada de la red social vista *“como la suma de todas las relaciones que un individuo percibe como significativas o define como diferenciadas de la masa anónima de la sociedad”* y continúa analizando la importancia de estas toda vez que *“constituye una de las claves centrales de la experiencia individual de identidad, bienestar, competencia y protagonismo o autoría, incluyendo los hábitos de cuidado de la salud y la capacidad de adaptación en una crisis”*.

Ahora bien, las redes sociales digitales, virtuales u online (como podrían denominársele) existen a raíz del surgimiento de la internet, entendiéndose estas como *“la*

unión de un grupo de personas que se conectan a través de internet con una finalidad común". (Castañeda, 2010. Pág. 45). La finalidad puede tener varias opciones al mismo tiempo, puede conectarse y así generar identidad, facilitar una realidad alterna, recibir y dar información, divertirse, consumir, producir e incluso prosumir, del mismo modo se es posible conocer, comprender y socializar con otras o la propia cultura, lo que le hace un espacio social y evidentemente político, en el cual no todos están obligados a opinar o a participar.

Urresti. (2008, pág. 61), afirma que las redes sociales han permitido la comunicación de manera inmediata frente a lo que comenta:

"Se trata de un ámbito novedoso, cada vez más fuerte, que se perfila como una forma intermedia entre los concretos grupos de pertenencia correspondientes a los grupos de pares típicos de los adolescentes y los distantes grupos de referencia, los grandes colectivos que agrupan a la población en general".

Castells (1996, pág. 397), realiza un aporte que es realmente innovador para su época, como él mismo lo reconoce; se refiere a las redes electrónicas desde tiempo en que no tenían el impacto que hoy en día tienen. Afirma que:

"(...) la comunicación a través del ordenador, puede ser un medio poderoso para reforzar la cohesión social de la élite cosmopolita, al proporcionar respaldo material al significado de una cultura global, desde el buen tono de una dirección de correo electrónico hasta la rápida circulación de mensajes de moda".

Además, este autor nos permite adentrarnos en la importancia de las redes sociales, la Internet y los estudios relacionados con la temática como la realidad virtual que esta presenta, realidad que pareciera todo permitirlo, que no tuviese límites. *"(...) en el mundo de hacer creer en el que las apariencias no están solo en la pantalla a través de la cual se comunica la experiencia sino que se convierten en la experiencia"*. (Castells 1996, pág. 406). Muchos de los usuarios de las redes sociales vienen estableciendo que esta vivencia virtual es su vida real, es en las redes sociales donde se están estableciendo vínculos afectivos y sociales fundamentales en el diario vivir de muchos internautas y por lo mismo, haciéndole el

lugar para establecer su posición política; todo lo anterior lo hace un amplio espacio de análisis e investigación por la frecuencia y la intensidad con que se viene presentando,

Como lo señala Castrillón (2010, pág. 246), *“Internet presenta diferentes esquemas de producción, de difusión y de comercialización de la información, que además se emite y se percibe desde variados ámbitos y niveles: desde lo personal, lo grupal, lo colectivo o la masa”*, además se interpreta, se participa desde allí, desde estas visiones generando posiciones y construcciones identitarias, inicialmente de aprobación o desaprobación frente a las diferentes situaciones.

Es en la interacción a partir de los medios que cambia radicalmente la cotidianidad, Pérez (2003 pág. 111) retoma a Thompson, quien afirma que *“el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción y de comunicación en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con otros y con uno mismo”*; es la virtualidad la que establece diferencias en términos de tiempo, espacio y cercanía para estar en contacto con otros y con otros fines. Además continúan el aporte al establecer que a esta “desespacialización” se le denomina “ciberespacio”, al “espacio deslocalizado”, espacio que debe reconocer el papel fundamental de los medios en el campo de la interacción social.

Así, una interacción que está generando a su paso, personas aisladas que interactúan con otros a quienes no siempre conoce en persona, pero reconoce en el ciberespacio, y que a su vez hacen parte de grupos que se comunican y transmiten información, que rotan y movilizan ideas y que van generando una cultura mediática en la que incluso el lenguaje varía y cada quien puede ir adaptando. Gutiérrez (2003, pág. 27) lo plasma con las siguientes palabras *“internet no sólo ha servido para modificar sustancialmente dichas interacciones, sino que se ha convertido en un escaparate de culturas, en un entorno de interacción, en un espacio complementario o alternativo donde relacionarse”*

A partir de este punto, encontraremos que existen varios términos adaptados y apropiados a la realidad y el contexto online que ya no se quedarán sólo en la movilización de información general, ni de información de hobbies o de imágenes románticas o personales, se trasladan más bien al aspecto político, por ello, es estrecha la relación de este término con

otros que revisaremos a continuación. Además Díaz (2009, pág. 258) nos ayuda a contextualizar al afirmar que *“internet es uno de los vehículos que ha hecho real la aldea global, que en 1961 anunciara el canadiense Luhman y sigue presentando unas posibilidades de información y comunicación notables nunca antes imaginables a gran escala”*. Así, enmarcaremos pues el fenómeno del ciberactivismo.

De acuerdo con Medina (2007, pág. VII), quien escribe el prólogo del texto de Levy “Cibercultura”, la cultura de la sociedad digital, resalta el aporte del autor al referirse a la cibercultura como la *“cultura propia de las sociedades en la que las tecnologías digitales configuran decisivamente las formas dominantes tanto de información, comunicación y conocimiento como de investigación, producción, organización y administración”*. Una cultura evidentemente atravesada por las tecnologías de la información y comunicación y que reúne unas características diferentes a las conocidas offline. El mundo digital le hace diferenciar en general los procesos de interacción y por ello pueden ser sinónimos los términos cultura digital, o sociedad digital. En estos espacios culturales, las nuevas generaciones de jóvenes configuran el escenario de las redes sociales virtuales como un escenario privilegiado de interacción, comunicación y educación.

En estos espacios de interacción online, se pueden establecer algunas de las características básicas de la cultura digital como lo revisa Caldevilla (2009, pág. 33), desde comportamientos cada vez más comunes y que se relacionan con el perfil del ciberactivista: primero, el gusto, interés y actitud por crear, innovar y compartir información; segundo, como él mismo lo denomina, *“rechazo al adoctrinamiento ideológico”* y no permitir las jerarquías, siendo consecuente con la definición de no permitirse encasillar o casar con un partido político y con la organización misma de la comunidad virtual; tercero, nuevas formas de relacionarse y socializar con el entorno; cuarto, reconocimiento a otros desde su liderazgo, valorando los procesos que se llevan a cabo en su entorno, respondiendo en parte al término de inteligencias colectivas de Levy; quinto y último, interés por temas sociales generales, creatividad e innovación permanente por socializarla.

Y es que con respecto a esta sociedad de la información denominada así por primera vez por Castells, hay mucho por revisar. La información, el manejo, la crítica, la formación de identidad, de posturas políticas, religiosas, toma de decisiones y filiación a grupos y formas

de vida se ven afectados a partir de aquello que se conoce y circula por la virtualidad. Levy (2004, pág. 20) define la inteligencia colectiva, en términos valiosos al señalar que:

“En la edad del conocimiento, no reconocer al otro en su inteligencia, es negar su verdadera identidad social, es alimentar su resentimiento y su hostilidad, es sustentar la humillación, la frustración de la que nace la violencia. Sin embargo, cuando se valoriza al otro, según la gama variada de sus conocimientos se le permite identificarse de un modo nuevo y positivo, se contribuye a movilizarlo, a desarrollar en él, en cambio, sentimientos de reconocimiento que facilitarán como reacción, la implicación subjetiva de otras personas en proyectos colectivos.”

Otro aspecto fundamental es denominado como e- government, gobierno 2.0, que según define Fernández (2012, Pág. 633) el gobierno desde lo electrónico es la facilidad que dan estos recursos para movilizar la información y mantener redes. Es *“el medio para modernizar la gestión pública a través de las TIC, en busca de mejores prácticas, mayor control y transparencia, y más agilidad”*. En Colombia se conoce como gobierno en línea, espacio web donde se encuentran formularios, aplicaciones, portales, trámites y seguimiento a solicitudes estatales con el fin de agilizar los procesos oficiales.

Además vale la pena traer a este documento los principios básicos del gobierno 2.0, que Caldevilla (2009, pág. 37), retoma de José Antonio del Moral el *Manifiesto de Cluetrain* (considerado por muchos como la Biblia del Web 2.0) y de allí se señalan los más adecuados para el caso: *“cada nuevo medio genera sus propias reglas de comunicación”* y la adaptación a ellos puede traer ganadores y perdedores en ejercicios públicos y políticos especialmente; en la Red el emisor tiene en sus manos la posibilidad de controlar la información que recibe, pues puede ignorarla, reproducirla o editarla; La red además, permite a sus usuarios la posibilidad de confirmar la información que conoce al realizar búsquedas, haciéndole un sistema de información abierto; *“una regla básica de la comunicación política es mantener el control del mensaje”*; sin embargo el siguiente postulado realiza una aclaración importante: ya no se puede controlar el mensaje; *“los políticos tienen razones para tener miedo a Internet si no son capaces de integrar la interactividad y las reglas del medio”*, la masividad manejada allí, y la imposibilidad de poder de información que circula puede ser contraproducente y verse como desventaja; Es además el momento en el que los individuos pueden encontrar los

medios para hacerse oír, de dar opinión y generar trascendencia en otros, esta se conoce como «vigilancia activa»; la red es también un medio que facilita el humor, *“las parodias circulan más rápido que las doctrinas”* y por último, concluye con un aspecto posible y viable al indicar que *“si ciudadanos y partidos empiezan a participar en este nuevo medio, Internet hará germinar las condiciones de una nueva práctica democrática”*.

Con respecto a la ciberdemocracia, se encuentran varios aspectos a tener en cuenta, señalando como padre de esta a Levy (tomado de Díaz 2009, pág.255) y desde donde se analiza el gobierno mundial, el estado transparente, la ética o sociedad de la conciencia colectiva, cultura de la diversidad, vistas estas como virtudes de la democracia.

Denominado también como ciber-democracia, e-democracy, democracia electrónica, democracia continua, democracia digital, tecno democracia política 2.0 o política virtual, Encontramos la definición que Fernández (2012, pág. 633) retoma de Chadwick, y al mismo tiempo de Borge, es la que se ve en procesos de electorales, de toma de decisiones, de influencia de lo selección todo ello siempre a través del medio. Seguramente por el momento se ve reflejado en las elecciones realizadas en colegios para personero y representantes escolares en los que se da el voto electrónico.

De lo anterior, encontramos un proceso importante como consecuencia de e-government y e-democracy, en un tercer sector ubicamos la e-protest o protesta electrónica en la que participa nuestro punto central del investigación y que el documento lo relaciona como activismo el línea hackactivismo, desobediencia civil electrónica o ciberactivismo, Fernández (2012, pág.633) para ello retoma a Jordán quien además comenta que estas prolongan las acciones offline a la red. Como ya veremos más en las ciberturbas, o en el mismo ciberactivismo.

Entonces internet es el espacio que facilita la *“multiplicidad de agentes que actúan autónomamente, coordinándose espontáneamente en la red”* (Ugarte 2007, pág. 63) en otras palabras todos a la vez y sin orden jerárquico, así como la red misma lo facilita de manera que todos opinan, comentan, rotan y movilizan la información con posibilidades de paso de prosumir, de producir-consumir y continuar aportando y rotando. Del mismo modo continúa resaltando que es *““multicanal”, se da simultáneamente entre muchos frentes, y del aparente*

caos emerge un “orden espontáneo” (el swarming) que resultó letal para los viejos elefantes comunicativos”.

Si quisiéramos precisar la relación existente entre la comunicación educativa y la participación política se debe reconocer las transformaciones que estas han debido dar en términos de evolución y de maduración como campos de conocimiento. Y han visto la necesidad de ampliarse al ciberespacio dándose la posibilidad de llegar a más audiencia, de ampliar y confirmar la información que se comparte y de hacer parte de la opinión que se mueve, todo ello evolucionado en espacio - tiempo. Lo anterior, en palabras de Valderrama (2008, Pág. 97):

“es necesario resaltar que la nueva condición de la comunicación global, y especialmente la presencia de las TIC, ha generado una esfera pública más global y autónoma, en la cual se reconfigura la información política y se ejerce cierta soberanía en la medida en que no obedece directamente a las regulaciones estatales. En este mismo sentido, se puede constatar la existencia de una serie de condiciones tecnosimbólicas para el surgimiento de esferas públicas radicalmente más desprendidas del referente territorial y nacional, propiciando la circulación de información política entre las partes más alejadas del planeta”

Entonces desde la comunicación educativa, “diríamos que los movimientos sociales luchan hoy por la configuración de nuevas prácticas sociales en las cuales cada vez más la cultura deviene en política” Valderrama (2008, pág. 96) Así, en el proceso de construcción de ciudadanía, los sujetos se sienten cada vez más participes del escenario político, influyen más en la toma de decisiones, se ven más involucrados y comprometidos con la agenda vigente que pueda tener el país a este nivel, se vienen mostrando con mayor argumentación opiniones y decisiones tomadas que confluyen en un espacio de socialización y aprendizaje en el que no hay jerarquías.

De igual forma, dicha relación entre lo educocomunicativo y la participación política, tiene otros aspectos mas profundos a revisar, si tenemos en cuenta estos tres aspectos:

1. Existe una íntima relación (evidente desde el plano histórico) y reforzada a la luz de esta época de la relación entre la política y la comunicación. La política, desde su perspectiva histórica y cultural es la reunión de diversos alrededor de un proyecto común, y en este sentido, el proyecto común se construye a instancias de la relación comunicativa, por medio de la interacción.

2. En el plano educativo, es evidente que el fenómeno que se trabaja como ciberactivismo, es la adecuación –a las dinámicas tecnológicas del siglo XXI- de un proceso cultural y político que es la movilización de los individuos por situaciones que les afectan y que por lo tanto lleva al activismo. Esta situación no nace per se, sino que se viene desarrollando a partir de escenarios de formación y aprendizaje, no necesariamente dados desde la formalidad.

3. Por último y como vinculación entre lo comunicativo, lo educativo y la participación, está el elemento clave de que desde la perspectiva política en la que se asume este trabajo de investigación, los tres procesos son –por naturaleza- procesos de carácter colectivo y comunitario.

Y es que evidentemente este medio y estas formas de comunicación dejan fuera de juego a quienes no quieran o no estén en disposición de participar, sea por conocimiento, interés o habilidad en el manejo de la red. De igual modo, se permanece en continuo avance y re significación de la interacción, así como evidentemente nuevos términos apropiados para el contexto que exploramos. Para el caso revisemos el swarming, que Ugarte (2007, pág. 64) lo define como: *“la forma del conflicto en la sociedad red, la forma en que el poder es controlado en el nuevo mundo y, al tiempo, la fama en que es nuevo mundo logra su traducción de lo virtual a lo material”*. Esta forma de control en el nuevo mundo, además de ser no jerarquizada, como ya lo mencionábamos, es convocada desde diferentes pretextos y contextos, especialmente y como se nombra en la cita, trasciende de lo virtual a lo material, de lo line a lo offline.

Ugarte (2007, pág. 73) por su parte define como ciberturbas, a la *“culminación en la movilización en la calle de un proceso de discusión social llevado a cabo por los medios electrónicos de comunicación y publicación personales en el que se rompe la división entre ciberactivistas y movilizados”*. Este término se direcciona en otro interés y seguramente podríamos ubicar algunos grupos/páginas o perfiles pero no es el interés de la investigación por el momento, así, nos aporta claridad.

Luego de revisar los diferentes términos, es importante identificar al grupo poblacional, para el caso denominado jóvenes. Si bien, inicialmente se estableció la población como los jóvenes, el ejercicio investigativo mostró que no podría pensarse –de entrada- en los jóvenes como la identificación con la edad, más bien se podría hablar de una actitud juvenil hacia el uso del internet como una forma para desarrollar el ciberactivismo. Por lo anterior, no vamos a encasillar en un término específico de edades, más bien en algunas condiciones y acciones que les rodean como ubicarse en el contexto universitario, participación en redes sociales y en espacios offline, y quienes además van promoviendo crítica o pensamiento con interés de cambio de la realidad social.

Esta no es una multitud, ni una masa, es el reconocimiento de lo particular en el grupo y del grupo entre las particularidades. Esto además refleja la no jerarquización existente en la red que permite el reconocimiento igualitario y participativo de todos sus integrantes. Para el caso en particular, nos convocan los jóvenes a quienes en el artículo *“mucho ciberactivismo, pocos votos”* Rincón (2011, pág. 77), los denomina los sofisticados, al retomar el concepto propuesto por Arroyo y describir a jóvenes con facilidades por la tecnología, con interés político de cambio y propuestas constructivistas y críticas.

“...desvinculados de la política tradicional por desencanto. No les gustan los partidos convencionales, aunque no necesariamente desprecian la política; de hecho están dispuestos a movilizarse si se les seduce con maneras nuevas. No se afilian a los viejos partidos, pero defienden sus posiciones –generalmente progresistas– en la web, visten la camiseta de las causas que defienden, participan con emoción y contagian su activismo al resto del electorado. Los sofisticados son jóvenes bien educados, muy activos en internet, no se dejan convencer con eslóganes simples, son muy críticos y tienen un punto irreverente que les hace autónomos y poco disciplinados”.

Si internet nos permite establecer conexiones e interrelacionar a gran cantidad de personas a la vez entre sí y con la información allí disponible, Vallespín retomado por Fernández (2012, pág. 632) afirma que *“pocas veces ha producido en efecto un, proceso de comunicación de tanta intensidad sobre cuestiones políticas”*. Así, el impacto del medio deja de ser solo ello, solo medio, Internet es entonces una herramienta de poder nueva para muchos y de cuidado para otras más.

Al respecto continúa Fernández (2012, pág. 632) revisando que más llamativo aun es el medio ha facilitado la congregación de asociaciones dispares en lo ideológico y demás. Y es que es *“en las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) que han facilitado el conocimiento, la comunicación, la participación y sobre todo la movilización conjunto de la amalgama de movimientos denominados antiglobalizadores”*.

Desde este aspecto es posible hacer una revisión del término ciberactivista que en conjunto con el ciberespacio, la red y las comunidades virtuales se establece con fortaleza al reconocer el impacto del activismo político, pero que ahora se adapta a este nuevo contexto.

En términos coloquiales Uguarte en el libro *El Poder de las Redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. (2007, pág. 65) aclara que los discursos actuales muestran al ciberactivismo como una forma de “hacking social” en las que *“pequeños grupos con causa transforman la realidad con voluntad, imaginación e ingenio”*. Así mismo, continua Uguarte unas líneas más adelante situando al *“ciberactivismo, como hijo de la cultura hacker, se reitera en el mito del hágalo usted mismo de la potencia del individuo, para generar consensos y transmitir ideas en una red distribuida”*. Entonces, muestra el ciberactivismo como una forma de poner a disposición social herramientas que faciliten la experiencia web ya sea para multiplicar la información, la enseñanza- aprendizaje, la lectura de la vida cotidiana e incluso y cada vez más seguido el humor.

Caldevilla (2009, pág. 32) se refiere a la definición desarrollada por Gutiérrez en 2008, allí deja claro que el ciberactivista es: *“un ciudadano interesado en participar activamente en política y que sabe que se vale de diversas herramientas que las nuevas tecnologías digitales disponen para conseguirlo. Este proto-ciudadano tiene una visión de política propia y aunque*

se sienta de izquierdas o de derechas, tiene una perspectiva capaz para no casarse con ningún partido político en particular”.

Este rol, puede verse difuso en una afirmación especialmente como la última, en la que evidencia la importancia de la concientización del voto, no por la filiación política, no permitiéndose encasillar dentro de un color, o un nombre, sino por la lectura, el conocimiento y la claridad frente a un proyecto político, que a su vez le permita aportar a la sociedad, facilitar las necesidades que le rodea. Costa y Piñeros (2012) a lo largo de su artículo nos ofrecen otras revisiones sobre el término incluyendo la de Caldevilla. Afirma allí que Ugarte (2007), lo posiciona como aquel que moviliza la agenda pública, mediante la publicación de un mensaje y la trasmisión en la red, logra incidir en la temática social y generar rotación y atención.

Así, como Caldevilla nos facilitó una definición, Uguarte (2007, pág. 85) por su lado aporta de manera similar el término como *“toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la discusión de un determinado mensaje y su propagación a través del “boca a boca” multiplicados por los medios de comunicación y publicación electrónica personal”*. El autor afirma que se hace ciberactivismo cuando se publica en la red en búsqueda de audiencia, de publicidad y multiplicar la información, el fin es llegar al mayor número posible.

Entonces, no es sólo en las redes sociales, aunque esta investigación se centre en Facebook, se da en la red, en los blog, e-mail o SMS y no se queda en la publicación, más bien va al compartir. Evidente y claramente lo hace ver el autor al afirmar que *“todos estamos abocados al ciberactivismo”*. Bien podemos retomar el aporte de Garcia, Hoyo y Fernandez (2014) quien reivindica la importancia de ser activo no solo online, sino también offline, teniendo en cuenta que esto no solo se puede observar como un click más desde el ordenador, sino como el apoyo que se genera desde la actitud, el pensamiento y el actuar de cada ciudadano. Desde esta visión debemos dejar claro, que un ciberactivista es un activista que también hace apoyo en la red porque este es su espacio de comunicación cercano, pero no porque este sea su único modo de apoyo.

Ahora bien, es evidente la presencia del componente comunicativo que se encuentra central a lo largo de la investigación, un espacio mediático hacia el que se ha desplazado el fenómeno activista; aun así, no podemos dejar de lado el otro la otra argolla de la cadena y es el componente que convoca al ámbito educativo. Es en la formación de ciudadanos que se articulan los espacios y que se da el quehacer para el campo de la comunicación – educación, pues en ella debe darse el abordaje para la realidad democrática de la sociedad en la que vivimos.

Es entonces desde la transformación del juicio de los individuos con respecto al ejercicio del voto, derecho/ deber del ciudadano y la movilización social y política a la web que se hace necesarias las claridades del quehacer desde la comunicación educativa. A este aspecto, Huergo 2006 resalta la importancia de la barra “/” entre comunicación / educación, toda vez que esta destaca tres grandes aspectos a tener en cuenta: primero: “la recuperación de procesos (en los diferentes niveles mencionados) de vinculación/expresión/liberación”, a este aspecto la barra /, permite articular, más que adherir los campos de conocimiento, a la vez que reconoce la autonomía y virtudes de cada una; segundo: “el reconocimiento de los contextos históricos, socioculturales y políticos (además de los campos disciplinares) donde surgen o se originan los problemas y las producciones teóricas”, permite así, identificar historias y recorridos, tanto de la educación, como de la comunicación, sin desconocer sus avances sociales y políticos, y tercero: las propuestas de algunas bases preliminares para la construcción de un espacio teórico transdisciplinario, desde este y en la búsqueda de no desconocer los avances del recorrido educomunicativo, como base del campo, también se debe comprender la articulación con lo transdisciplinario hacia lo sociológico, político, tecnológico que hacen aportes a la maduración del campo.

Entre algunos aspectos fundamentales a retomar del campo de comunicación educativa, encontramos los reduccionismos revisados por Huergo (2006) en los que se puede caer y que vale bien la pena retomar:

Reducción de la comunicación a los medios o mediacentrismo: desde donde se reconoce el papel de las audiencias como sujetos de comunicación, se hace necesario retomar a los partícipes de la movilización de información en las redes sociales y actores fundamentales en el fenómeno ciberactivista, pues son estos quienes a partir de su lectura

personal facilitan la investigación y para quienes se debe dar más relevancia de la que se le da a los medios como tal. La comunicación pues, no solo se reduce a los medios, así como el ciberactivismo no solo se reduce a la red, pues este tiene confluencia de muchas más características que lo hacen posible.

Reducción de la educación a la escuela, a este aspecto se debe recordar que el ámbito educativo no solo se debe quedar en los muros escolares, de esta manera, el ciberactivismo no deja de verse relacionado con lo educativo, toda vez que se vincule con aspectos como la formación de ciudadanos, promoción y concientización del voto y la reflexión sobre la responsabilidad social y democrática. Estos aspectos, si bien se pueden enseñar en la escuela, también se puede aprender por medio de las redes sociales, en capacitaciones o grupos de líderes sociales. El ciberactivismo por el contrario debe generarse a partir de una mirada crítica de la realidad social que facilite una lectura personal para la toma de decisiones.

Así mismo, debe tenerse en cuenta que a la escuela le suelen endilgar toda clase de propósitos formativos, que van desde la cátedra de la paz, la sexualidad, la educación financiera, por mencionar algunos y no se le proporcionan estrategias ni tiempos para su abordaje. Al respecto es importante generar propuestas desde el campo educomunicativo que favorezcan la formación de audiencias desde la escuela que trasciendan los reduccionismos mencionados. Aun así, se debe ser consciente que la escuela se ve rezagada ante los adelantos tecnológicos y la interacción de los jóvenes en las redes sociales si tenemos en cuenta que el ciberactivismo está hoy por hoy en la agenda pública y en las aulas aún se mantiene el lápiz y el papel mientras se procura encontrar opciones y planes de acción para aprovechar la red; claro está ya se han producido y publicado experiencias al respecto pero no es un común denominador.

Huergo plantea el descentramiento de la reflexión educación-comunicación en ciertos conceptos y escenarios que desde siempre se han asumido, sin reflexión, frente a estos dos campos. Cuando desde la Comunicación-Educación se plantea una nueva lectura descentrada, esto se traduce en entender que las redes sociales virtuales no son solo escenarios de interacción y comunicación, sino de formación política, así como entender que

los procesos educativos no solo se pueden entender desde la perspectiva tradicional de la escuela: una página de internet, una red social también forma, educa.

Otro aspecto importante a retomar a partir de este último reduccionismo es el aprendizaje ubicuo que de acuerdo con Kalantzis y Cope (2009), dadas las condiciones en las que han venido transformando el mundo tales como los cambios que se han generado de la economía industrial a la basada en la información, la globalización de los medios y el fenómeno prosumidor que este mismo acarrea a partir de las nuevas tecnologías, y la manera en que estas han acercado en general el mundo a nivel espacio - tiempo, se puede citar que “prácticamente cualquier persona puede producir y diseminar información, de modo que el aprendizaje puede tener lugar en cualquier momento y en cualquier lugar. Esta noción de “en cualquier momento/en cualquier lugar” parece a menudo descrita como “ubicua” en la literatura sobre TIC”.

Por lo mismo si nos dirigimos hacia el aprendizaje ubicuo entendido como la construcción de conocimiento que tiene lugar en el espacio online, tomando provecho de la posibilidad que brinda el posicionarnos como iguales y sin categorías de maestro – alumno, desde allí, se constituye en todo un nuevo paradigma educativo que se facilita gracias a los medios de comunicación; y justamente se ha denominado también la categoría de computación ubicua teniendo en cuenta la gran facilidad que encontramos hoy por hoy para personalizar y transportar la tecnología a nivel de maquinaria y a nivel de red. En esta relación, el ciberactivismo tiene su más alto nivel de impacto toda vez que pueda poner en práctica algunos de los siete cambios (o todos al mismo tiempo de ser posible) propuestos por los autores y que en algún momento habían quedado limitados a los avances tecnológicos, de allí podemos señalar: primero, difuminar las fronteras institucionales, espaciales y temporales de la educación tradicional; segundo, reordenar los equilibrios; tercero, aprender a reconocer diferencias entre los estudiantes y a usarlas como recurso productivo; cuarto, ampliar la gama y combinación de los modos de representación; quinto, desarrollar las capacidades de conceptualización; sexto, conectar el pensamiento propio con la cognición distribuida y por último, construir culturas de conocimiento colaborativo, estas con amplias posibilidades de adaptarse y aplicarse a diferentes espacios de trabajo. Kalantzis y Cope (2009)

En el campo, además se encuentran dos dimensiones que cubren de manera amplia la comunicación y la educación, allí la mirada hacia lo evidente y hacia lo intangible son fundamentales, sin embargo, es en esta última que se encuentra el aspecto central que aporta a esta investigación desde la relación de lo político con lo educacional. En lo intangible encontramos aquello que se ve inmerso en lo político y lo social lo cual constituye lo identitario. En los espacios y relaciones, se pretende en todo momento negociar, articular y desafiar aquello frente a lo que hay resistencia, lo que es más fuerte; allí los escenarios, el reconocimiento y la participación configura la identidad y la pertenencia hacia un grupo o actividad a defender, allí encontramos espacio político que procura la transformación.

Además, bien vale reconocer que el campo se configura en la educación popular y la comunicación popular, asumidos desde los postulados de Freire y Kaplún, quienes se alimentan de los postulados de Paulo Freire, La educación como práctica de la libertad, en 1967; aquí, el autor destaca el papel de la educación en el desarrollo de los pueblos latinoamericanos para lograr el paso hacia una sociedad abierta. Reconoce que se vive una etapa de transición social; por tanto, la educación debe formar hombres críticos. Después, en 1970, escribe Pedagogía del Oprimido, de amplio reconocimiento, que apunta a la organización política de la sociedad; desde esta posición el aspecto fundamental es el diálogo como acción y reflexión; es una respuesta alternativa a los procesos de transformación, que se reconoce como educación problematizadora o educación dialógica (Huergo, 2005). Estas dos obras forman parte de las referencias conceptuales de las investigaciones, reflexiones y propuestas alternativas que permiten reconocer hoy su vigencia.

Los anteriores textos y referencias reconocen el carácter político que se evidencia en un proceso educativo liberador y transformador como la educación popular. En relación con esto y retomando a Martín-Barbero la teoría de Paulo Freire es la primera teoría latinoamericana de comunicación, porque entendemos la educación, “como un proceso de constante liberación del hombre” (Freire, 1973), fundada en la interacción del sujeto con su realidad. Por tanto, el entorno educacional es cada vez más difuso y descentrado; la escuela ya no es el templo del saber, y ahora se aprende a través de los medios, la ciudad, los museos, las interacciones familiares, culturales.

Ahora bien, vale la pena referirnos a la coherencia del tema de investigación con el campo de la comunicación educativa, antes de cerrar el marco teórico. Y es que el ciberactivismo, la etnografía web y se ven inmersos en las transformaciones de las prácticas y del discurso educomunicativos, avances tecnológicos, nuevas formas de relación, de educación y de crianza en las que algunas de ellas se ven mediadas por dispositivos personalizados, necesidad social de cambio frente a los nuevos paradigmas de pensamiento, así como nuevas formas de leer el contexto social y cultural, todas a partir de un pensamiento posmoderno. Frente a lo anterior es imprescindible dar una mirada investigativa que profundice en dichas interacciones y que permita proponer distintos abordajes a las problemáticas que de allí se desprenden.

La educomunicación tiene allí un quehacer importante que le lleve por ahora a comprender los fenómenos de la red e indique los pasos posibles a seguir, dadas las novedades del fenómeno y su rápida evolución; pero encontramos a la vez la necesidad de proponer y especificar planes o rutas de acción que acompañen y evolución en las prácticas pedagógicas. La web, rompe con la tradicional manera de enseñar basada en la creencia de los contenidos, denominada por Freire como educación bancaria, fomenta desde allí, prácticas pedagógicas que fomenten la postura personal y crítica, así como lecturas y comprensiones pues el ordenador mismo es ya el depositario de toda la información posible; abre una gama de posibilidades como el aprendizaje ubicuo, no importa allí la hora, ni el lugar, dejando de lado incluso la posición panóptica de las aulas y despersonalizando el proceso, facilitando la valoración justamente de este. Rompe además la web, con la posibilidad que tienen los candidatos en este caso de dominar aquello que se publica y aquello que se publica llega con gran velocidad a gran parte de la audiencia; ya no existe la intimidad, todo se hace público en internet. La tradicional forma de hacer política se ve transformada por la interacción y conocidos o no se juntan para promover acciones que ya sean online u offline tienden a trascender y darse a conocer en la cotidianidad personal; se deja de depender de la información que emitan en las noticias y se puede profundizar en artículos de opinión, generar discusión y escuchar más visiones del asunto.

5. METODOLOGÍA¹

La construcción de las ciencias sociales se propone hacer de ellas ciencias comprensivas e interpretativas que tienen un fundamento epistemológico basado en significados culturales. Es por esto que la acción fundamental de las ciencias sociales es la búsqueda de la comprensión de las diferentes expresiones humanas, lo que es posible porque el objeto de estudio no es algo externo al hombre sino que forma parte de su experiencia, ya que la historia y la cultura es primordialmente una construcción humana.

En este sentido, las ciencias sociales se fundamentan, metodológicamente, en el análisis e interpretación de los fenómenos como categorías de significación cultural, que se construyen desde las valoraciones de los sujetos hacia los diferentes eventos de la realidad, tanto física como cultural. En consecuencia, el investigador en ciencias sociales se interesa por comprender los diferentes sentidos y las significaciones de un fenómeno social determinado, vinculando tanto los efectos como las causas mediante el uso de explicaciones enmarcadas en las dinámicas históricas y culturales.

Este proceso comprensivo permite que la pregunta de investigación se comporte en forma orgánica, es decir, que a medida que se trabaja, crezca y ocupe su propio nicho. En consecuencia, el realizar una investigación desde el terreno de las ciencias sociales, específicamente desde una perspectiva hermenéutica, implica establecer cuáles son los percepciones, criterios y sentidos que componen el orden de lo humano, así como también comprender la lógica del proceso, que se fue edificado para producir, intencionada y metódicamente conocimiento sobre ciertos aspectos de la realidad. En este orden de ideas, la metodología de esta investigación se orienta –inicialmente- como se presenta en los apartes que siguen.

Ante el interés por conocer cómo se configuran ciertas prácticas de carácter comunicativo enmarcadas en un escenario político en las RSV (Redes Sociales Virtuales),

¹ Dentro de los procesos de co-investigación que se vienen realizando en forma conjunta con las compañeras Vianney Gamboa y Julia Garzón, el siguiente apartado del trabajo es una construcción realizada por el Mg. Edwin Arcesio Gómez y es producto de sus reflexiones a partir de los ejercicios investigativos realizados tanto a nivel de pregrado como de posgrado y en forma colectiva con los y las estudiantes.

se pretende diseñar y realizar una investigación de tipo comprensivo, con un fundamento epistémico hermenéutico, enfocado en los significados culturales que construyen los sujetos cuando participan de los fenómenos sociales asociados al uso de internet, en forma general y de las redes sociales en forma particular. Es por esto que este estudio es de tipo cualitativo con un enfoque hermenéutico – etnográfico virtual. Su diseño permitirá leer la realidad desde dos ángulos diferentes y cruzar la información para triangular los datos y garantizar la validez de los mismos, sobre la base que la etnografía virtual permite alcanzar “un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella” (Hine, 2004). Realizar investigaciones etnográficas teniendo como objeto de estudio comunicaciones mediadas por computador “abre la posibilidad de enriquecer las reflexiones acerca de los que significa ser parte de Internet. También se gana simetría en la exploración pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes” (Hine, 2004). Este enfoque posibilita considerar al ciberespacio como un escenario posible para realizar el trabajo de campo.

Desde esta perspectiva cualitativa, se busca conocer la relación que se establece entre el uso de Internet y tres grandes categorías: ciberactivismo, prácticas políticas y prácticas comunicativas². Para comprender la relación existente entre el uso y producción de información a través de Internet y el desarrollo de estas categorías, será necesario en primera instancia construir dichas categorías teóricas y relacionarlas con procesos comunicativos como la mediación, la interacción y los procesos de construcción de sentido de los individuos a partir de la vivencia en la virtualidad. Desde el plano político, se buscará establecer relaciones con categorías como política, comunicación política, participación y movilización social e impacto social. De igual forma, se buscará establecer una relación entre los componentes comunicativos expresados por medio de las imágenes que se publican en las redes y su interpretación desde una perspectiva semiótica.

A partir de los aportes hechos por autores como Dilthey, Heidegger y Gadamer, la hermenéutica deja de convertirse en el método para las ciencias del espíritu a ser una propuesta de tipo filosófico para “comprender” en un sentido “objetivo” dicha realidad

² Cabe aclarar en este punto, la relación existente entre las tres propuestas de trabajo vinculadas y que se encuentran enmarcadas bajo la lógica de co-investigación de este macro-proyecto de investigación.

(Briones, 1996). Sin embargo, se hace necesario entender tanto los conceptos *comprender* como *objetivo* desde esta perspectiva. En este orden de ideas es claro que el desarrollo de las ciencias sociales se propone hacer de ellas ciencias comprensivas e interpretativas que tienen un fundamento epistemológico basado en los significados culturales que construyen los pueblos en sus diferentes épocas y contextos.

Desde la anterior perspectiva, la acción fundamental de las ciencias sociales es la búsqueda de la comprensión de las diferentes expresiones humanas, entendiendo éstas no como externas al hombre, sino como parte constitutiva de su experiencia subjetiva. Es importante recordar que hasta ahora la historia y la cultura son primordialmente construcciones humanas y en este sentido la comprensión de los fenómenos supera la descripción de estos, y lleva al investigador a reconstruir fundamentado en una postura teórica y enmarcada en un tiempo y un espacio concretos, los fenómenos que se están investigando.

En palabras de Goldman (1967):

Las ciencias históricas y humanas no son, como las ciencias físico- químicas, el estudio de un conjunto de hechos exteriores a los hombres, de un mundo en el cual realizan sus actos. Son, por el contrario, el estudio de esta misma acción, de su estructura, de las aspiraciones que las animan y de los cambios que sufre (...) El proceso del conocimiento científico que es en sí un hecho humano, histórico y social implica, cuando se trata de estudiar la vida humana, la identidad parcial entre el sujeto y el objeto del conocimiento. Por esta razón, el problema de la objetividad se presenta de manera diferente entre las ciencias humanas que en la física y en la química (p. 22)

Referido a la objetividad de este tipo de estudios en ciencias sociales, es claro que ésta no se construye sobre las mismas bases epistemológicas de las ciencias empíricas o positivistas. Aquí la objetividad se determina en función de otros aspectos como las apuestas teóricas que se propone la investigación, el contexto histórico y social sobre el que se soporta la visión de la realidad que se busca conocer, la posibilidad que tiene el método de investigación de abarcar en su totalidad la realidad del fenómeno, entre otros criterios.

En el contexto de esta investigación, más que buscar la objetividad como un fin último del ejercicio, se busca la comprensión de un fenómeno social a partir de la comprensión de ciertas manifestaciones que son estudiadas, analizadas e interpretadas a partir de ciertos marcos teóricos. Metodológicamente, el análisis e interpretación de los fenómenos como categorías de significación cultural, se construyen desde las valoraciones de los sujetos hacia los diferentes eventos que los afectan. Esto se traduce en que en el desarrollo de esta investigación la pregunta y su método de resolución se comportaron en forma orgánica, es decir, que a medida que se trabajaba, estas se adaptaban y ocupaban su propio nicho, a partir del fundamento teórico que se asumió. En consecuencia, el realizar una investigación desde el terreno de las ciencias sociales, específicamente desde una perspectiva hermenéutica, exigió establecer los aspectos a estudiar e interpretar en el marco de los órdenes comunicativo, lo político y lo cultural en la medida que buscan reconocer que dichas realidades subjetiva e intersubjetiva que viven los sujetos se convierten en objetivos legítimos de conocimiento científico (Sandoval, 1996).

Ante el interés por conocer cómo se configuran ciertas prácticas de carácter comunicativo que tienen implicaciones en los órdenes político y cultural en las RSV (Redes Sociales Virtuales), es indispensable diseñar y realizar una investigación de tipo comprensivo, con un fundamento epistémico hermenéutico, y enfocado en los significados culturales que construyen los sujetos cuando participan de los fenómenos sociales asociados al uso de internet -en forma general y de las redes sociales en forma particular-.

La etnografía en sus orígenes se relacionó con la observación de los fenómenos sociales en su medio habitual; en este sentido se privilegió la observación y la interacción entre el investigador y los sujetos de la investigación en la medida que se consideraban las técnicas más representativas y transparentes porque permitían la observación y sistematización del comportamiento habitual de los actores en sus propios contextos de vida (Mosquera, 2008). En este sentido los etnógrafos entendían la necesidad de participar en forma intensa en el medio social a estudiar.

Con la masificación del uso de las tecnologías de la comunicación y la información por parte la sociedad humana a partir de segunda mitad del siglo XX, los estudios de tipo social en estos escenarios exigen una revisión de los presupuestos sobre los cuales se accede a

los sujetos y sus manifestaciones, en la medida que estos trascienden los escenarios físicos enmarcados en un tiempo y un espacio claramente delimitado. En este sentido autores como Hine (2004), Mosquera (2008) y Reguillo (2012) hacen evidente la necesidad de repensar los procesos de observación, sistematización e interacción entre el investigador y los sujetos de la investigación en el escenario virtual. A partir de los estudios y desarrollos logrados por Hine (2004) se parte de la base que la etnografía virtual permite alcanzar: “un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella” (p. 17). En coherencia con lo planteado por la autora, realizar investigaciones etnográficas teniendo como objeto de estudio comunicaciones mediadas por computador abre la posibilidad de enriquecer las reflexiones acerca de los que significa interactuar en este tipo de escenarios al ganarse simetría en la exploración pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes (Hine, 2004).

Al reconocer al ciberespacio como un lugar en el que se actúa (Hine, 2004) es posible desarrollar estudios acerca de lo que allí se hace, por qué se hace y en qué términos, por medio de interacciones de distinta naturaleza: intercambio de correos electrónicos con los participantes, entrevistas electrónicas por video-conferencia y planteamiento de preguntas a grupos amplios (Hine, 2004. pp. 33-34) o a individuos. Se podría concluir que el método etnográfico virtual se caracterizaría por la permanencia y seguimiento por parte del investigador en los escenarios de interacción-comunicación que se establecen a partir del espacio virtual, que se complementa con el análisis de los contenidos de las páginas y de las discusiones, así como con las muestras cruzadas entre otro tipo de manifestaciones que se presenten en dicho escenario.

La propuesta investigativa que se desarrolló se concentró en la identificación de diversas estrategias de recolección de información que se adaptaron al escenario de las redes sociales virtuales, algunas de ellas fueron adecuaciones de instrumentos y técnicas desarrolladas por aquellos investigadores que han trabajado en estas temáticas (Morató, 2008; Castell, 1999; Erazo & Muñoz, 2007; Aguilar & Hung, 2010; Gómez & Londoño, 2012; García, Gómez & Londoño, 2013; Mosquera, 2008).

A partir de la revisión de los antecedentes se identificaron diferentes métodos y estrategias aplicadas a los escenarios virtuales, sin embargo y en coherencia con la pregunta

de investigación y los objetivos del estudio se privilegió la observación no participante como técnica central (Instrumento 1). Conforme avanzó el proceso de recolección de la información se construyeron instrumentos para sistematizar las observaciones (Instrumento 2) y generar los procesos de interpretación de los resultados del seguimiento a la luz de los referentes teóricos (Instrumento 3).

Ejercicios previos de investigación indican que se hace necesario aclarar que no es adecuado identificar –de entrada- a los sujetos de la investigación sobre la base de los perfiles a los cuales se hace seguimiento como individuos con una clara identidad offline. La red social Facebook presenta tres formas o modalidades de presentación en su estructura: perfil, grupo y página³. El *perfil* fundamentalmente corresponde a la página que crea cada persona y que sirve para establecer relaciones con otros individuos. Sin embargo, un usuario de la Red puede crear un *grupo* (o comunidad), que es la unión de varios perfiles en donde se comparten intereses comunes. Los grupos se constituyen, al igual que en la dinámica off line a partir de intereses, eventos, necesidades, etc. Por último y en función de las nuevas utilidades comerciales, políticas y de comunicación estratégica que se ha venido estableciendo en esta Red, se establecen las *páginas* de productos y organizaciones. En dicha página se presenta un producto, servicio, organización o personalidad de elevado reconocimiento social. Este tipo de cuenta es usado para compartir un gran volumen de información y llegar a un alto número de usuarios, por lo que muchas veces este tipo de páginas tiene ciertas características de tipo comercial, y en el caso específico de la investigación se asocia más al marketing político.

En el proceso de recolección de información, se procesó la información a partir de dos instrumentos iniciales: el instrumento 1, también denominado descriptivo y el instrumento 2 de análisis de la información. En el instrumento 1 se encuentra la información básica y fundamental de cada página/ perfil / o grupo de las que se encontraba que se relacionaba con el tema de investigación. Así, se realizó un espacio inicial que desde el perfil personal de Facebook nos permitió identificar, imágenes, comentarios u filiaciones a grupos realizadas por varios de nuestros propios contactos a espacios fundamentales para la investigación, como el caso de Bogotá apoya a Gustavo Petro, Los emputados o “se lo

³ El siguiente apartado es una adaptación de la información que se presenta en la página: www.facebook.com

explico con Plastilina?”, en los que se evidenciaba tangencialmente el tinte crítico político que era factible para ser analizado. Así mismo, se establecieron redes internas que dejaban ver que un grupo compartía fotos de otro o que un conocido estaba afiliado a varios de estos grupos.

El instrumento 1, recoge información básica para establecer la coherencia con el tema de estudio, a continuación, se muestra un ejemplo de las tablas que se usaron para tal fin:

Tema	
Descripción	
Número de miembros	
Dirección de la página en Facebook	
Tipo de los archivos y documentos publicados	
Nombre de la organización, empresa o grupo origen de la página.	
Fecha de creación	
Dirección de correo electrónico	
Sito web (si existe)	
Cuenta en twitter	

Tabla 2. Modelo de instrumento 1. Elaboración propia del proceso investigativo.

Luego de establecer estos grupos/paginas/perfiles, se obtuvo un total de 17 posibilidades de análisis grupos, estos tenían espacios de reflexión política desde diversos ángulos, por ejemplo, como:

NOMBRE DEL GRUPO/PERFIL O PÁGINA	CATEGORIA
1. Jorge Enrique Robledo Castillo	Página
2. Iván Cepeda Castro	Página
3. Bogotá apoya a Gustavo Petro	Grupo
4. Apoyamos a Aida Abella	Página
5. No más Uribe	Página
6. Canal capital oficial	Página
7. Los emputados	Página
8. Se lo explico con plastilina?	Página
9. Partido verde	Página
10. Enrique Peñalosa Presidente (comunidad)	Página
11. Revista Hekatombe	Página
12. País con memoria	Página
13. Juventud revolucionaria colombiana	Página
14. Revista razón pública	Página
15. Partido del Tomate	Página
16. Mesa Amplia Nacional Estudiantil – MANE	Página
17. Seres de Paz	Persona

Tabla 3. Listado de Páginas, grupos y perfiles analizados desde el instrumento 1.

De los anteriores, se puede señalar que paginas como Jorge Enrique Robledo Castillo e Iván Cepeda, si bien son de personajes públicos y políticos, quienes además ha obtenido altos niveles en votaciones recientes, mueven este espacio para publicar denuncias, movilizaciones, apoyo a eventos y demás acciones sociales que acompañan. Del mismo modo, el grupo Bogotá apoya a Gustavo Petro, y las paginas, Apoyamos a Aida Abella y No más Uribe, son grupos de movilización de información social que no se limita solo al nombre del espacio de interacción, de igual manera por allí se mueven imágenes

caricaturescas, críticas y denuncias, así como quejas e invitación de eventos. Canal Capital como espacio de información televisivo, tiene este espacio para promover la programación diaria, así como para publicación de noticias actuales para quienes frecuentan este medio, además, es muy nombrado en otros grupos, a pesar de ello, no todas las publicaciones que hace tienen que ver con los fines de esta investigación. También encontramos al partido verde, el único partido que fue revisado en este caso y en el que no hay gran movilización; Más bien se puede encontrar más representativo el grupo de su candidato presidencial Peñalosa. Entre la mayoría de los siguientes grupos se evidencia la misma situación, sin embargo es relevante la cantidad de personas afiliadas a cada espacio, así como la información que se comparte entre una página y otra. Se puede señalar que el último, Seres de Paz que identificado como Persona, moviliza información con el propósito de sensibilizar el voto en Blanco y promover la candidatura de su propio candidato.

A partir de los anteriores, se establecieron algunos criterios teniendo en cuenta que la más fuerte directriz fue centrar la observación, sobre las elecciones presidenciales de 2014, reduciendo así, el amplio espectro de la postura política a un hecho fundamental por lo menos hasta la primera vuelta; además ello nos limitó la recolección de análisis en el tiempo, el cual se determinó desde el 9 de Marzo al 25 de Mayo. Por lo anterior, páginas como No más Uribe, Iván Cepeda Castro, Apoyamos a Aida Avella, Bogotá Apoya a Gustavo Petro o Jorge Enrique Robledo, reflejaban la pugna política con respecto al interés por las votaciones de Senado y Cámara de representantes así como por la situación actual de la alcaldía de Bogotá. Que si bien son situaciones que permiten generar una lectura de las alianzas y relaciones entre los partidos políticos, los representantes y las propuestas ideológicas, no son directamente del tema que focaliza la investigación.

Ahora bien, los grupos debían mantener una continuidad en el tiempo, ser coherentes y relacionados con el tema de investigación de manera que nos permitiera estructurar de manera más concreta la categoría del ciberactivismo. De esta manera, se redujeron los seguimientos a 6 grupos, de los que se iniciaron los primeros espacios de análisis de información en el instrumento 2 a continuación, se encuentran:

- la tabla de instrumento 2 que se encuentra recopilado en archivos en Excel separados por semanas y en donde se evidencian todas y cada una de las

publicaciones realizadas día a día, de esta manera, se permite tener en cuenta tres niveles de análisis, cada uno relacionando al anterior, tal como se ve en la tabla. En el caso del instrumento 2, el proceso llega a la recopilación de pantallazos de las publicaciones y sus respectivos indicadores.

- Para el instrumento 3 y luego de analizar las páginas de mayor movilización, se complementa estas con el nivel II y III de análisis, (relación y soporte teórico respectivamente)

NOMBRE DEL GRUPO/PAGINA O PERFIL					
Imagen del muro den Facebook de cada página	Descripción	Número de seguidores	Dirección de la pagina	Tipo de archivos publicados	Fecha de creación
PUBLICACIÓN	INDICADORES (nivel de análisis I)	RELACION (nivel de análisis II)	SOPORTE TEORICO (nivel de análisis III)		
(IMAGEN)	(Cantidad de likes, compartidos y comentarios obtenidos por la publicación)	(descripción textual de la imagen y relación con los indicadores, realizado con las tres semanas de mayor movimiento)	(lectura teórica de lo encontrado desde los objetivos de la investigación)		
Fecha					

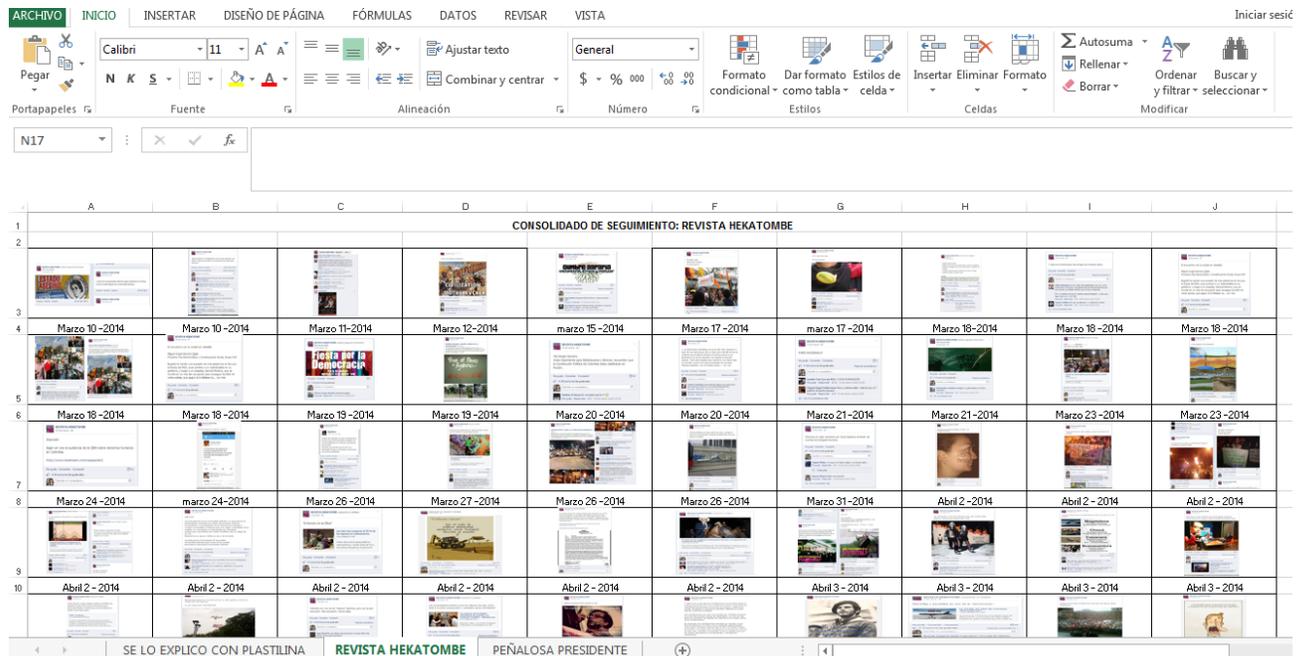
Tabla 4. Modelo de instrumento 2. Elaboración propia del proceso investigativo.

- tabla de los 6 grupos a los que se les hizo seguimiento diario y semanal del 9 de Marzo al 25 de Mayo:

#	Nombre	Categoría
1	Revista Hekatombe	Pagina
2	Enrique Peñalosa Presidente (comunidad)	Página
3	País con memoria	Pagina
4	Juventud revolucionaria colombiana	Pagina
5	Revista razón pública	Pagina
6	Seres de Paz	Perfil
7	Los emputados	Pagina
8	Se lo explico con plastilina?	Pagina

Tabla 5. Listado de Páginas, grupos y perfiles analizados desde el instrumento 2.

Además y como proceso visual se recopilaron las publicaciones en un mismo archivo permitiendo a observación cronológica del proceso, a continuación un pantallazo del archivo que se puede encontrar con dicha información.



Pantallazo 1. Tomada del archivo: Consolidado pantallazos grupos de análisis.

De los anteriores seguimientos podemos establecer los movimientos de los grupos/paginas/perfiles fueron llevados a cabo en cifras de la siguiente manera:

SUMATORIA DE PUBLICACIONES POR GRUPO / SEMANA A SEMANA.

SEMANA	SERES DE PAZ REVOLUCIONARIA COLOMBIA PAIS CON MEMORIA REVISTA	RAZON PUBLICA REVISTA HEKATOMBE	PEÑALOSA	EXPLICO CON PLASTILINA	EMPUTADOS			
1 (Marzo 9 - 16)	0	10	6	5	5	8	4	3
2 (Marzo 17 - 23)	7	5	7	5	16	7	4	12
3 (Marzo 24 - 30)	1	3	3	4	6	13	3	8
4 (Marzo 31 - Abril 6)	8	5	6	4	49	18	5	10
5 (Abril 7 - 13)	1	3	5	6	42	17	20	17
6 (Abril 14 - 20)	2	5	2	3	15	10	20	13
7 (Abril 21 - 27)	3	3	2	4	50	12	10	11
8 (Abril 28 - Mayo 4)	4	1	3	9	52	65	33	3
9 (Mayo 5 - 11)	5	7	3	16	45	13	27	11
10 (Mayo 12 - 18)	22	8	10	9	49	126	12	4
11 (Mayo 19 - 25)	14	4	4	17	60	151	34	17
TOTAL	67	54	51	82	389	443	172	109

Tabla 6. Sumatoria de publicaciones por grupo, semana a semana.

Elaboración propia del proceso investigativo.

Para el análisis final se encuentran tres posibilidades fuertemente identificadas: 1. Revista Hekatombe, 2. Enrique Peñalosa Presidente (comunidad) y 3. “Se lo explico con

plastilina?”. Las anteriores teniendo en cuenta que este primero, es un medio impreso que comienza a desarrollar acción frente a la postura política en la interacción con pares y se fortalece como grupo; en el segundo caso, Peñalosa como candidato presidencial se moviliza como una comunidad a pesar que es la representación de un individuo la que le posiciona en la red, a pesar de ello, las propuestas de ellas congregan y movilizan los indicadores frente a las publicaciones; en el tercer caso; “Se lo explico con plastilina?” Desde allí se construye una postura crítica representada desde la manifestación artística que genera activismo y no necesariamente se queda en lo político, sino que van hacia lo cotidiano en el país, logros, retos, celebraciones y aniversarios de diferentes personajes.

6. RESULTADOS

A partir de lo anterior y para el análisis de las publicaciones, se proponen las siguientes categorías de análisis desde las que se agrupan y se leen como se encuentran a continuación:

CATEGORIAS DE ANALISIS DE LAS PUBLICACIONES		
Grupos y paginas analizados en Facebook, luego del seguimiento de once semanas	Revista Hekatombe	<i>Fotos de acciones offline que pudieron o no ser convocadas desde las redes sociales</i>
	Se lo explico con plastilina?	<i>Publicaciones que en general son caricaturescas (imagen)</i>
	Enrique Peñalosa Presidente (comunidad)	Denuncias, comentarios o participación de eventos
		Videos
		<i>Otros hechos o situaciones que movilizan opinión</i>

Tabla 7. Categorías de análisis de las publicaciones. Elaboración propia.

6.1. REVISTA HEKATOMBE

En el seguimiento realizado al grupo revista Hekatombe (<https://www.Facebook.com/revista.hekatombe>) entre el 9 de Marzo y el 25 de Mayo (para un total de 11 semanas) fueron sistematizadas un total de 389 publicaciones entre imágenes, videos y enlaces web. A lo largo de este tiempo, no se mantienen constantes un numero específico de publicaciones inicialmente, sin embargo, mientras se acercaba la etapa electoral fueron incrementándose y relacionándose con esta temática.

De manera general, el grupo permite pensar que su intención es generar una postura crítica sobre la realidad social, una realidad que se analiza desde el lente de estudiantes de la universidad distrital y gran variedad de seguidores que tiene el grupo. De acuerdo con los comentarios que retroalimentan las publicaciones se puede inferir que en general sus seguidores son Bogotanos y de sus alrededores, así como gran mayoría de estudiantes de universidad pública.

El grupo se presenta a los 120.166 seguidores (dato tomado al iniciar el seguimiento), la siguiente descripción: *“La REVISTA HEKATOMBE es una iniciativa de jóvenes y para jóvenes, que busca generar espacios de reflexión crítica y se interesa por las problemáticas que afectan los derechos de la juventud en la cotidianidad de su acción individual y colectiva”*. Si bien pareciera no representar un partido o alianza con alguno, en sus mensajes se evidencia que simpatizan con posturas de izquierda y por lo mismo, la crítica se liga a la derecha, el uribismo y en algunos aspectos a la bancada presidencial.

Además, se deben tener en cuenta varios aspectos importantes para mantener la acogida y los seguidores en aumento; uno de ellos, es la notificación de situaciones cotidianas como el preguntar sobre el clima, proponer lecturas, música y videos de interés general para invitar a opinar. Así mismo, frente a la música, se dieron ocasiones en las que se publicaban enlaces de canciones y noches de música en las que incluso se cuestiona el gusto musical y se muestran como una opción de compañía a su audiencia. Otro aspecto importante es que mantiene cercanía con grupos que movilizan información similar, mostrándose relacionado, pero manteniendo la diferencia; así, grupos como “¿se lo explico con plastilina?”, los emputados, la Mane y Hekatombe, pueden manejar las mismas publicaciones, sin embargo, este último, tiene una cantidad de indicadores superior a otros en algunos casos. También puede reconocerse la importancia de comunicación que genera

el grupo con respecto a la vivencia universitaria, sugerencias, quejas y reclamos, así como la cotidianidad misma de esta etapa de la vida.

Si nos detuviésemos a hacer una revisión más precisa de algunos eventos importantes en el seguimiento de estas once semanas, se puede recalcar que no todas tuvieron la misma cantidad de movimiento. Entre las tres semanas con mayor nivel de publicaciones, se encuentran situaciones importantes para la vida nacional, como la orden del tribunal superior para sustituir al alcalde Gustavo Petro, lo que generó varias publicaciones al respecto; así como el paro agrario que desde su convocatoria se tomó las redes sociales, por lo mismo, obtuvo bastante apoyo de las diferentes ramas sociales. Además, el día del trabajo y su transmisión desde el lugar de los hechos, y evidentemente la publicación de promoción por alguno de los candidatos o en contra de algunos otros, seguido claro de los resultados y algunas reacciones al respecto.

A continuación se rescatarán las publicaciones de mayores niveles de indicadores, así como de mayor aporte para la lectura de la mirada crítica y participación política, teniendo en cuenta los objetivos de esta investigación. Para mayor facilidad de análisis y de contextualización se agruparon estas en distintos aspectos de acuerdo a las características comunes de gran parte de las publicaciones.

En las próximas, encontraremos un grupo de publicaciones que reúnen *fotos de acciones offline que pudieron o no ser convocadas desde las redes sociales*, pero que evidentemente desde este espacio se retoma, así como se moviliza desde los indicadores.



Pantallazo 2. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Abril 30 de 2014.

El anterior, es el aporte documental de 41 fotos en las que se observa el apoyo al

paro agrario por parte de los estudiantes de la universidad nacional. Además de apoyo, se generaron disturbios que deja malestar en quien comenta la publicación, para esta se dieron 72 me gusta, 2 comentarios y 2 compartidos. Además, podemos retomar un extracto de la publicación que acompaña las fotos y que recuerda que:

“Miles de hombres y mujeres, campesinos, indígenas y afros, se movilizan en toda Colombia. Las y los trabajadores de la tierra reclaman sus derechos y se rebelan (de nuevo) contra los TLC's y la política de despojo de los recientes malos gobiernos; ante el silencio premeditado de los medios hegemónicos de comunicación y las atropelladas declaraciones gubernamentales que oscilan entre la estigmatización y los tímidos llamados al dialogo ante el fracaso del llamado Pacto Agrario y de los intentos por detener las protestas.”



Pantallazo 3. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

En la foto publicada, el senador Iván Cepeda rodeado de policía y demás personas que entre otras toman fotos; además se menciona que en el momento se encontraba interviniendo ante el presunto abuso de autoridad para con los manifestantes. Los indicadores evidencian la acogida del hecho, con 174 likes, 4 comentarios y 18 compartidos.



Pantallazo 4, 5, 6 y 7. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

En las anteriores, se publican varias imágenes de lo ocurrido en la marcha del primero de Mayo, en conmemoración del día del trabajo, por ejemplo se invita a comentar bajo el hashtag #1demayo, además allí se muestra la participación de diferentes grupos sociales como representantes del polo democrático. En los comentarios se busca hacer la diferencia entre movilizarse y hacer proselitismo. Así mismo se busca que la audiencia reporte lo que sucede en donde hace presencia y acompañamiento a la marcha. En general, arengas, banderas y caminantes enriquecen las marchas del día del trabajo en la capital.

Algunas de las publicaciones con mayores indicadores, generalmente mas likes, se relacionan con el apoyo por el canal capital (225 me gusta, 3 comentarios y cuatro compartidos), el reporte desde la plaza de Bolívar y acciones del Smad (150 me gusta, 15 comentarios y 27 compartidos) y la caracterización de personajes como “el inquisidor” de quien publicaron la foto (180 me gusta, 2 comentarios y 2 compartidos) como se evidencia a continuación.



Pantallazo 8 , 9, 10 y 11. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

En el mismo hay espacio incluso para las relaciones amorosas, como lo muestra la imagen, frente a ello, es importante señalar que las camisetas tienen el logo de otro grupo que

promueve la mirada crítica social: "los emputados", así, las camisetas afirman "estamos emputados". La imagen recibe 41 me gusta.



Pantallazo 12. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

La marcha, además, es acompañada por la Batucada AAINJAA quienes a ritmo de tambores ponen sabor y emoción al proceso de caminata. El grupo reúne tradiciones afro/colombo/brasileñas y en relación al movimiento funk. El nivel de likes (281) muestra el interés y agrado de la audiencia por esta situación.



Pantallazo 13 y 14. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 y 2 de 2014.

Las anteriores, muestran el nivel de aporte de la audiencia en el grupo, así como el apoyo a las diferentes causas sociales, permitiendo darlas a conocer. La primera foto tomada en la marcha del primero de Mayo en Pereira en la que muestran a los "corruptos del Caribe", esto evidencia que tienen redes que les facilitan el acceso de información de otras partes del país. En la segunda publicación se encuentran 5 fotos de la protesta de los indígenas wayuú frente al ministerio del interior y justicia. Por rescatar algunas cifras, se encuentran 41 y 99 me gusta respectivamente, así como 30 compartidos en la última.



Pantallazo 15. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

En la última semana, el 23 de Mayo, se mantiene aún la publicación de fotos de manifestaciones offline. Frente a la preocupación por lo que sucede con la población en la plaza Bolívar, se genera además la crítica de lo que hace el gobierno por protegerles sus derechos. Se evidencian dos aspectos importantes: primero, que es una imagen en vivo según reporta el comentario. Segundo, que no para todos existe un gobierno ausente, pues otro comentario señala que si está representado en el Smad. Los indicadores no son muy altos (Likes: 31, Comentarios: 4 y Compartidos: 12).

Además se encuentran *publicaciones que en general son caricaturescas* en representación de personajes de imagen pública en ellas se adapta información, comentarios y escritos para acomodar según el caso humor, sátira, sarcasmo o ironía. Estas publicaciones que en general se encuentran en imágenes publicadas, producidas o fotos tomadas, en la mayoría de los casos acompañados de texto o citas, estas pueden generar controversia o aprobación, moviendo de manera importante los indicadores, de estos casos podemos encontrar:



Pantallazo 16. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

La anterior publicación resalta la imagen en la que muestra una caricatura con la imagen del presidente Santos en la que se evidencia el ánimo de guerra y cuestiona: "la mafia continuará?". En los comentarios se especifica el apoyo a Clara. La publicación aclara que el mural está ubicado en la 19 con 7. Sus indicadores son de altos 875 me gusta, 8 comentarios y 214 compartidos.



Pantallazo 17. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 2 de 2014.

En la imagen, a diferencia de lo que se resaltaba, no identifica a un actor publico específico, sin embargo, muestra una lectura de la realidad con el componente de imagen y humor que ya señalábamos; con la frase "nada hay tan parecido a un machista de derecha como un machista de izquierda" la imagen muestra las mismas condiciones en diferentes colores y decoraciones, aun así, un hombre leyendo el periódico, mientras las mujeres en el fondo, hacen el aseo. Los indicativos solo se reflejan en los likes (41).



Pantallazo 18. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

Como es evidente a partir de los indicadores (2780 me gusta, 135 comentarios, y

4714 compartidos), esta es la publicación de más movilización hasta el momento, teniendo en cuenta que esta pertenece ya a la última semana (23 de Mayo) a portas de las elecciones. Esta publicación masifica opinión desde diversos ángulos: muestra repudio por las acciones del candidato, evidencia argumentos para no votar por este, así como total burla por la imagen pública y autónoma del mismo, además se exalta la creatividad de la imagen, como ejemplo se retoma el comentario de Ángela Lucia Peñaloza Britton "Jajajajajajajajajhajajajajaja, me duele la barrigaaa ... Si así tuviéramos la genialidad para elegir el correcto, entonces si mereceremos el título del país más feliz del mundo!!!!" Cabe además mencionar que varios de los comentarios también tienen varios likes que no son tenidos en cuenta en los generales.



Pantallazo 19. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

Esta imagen, además de decir mucho en sí misma, trae consigo un comentario importante que invita a participar cuando indica que debe dar like si "se erizó" o compartir si "se asustó"; de manera que en las dos opciones muestra acuerdo con la imagen, si se analizará desde este nivel de participación, podría pensarse que fueron más los asustados... 5598 me gusta, 196 Comentarios y 12960 Compartidos. Además de ello, genera una cantidad de comentarios que refieren otras imágenes y que dan cuenta de la crítica con respecto a la autonomía del candidato, frente a la relación con el expresidente Álvaro Uribe a quien critican también.



Pantallazo 20. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

A partir de la imagen se moviliza la crítica y la parodia de la película Swordfish en la que se relata la historia de un experto en informática contratado por un terrorista para realizar una tarea que solo unos pocos pueden desarrollar. Si bien es un espacio en el que solo quienes conocen la película, pueden dar cuenta de lo que expresa la imagen. A pesar de ello se evidencia considerable niveles de indicadores: Likes: 183 Comentarios: 4 Compartidos: 53.



Pantallazo 21. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.

En la imagen se evidencia las afirmaciones del presidente y el expresidente que parecen similares y niegan condiciones sociales. De esta manera se muestra la oposición de candidatos y da paso así a la muestra en comentarios de la preferencia por Clara. Así mismo, los indicadores son altos. (Likes: 851, Comentarios: 10 y Compartidos: 226)



Pantallazo 22, 23, 24, 25 y 26. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 y 25 de 2014.

Las anteriores, son imágenes todas relacionadas con el candidato Zuluaga, publicadas en diferentes momentos entre el 23 y el 25 de Mayo. Frente a la primera y otras más publicaciones se evidencia la parcialidad del grupo, sin embargo, se evidencia más en los comentarios. Se realiza de manera irónica la pregunta ¿último acto de amor? Partiendo del pasado debate electoral en el que se tuvo en cuenta el tema. Además mueve niveles

altos en likes 869 y en compartidos 130, aunque en compartidos tiene 39, es un buen numero.

En la segunda, y a propósito del álbum del mundial, se promocionan las fichas del partido uribista. La imagen de Zuluaga es llamativa en uniforme de la selección Colombia de futbol. Los comentarios se dan con imágenes evidenciando el desinterés por este grupo si existiese, así como con frases como "juega con autodefensas central?". (Likes: 215, Comentarios: 23 y Compartidos: 33)

En la tercera imagen se muestra el desacuerdo por quien decide votar por el candidato Zuluaga, frente a ello, los indicadores muestran favorabilidad, teniendo en cuenta que la publicación parece graciosa. Además los comentarios son en esta línea. Likes: 1154, Comentarios: 17 y Compartidos: 1

Se reitera la posición sobre los comentarios algunos en investigación y otros no comprobados de las relaciones del candidato Zuluaga. En este caso se refiere a la caratula de un juego para la consola Xbox 360. Mafia II, sus personajes, el títere, el hacker y el inquisidor. En esta ocasión, más que los likes, los compartidos demuestran la acogida de la imagen y en general lo comentarios son de acuerdo. En esta se encuentran 886 me gusta, 35 comentarios y 1214 compartidos

En la última, hace alusión a la película los juegos del hambre. A esta se responde, con otras imágenes más. Una de ellas con un comentario de Camilo Jiménez, este tiene 21 likes. Y otra es alusiva al procurador Alejandro Ordoñez destituyendo el post. (290 me gusta, 13 comentarios y 2 compartidos)



Pantallazo 27. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

La revista Hekatombe saca provecho de las publicaciones hechas por el grupo “Se lo explico con plastilina?”, en este el autor hace una burla de la situación actual, en la que se puede citar la frase "que entre el diablo y escoja" y este le contesta: “nooo, señor esa no me la pongas, mejor que voten ellos”. Al respecto sobran los comentarios y sobreabundan los likes (190).



Pantallazo 28. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

Imagen tomada de a serie animada “los Simpson” que en la imaginación de un personaje le lleva a pensar en un "mundo feliz", a la vez que cuestiona, ¿te imaginas Colombia sin uribistas?. Teniendo en cuenta los indicadores puede pensarse que tiene bastante acogida, sin embargo, en los comentarios se encuentran reflexiones importantes a tener en cuenta al señalar que, no solo se tendría esta imagen si no hubiese uribistas, si no que se necesitaría menos división, mayor postura crítica, autogestión y compromiso. La imagen recibe 1977 likes,



Pantallazo 29. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

Esta es la última imagen que podemos rescatar de este grupo de imágenes en el tiempo de seguimiento, se trata de la publicación con respecto al candidato del partido verde

y la reacción de este frente al resultado de las elecciones. En comparación con los indicadores de los boletines (que se publicaron antes de esta), en esta publicación, se movilizan más.

Otra manera de publicación, es la que no tiene imagen que le acompañe, en ellas se generan *denuncias, comentarios o participación de eventos*. Allí también podemos encontrar algunas con imagen entre las que se prioriza y resalta el comentario más que la imagen misma.



Pantallazo 30. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

Se presenta en comentarios dos grandes contradicciones de procesos legales contra políticos. Allí se evidencia que mientras uno que tiene todas las pruebas en su contra, se declara inocente y al otro, por el contrario sin cargos en su contra, se le embargan las cuentas bancarias. En los comentarios se involucra al uribismo. Muestra altos índices de indicadores en likes (586) y compartidos (242).



Pantallazo 31. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 1 de 2014.

En este caso la denuncia es con respecto a situaciones conocidas e irregulares frente a estudiantes de la universidad del Tolima. En los comentarios se puede evidenciar la

continuidad de procesos de denuncia y quejas frente a situaciones similares. Likes: 17, Comentarios: 5 y Compartidos: 14. De este modo podemos ver esta publicación como un ejemplo de aquellas que no mueve mucho los indicadores.



Pantallazo 32. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 2 de 2014.

El comentario refiere la doble moral y conveniencia que se maneja frente a la facilidad que se le dio a Justin Bieber acompañándolo a pintar los muros de la capital, mientras que pretende censurar al grupo Calle 13 por sus mensajes críticos. Los comentarios afirman que es esperado dada la situación política y social. Likes: 82, Comentarios: 4 y Compartidos: 1.



Pantallazo 33. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

Ya en el transcurso de la semana once, el enunciado y la imagen muestran la crítica por la inasistencia de los candidatos presidenciales y vicepresidenciales a los debates en canales públicos vs privados. A partir de ello, se evidencia también la reivindicación de la opción propuesta por el grupo. Así se movilizan comentarios y especialmente likes (Likes: 988 Comentarios: 20 Compartidos: 2) apoyando la publicación inicial.



Pantallazo 34. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

Asi mismo, encontramos, mas que una imagen, nuevamente una denuncia que muestra la presion ejercida para apoyar a Alvaro Uribe y los comentarios giran en torno al desprecio por el candidato del expresidente y el apoyo por Clara Lopez a nivel general. Los indicadores, 177 me gusta, 49 comentarios y 499 compartidos. Se resalta la cantidad de compartidos que en esta oportunidad es superior a los demas indicadores.



Pantallazo 35. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

Denuncia realizada sobre las acciones que se pueden llevar a cabo con población desplazada en la plaza de Bolívar, esta moviliza indicadores y especialmente comentarios sobre las acciones que debe o puede llevar a cabo la alcaldía de Bogotá. Likes: 37, Comentarios: 9 y Compartidos: 15



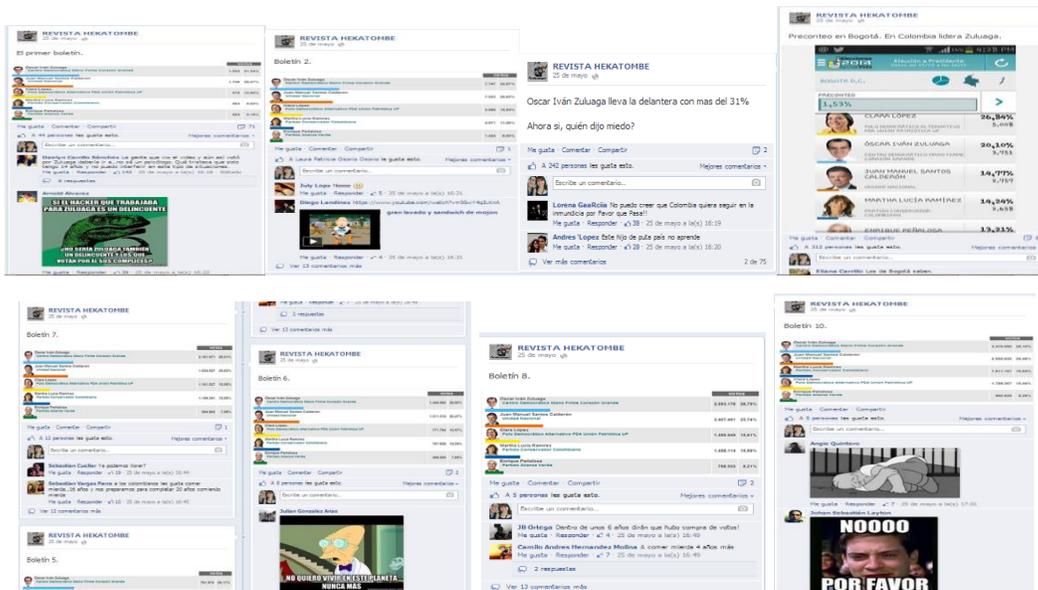
Pantallazo 36. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.

En esta publicación, se rescata el mensaje a la oligarquía de Camilo Torres, con respecto a las desventajas de la oligarquía vs el pueblo. De allí se desprenden comentarios, referentes a las elecciones, al posible arreglo frente a los resultados y del mismo modo los indicadores establecen interés a partir del alto nivel de likes (187) y compartidos (29).



Pantallazo 37. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

El grupo mismo, a propósito de las elecciones en esta fecha, decide realizar una "encuesta" abierta con respecto a la intención de voto y las razones para decidirse por esta. Nuevamente se ve a nivel general el apoyo a la candidata Clara López, sin embargo es un ejercicio para opinar, más que para medir respuestas. Los indicadores se reflejan más en comentarios (115) que en los demás, (45 me gusta y 1 compartido)



Pantallazo 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44 y 45. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

En las anteriores se encuentra la publicación de 11 boletines entregados por la registraduría nacional. Los resultados inicialmente puntúan la delantera para Zuluaga en Colombia y Clara en Bogotá. Por medio de los boletines, se evidencia el acercamiento del segundo candidato, al primero en los resultados, teniendo en cuenta que no se tiene un porcentaje definitivo, se puede dar una segunda vuelta. Así mismo, se publican comentarios de pesimismo frente a los candidatos para esta. Así, los comentarios son de aprobación y desaprobación frente a los mismos.



Pantallazo 46 y 47. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

De acuerdo con el comentario que hace Villamizar, la derecha tiene su mayor puntaje en los tres primeros puestos, mostrando esto como un signo de desagrado. Es de resaltar el comentario que recuerda que de 1810 - 1816 se denominó la patria boba, hoy, afirma, puede denominarse, "la patria idiota". (322 me gusta 6 comentarios y 1 compartido)

Otro tipo de publicaciones son los *videos* y aunque son muy usuales en estos espacios, más bien son pocos los representativos. Aun así, son pocos los que mueven un alto nivel de indicadores.



Pantallazo 48. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 de 2014.

Con la publicación del enlace del video de radio santa fe, enlazada a youtube, se cuestiona sobre la percepción de los participantes del grupo para abrir la posibilidad de opinión. De allí se encuentran varios comentarios, pero en comparación con otras publicaciones, este no tiene altos niveles en los indicadores. Likes: 1, Comentarios: 14 y Compartidos: 1



Pantallazo 49. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.

Se evidencia el uso de sarcasmo al comentar sobre el montaje posible de estos videos. En los mismos, se establece la posición política de los candidatos presidenciales Zuluaga y Santos frente al futuro laboral y económico. (Likes: 519, Comentarios: 68 y Compartidos: 751 y Likes: 6 Comentarios: 5 y Compartidos: 5 respectivamente)



Pantallazo 50. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 24 de 2014.

El video recuerda las palabras de Bateman que citaron una realidad que hoy en día se vive en el país. A parte de ellas los pocos comentarios se relacionan con la posición política y se muestra mayor aprobación de este por medio de los likes 121.



Pantallazo 51. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

En el video, se muestra a un personaje que entra a señalar que "lo arruinaron todo, gracias", muestra de los resultados de las elecciones que dan para una segunda vuelta. Los likes (956) y os compartidos (1056) son un indicador bastante diciente del agrado frente al corto.

Así mismo, se encuentran en otro grupo, algunos *hechos o situaciones que movilizan opinión* y que no necesariamente tienen que ver con las elecciones presidenciales pero si con situaciones sociales y que generan movilización de indicadores.



Pantallazo 52, 53 y 54. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 23 y 24 de 2014.

Uno de los ejemplos de ello lo podemos ver con la publicación del 23 y 24 de Mayo. A partir de la emisión del debate presidencial en el Canal Caracol, se genera una crítica por la participación de Luis Carlos Vélez como presentador y periodista y a la vez que se le compara con Vicky Davila. De acuerdo al comentario no se le tiene en buen concepto a esta última. Frente al tema se movilizan altamente los indicadores así: 1197 me gusta, 56 Comentarios y 68 Compartidos (para la primera imagen) y 244 me gusta para la segunda.

Además, se evidencia que las tendencias que se reflejan en Twitter, los indicadores puntúan a Luis Carlos Vélez como tendencia. En la revista Hekatombe lo indican como "petardo". Seguramente es muy puntuado desde likes (142), pero no genera mayor incidencia como para ser igualmente compartido o comentado.



Pantallazo 55. Tomado de página en Facebook: Revista hekatombe. Mayo 25 de 2014.

En esta oportunidad, se retoma el mensaje publicado en twitter por María Fernanda Cabal donde se evidencia el humor negro que le caracterizó con respecto a la muerte de Gabriel García Márquez por este mismo medio los indicadores frente a este son altos (628 likes, 233 comentarios 413 compartidos) y los comentarios mantiene la línea del humor negro o la desaprueban.

6.2. “SE LO EXPLICO CON PLASTILINA?”

Frente a este grupo (<https://www.Facebook.com/seloexplicoconplastilina>) se encuentran gran cantidad de seguidores de todas las edades y gustos, así, reúne 103 541 likes al inicio del seguimiento. Esta página, si bien lleva un nombre atractivo y jocoso para la audiencia, cumple además con las expectativas, pues se encarga de mantener actualizada a la audiencia de los hechos nacionales de toda índole por medio de figuras hechas en plastilina. En ellas se evidencia el impacto de la imagen y la creatividad de quien está detrás del proceso de construcción de los personajes, así como de la publicación y difusión del grupo. En este caso, se le reconoce el espacio a EDGAR HUMBERTO ALVAREZ (alter eddie) quien aparece como propietario de la idea y página. Es tal el reconocimiento que las imágenes no se quedan solo allí, sino que además en otros de los mismos grupos analizados, se encuentran sus imágenes y mantienen buen nivel de indicadores.

Es importante señalar que no se queda solo en aspectos generales sino que sus publicaciones han servido para felicitar a los campesinos, despedir personajes o reconocer diferentes profesiones o deportistas en sus días o logros cumplidos según sea el caso.

En el caso de esta página, se encontraron mayores publicaciones en las semanas 8, 9 y 11. En ellas se puede ver que fue de gran importancia tres aspectos fundamentales y en

gran medida similares a los vistos en el caso de revista Hekatombe. Primero el impacto que maneja el 1 de Mayo en las redes sociales pues nuevamente se ven varias publicaciones relacionadas con el tema; segundo, el paro agrario, que recibió bastante respaldo por parte de esta página quienes en diferentes publicaciones reconocieron al campo como principal factor económico y social de nuestro país, aunque no todo el tiempo se le de esta importancia; y por último, las votaciones que abarcaron la última semana y en la que se publicó en mayor volumen a este respecto.

Para el caso específicamente de este grupo, se pueden encontrar la distinción de las categorías antes mencionadas salvo una modificación importante a tener en cuenta: no es usual que el grupo solo en comentarios o en publicación escrita, denuncie, critique o se exprese, pues el fin del mismo es mediante la imagen, motivo por el cual esta categoría se puede ver reducida considerablemente en este caso. E igual que lo anterior revisado, se agruparan las publicaciones en fotos, imagen editada o caricaturesca, denuncia y videos.

A continuación encontramos las *fotografías* halladas en el las semanas centrales. Aunque ellas son pocas, podemos además decir que sus niveles de indicadores lo son igual, y debido que el grupo promueve sus propias imágenes en plastilina, las fotos son poco movilizadas.



Pantallazo 56. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.

Acompañada de una foto, se comparte el enlace de la página www.lasdosorillas.co que resalta lo que sucede en el paro agrario, titulado el artículo como "lo más duro del paro será en mayo". En él se encuentran narrada la realidad desconocida o poco reconocida por el gobierno y la sociedad en general. En los indicadores se hacen ausentes los comentarios, pero si tienen likes y compartidos casi en la misma cantidad.



Pantallazo 57. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 de 2014.

En la publicación se solicita que la imagen se comparta, en ella, se encuentra la imagen del maltrato animal a los caballo cocheros, motivo por el que se moviliza una marcha para el día 10 de Mayo y de esta manera mostrar inconformismo frente a la situación. Si bien se encentren algunos me gusta, no se dan altos niveles de indicadores, además, frente a otras publicaciones de plastilina, nuevamente la foto muestra muy baja movilización. (A 78 personas les gusta. 4 compartidos. 2 comentarios).



Pantallazo 58. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 de 2014.

Se comparte un enlace de la revista semana en donde se recuerda "cuando los uribistas trabajaban todos juntos" y muestra a Orlando Chica, Zuluagam Rendon Uribe y Santos en la época en la que "jugaban en el mismo equipo" en los comentarios se publica una imagen en la que se promociona No a la reelección, y otra persona le responde y votar por Zuluaga no es lo mismo?, además se reflexiona al respecto en otro comentario y se invita a votar en blanco. Los indicadores demuestran empatía con el enlace compartido. (A 118 personas les gusta. 171 compartidos. 34 comentarios).

Como ya lo hemos señalado, se encuentra gran cantidad de imágenes referentes al paro agrario y al campo, en estas se encuentra el tipo de imágenes de tipo *caricaturesco* en la que se evidencia el eje central de la página, como veremos a continuación:



Pantallazo 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66 y 67. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Abril 27, 29, 30, Mayo 1, 2, 6 y 20 de 2014.

Las anteriores imágenes evidencian el acompañamiento al campesino no solo frente al paro agrario, sino más exactamente a la labor campesina, resaltando la importancia de estos en todos los aspectos nacionales, justamente como parte de la sociedad, la economía y el aporte a la cotidianidad de los demás. Por ello, se encuentran imágenes coloridas con amplios cielos y verdes cultivos. De la semana 7 se pueden rescatar las dos primeras imágenes en las que las frases se resalta por la imparcialidad hacia los campesinos, quienes no necesariamente deben ser partidarios o se les debe señalar de tal o cual partido y menos de grupos armados, finalmente no se puede generalizar, las frases: "Los campesinos no son guerrilleros con ruana. ¡Respeten!" o "Ni de izquierda ni derecha, y tampoco soy del centro, tan solo un buen campesino, cansado y con descontento".

Además se encuentran imágenes ya entre la semana 8, 9 y 11 algunos que reconocen y rescatan el esfuerzo diario del campesino; "mi cultura favorita, la agri-cultura", "orgullosamente agrodescendientes", "Pregunto yo con tristeza: ¿Sabe qué es ironía? Que trabajar en el campo, no de ni pa` la comida" "Si es con el campesinado es conmigo. ¡Ellos y ellas siembran alimentos yo siembro justicia", "detrás de ese café que te tomas hay un campesino que siembra y cosecha", "Detrás de esa sopita que te tomas hay un campesino

que siembra y cosecha" así, no solo genera una imagen estéticamente bonita, sino que profundiza con un mensaje al acompañarla con las frases. La última de las imágenes rescatada dice "el mundo sin campesinos sería un desierto". Especialmente en las últimas, se debe resaltar la posición de ironía por el trabajo realizado y el poco reconocimiento que se les da, teniendo en cuenta además que uno de los factores que afecta el paro es que si bien ellos producen, son en ocasiones los que menos ganan con respecto al esfuerzo que realizan.

Los niveles de indicadores si bien varían, son bien movilizados y en general muestran apoyo y aprobación por las publicaciones. De esta manera y en su respectivo orden podemos señalar que

A 1.161 personas les gusta. 536 compartidos. 12 comentarios,

A 1.065 personas les gusta. 711 compartidos. 12 comentarios,

A 152 personas les gusta. 87 compartidos. 1 comentario,

A 185 personas les gusta. 227 compartidos,

A 341 personas les gusta. 237 compartidos. 2 comentarios,

A 558 personas les gusta. 290 compartidos. 5 comentarios,

A 625 personas les gusta. 755 compartidos. 8 comentarios,

A 197 personas les gusta. 129 compartidos,

A 455 personas les gusta. 144 compartidos. 8 comentarios.

De lo anterior podemos afirmar que son más comunes los likes y los compartidos que los comentarios que en algunas ocasiones no tienen y las que se encuentran son pocas a comparación con los otros indicadores, que van desde los 1601 en me gusta, hasta los 87 compartidos. En los comentarios se encuentra gran nivel de movilización de todo tipo, desde el enlace de youtube con la canción el Campesino Embejucao, hasta comentarios en general por mostrar el apoyo al paro y el desacuerdo por mostrarles como guerrillero o alzados en armas.

Ahora encontraremos, imágenes directamente relacionadas con el presidente Santos, el expresidente Uribe, Francisco Santos, el procurador Ordoñez y el canddato presidencial Zuluaga.



Pantallazo 68 y 69. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Abril 29 de 2014.

Con respecto al presidente Santos encontramos varias publicaciones alusivas a las situaciones cotidianas que se presentan, en la primera, se encuentran divididos en viñetas imágenes del presidente Santos en las ocasiones en las que ha cometido errores y las acciones que lleva a cabo para maniobrarlas, por ello lo muestran asustando, minimizando, desacreditando, negando distrayendo y prometiendo. Como en anteriores situaciones se resalta la respuesta de la audiencia en imágenes y montajes como con el personaje de la bruja del 71 a quien se le han hecho modificaciones para que quede con la cara del presidente está sola imagen recibe 33 likes, así como la publicación en si tiene buen nivel de indicadores, (295 personas les gusta. 248 compartidos. 3 comentarios.)

Mientras que en la segunda imagen, ubica al presidente Santos, le muestra con el procurador Alejandro Ordoñez, en burbujas, se comenta el reconocimiento a Gustavo Petro por volver al cargo, y la intromisión del procurador a señalar que "las protestas sociales no se pueden criminalizar", además la imagen se acompaña por un comentario inicial en la publicación que afirma " esto como que no cuadra". En general los comentarios son de desconfianza por lo que los políticos dicen y por lo que hacen luego, que pocas veces tiene coherencia. Los indicadores muestran un buen nivel de movilización. (438 me gusta, 194 compartidos y 30 comentarios)



Pantallazo 70, 71, 72 y 73. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 4 , 6, 20 y 21 de 2014.

Las anteriores imágenes tienen en común al expresidente Álvaro Uribe, publicaciones que en general muestran un nivel alto de indicadores en los diferentes niveles, demostrando la necesidad de participación, de agrado y de opinión frente al tema. En la primera publicación, como indica "en el Star Wars day", muestra al personaje de la película Star Wars acompañado de Uribe y diciéndole al mapa colombiano: "Colombia, I'm your father" y el personaje corre diciendo "nooooooo". Frente a esta situación, se encuentran varios likes, sin embargo no moviliza mucho compartidos y en los pocos comentarios, se comenta sobre España como madre patria de Colombia, al mismo tiempo que se le invita a Uribe a participar a los y responder por los tres candidatos a quienes identifican como sus títeres. (A 546 personas les gusta. 1 compartido. 9 comentarios).

En la segunda imagen, se enlaza un link del espectador.com, allí se señala la posibilidad que Francisco Santos sea el líder de campaña del candidato Oscar Iván Zuluaga. Al respecto, la imagen muestra a Uribe con dos marionetas, estos sentados en sus rodillas le miran y se toman las manos tras un gran corazón, los mismos que salen de sus cabezas; en gran medida demostrando la incondicionalidad de estos. En los comentarios, se les denomina como "trío de payasos". Se encuentran buen nivel de likes (374) y compartidos (155) y pocos comentarios (16).

La última publicación, en esta ocasión, dividida en dos, al lado izquierdo el presidente Santos desconociendo el paro agrario: "paro? Cual paro?"; al lado derecho, el expresidente Uribe desconociendo a su vez la actual investigación del hacker relacionado a la campaña de Zuluaga: "hacker? cual hacker?". Así, se evidencian dos polos de opciones ante las

elecciones presidenciales que pretenden disfrazar las problemáticas en lugar de afrontarlas y explicarlas. Los comentarios se prestan para resaltar a Peñalosa. Se encuentra un alto nivel de indicadores, mostrándose de acuerdo ante la ironía que presenta la imagen. (A 1.551 personas les gusta. 1.562 compartidos. 35 comentarios).

En la imagen, un niño que camina de la mano con su madre, dice a esta "mami esos señores que están allá a la derecha me dan miedo", se puede pensar que la mamá lo lleva de la mano corriendo y alejándolo de Zuluaga y Uribe. Aun cuando los personajes están a la izquierda del niño que pregunta, los comentarios se dirigen a explicar la ironía de la imagen al ubicarlos a la derecha! La publicación moviliza un alto nivel de indicadores. (A 963 personas les gusta. 328 compartidos. 35 comentarios).



Pantallazo 74 y 75. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 7 y 8 de 2014.

Del mismo modo, se encuentran publicaciones realizadas con varias figuras publicas al mismo tiempo, como ejemplo retomamos las dos anteriores. En la primera publicación se ve a un campesino que ve la nube de contradicciones y problemáticas que rodean el proceso electoral, en donde hasta el diablo está metido. Como una pelea de perros todos revueltos se logran identificar por sus caras que logran sobresalir y comentarios que les acompañan. Genera altos niveles de indicadores. Además recibe un comentario de admiración desde Brasil. (A 828 personas les gusta. 840 compartidos. 33 comentarios).

A proposito de las elecciones presidenciales, la segunda imagen nos recuerda las anteriores elecciones tomadas por el pais, asi como las posibilidad que se presenta actualmente, de esta manera, se encuentra Samper, Uribe, Santos y Zuluaga, junto con un cartel superior que dice "Colombianos todo fue a nuestras espaldas" en los comentarios, entre otros, se recuerda a Pastrana y Gaviria, anotando que deberian hacer parte de la

imagen. Se evidencia altos niveles de indicadores a nivel general. (A 675 personas les gusta. 752 compartidos. 44 comentarios).



Pantallazo 76 y 77. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 y 9 de 2014.

El día 8 de Mayo, la representación en plastilina de Francisco Santos, recomienda no votar por su primo Juan Manuel Santos, porque no lo conoce, mejor hacerlo por Zuluaga a quien no lo conoce. Al respecto, no se deja esperar el comentario recordando la canción de Helenita Vargas, "pocos lo conocen como lo conozco, lo conozco yo". Este comentario específicamente recibe 38 me gusta. En general se movilizan altos niveles de indicadores (A 632 personas les gusta. 336 compartidos. 30 comentarios), al día siguiente, el día 9 de Mayo, basado en el comentario de Jorge Leonardo Quintero, el artista hace realidad la propuesta, Francisco Santos vesido de Helenita Vargas, en esta ocasión, le canta a su primo Juan Manuel Santos, la reconocida canción, los comentarios continúan la estrofa... y los indicadores apoyan aún más la imagen en la que se le dan créditos de la idea al comentarista. (A 2.111 personas les gusta. 1.579 compartidos. 87 comentarios).

Además en la primera imagen, se presta para un comentario que circuló por las redes sociales por estos días en el que se quería invitar a una cadena. En esta ocasión vale la pena citarla, teniendo en cuenta que este obtuvo 24 likes:

"no creo en cadenas pero esta realmente me sorprendió: envía "Juan Manuel Santos te ama y te necesita para su reelección" envía a 10 personas y en 5 minutos recibas mínimo 12 madrazos. Es increíble, yo recibí 16 y hasta bala me ofrecieron y eso que ni siquiera lo hice con fé. No rompas la cadena o serán 4 años de horror en Colombia".

Especialmente con respecto a las elecciones presidenciales, encontramos las siguientes imágenes que refieren a los candidatos, los debates y la importancia de los votos.



Pantallazo 78, 79 y 80. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 22 y 23 de 2014.

Así, en la primera imagen se encuentra un collage de fotos de los actuales candidatos presidenciales en su juventud, se acompaña de la frase "la contienda electoral mas sucia, tambien la mas hippie y funk de a historia de Colombia. Ademas recordando que cambiamos. Sin embargo en los comentarios se afirma que se cambia aun mas en el poder. y se comparte una foto como la de la publicacion inicial que ha sido modificada y con colores se le da a cada personaje un rol diferente. Los indicadores que moviliza son altos a nivel de likes especialmente. (A 325 personas les gusta. 2 compartidos. 37 comentarios).

En la segunda publicación, con la intension de invitar al voto, la imagen demuestra como cada uno tiene una excusa y una queja frente al proceso electoral y la asistencia a las urnas. Por ello se invita a hacer uso del derecho al voto para hacer del proceso algo democratico. Los comentarios varian entre la preferencia por un candidato especifico, el voto en blanco y dejar claro que no hay por quien votar. los indicadores tienen alto niveles en general. (A 740 personas les gusta. 788 compartidos. 40 comentarios).

A 3.578 personas les gusta. 1.011 compartidos. 70 comentarios.

Las siguientes son caricaturas comaptidas de otro artista frente a la situacion actual colombiana que tiene un componente ironico y sacastico y que son bien recibidos a nivel de indicadores en el grupo, aun cuando no se acerca a los niveles altos de estos cuando la publicación e creacion en plastilina.



Pantallazo 81 y 82. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 4 y 10 de 2014.

En la imagen compartida "del amigo Jarape", se encuentra una caricatura relevante a los votos al mostrar la conversacion de dos personajes, ella dice: "en Colombia hay 8 millones de desempleados" y el contrapregunta: "¿Cuántos millones de votos dijiste?". allí se evidencia la pugna por los votos que no solo se generan por la postura personal, sino que ademas se reconoce el espacio de compra de votos por promesas o dinero. Obtiene 174 likes, no en el nivel de las publicaciones de la pagina, pero aun asi es una movilizacion importante que designa aprovacion.

En la siguiente, se comparte la caricatura de Mheo Caricatura, quienes hacen mofa de la situacion del Hacker que rodea al candidato Zuluaga. En las viñetas, se encentra a Zuluaga y Santos jugando ajedrez y este ultimo haciendole un "¡Hacker!". En el comentario se expresa: mientras tanto en el campo, o en la calle, los peones en el paro. Si bien obtiene varios likes, no al nivel que se encuentran en las ublicaciones propias de plastilina. (A 180 personas les gusta. 2 compartidos. 2 comentarios).



Pantallazo 83 y 84. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 25 de 2014.

Estas dos ultimas imágenes de este grupo, demuestran como ademas de personajes publicos, se encuentran publicaciones en las que se hace de algo un personaje importante,

cabe recordar que la primera imagen fue compartida en la página de Revista Hekatombe, en ella como ya se revisaba, le acompaña al diablo la frase “que entre el diablo y escoja” y este responde: “nooo, señor esa no me la pongas, mejor que voten ellos”, allí se debate sobre la posibilidad de que el voto en blanco alcance el nivel necesario para ganar y se invita a no “desperdiciar” el voto y mejor decidir, lo mismo que se encuentran imágenes de respuesta como la que dice: “Sentir rabia no es suficiente ¡actua! ¡expresa tu indignación! Voto en blanco”. Además se movilizan en un alto nivel los indicadores: A 1.238 personas les gusta. 973 compartidos. 2 comentarios.

En la segunda publicación, se encuentra el croquis de Colombia como personaje protagónico, se encuentra llorando y afirma: “nose que me duele mas, si el 60% de abstencionismo o los que votaron en contra de la paz ¡tengo miedo”. Así, frente a los resultados de las elecciones en esta primera vuelta, ya que se sabe que se definirá en segunda vuelta y quienes serán los candidatos, la reacción más encontrada es esta. Se encuentra también una imagen con Santos y Zuluaga disfrazados que dice: “segunda vuelta, elige tu pesadilla” además no se deja esperar la polémica frente al texto de la publicación al señalar que la publicación parece muy santista, seguramente porque la misma afirma que no se voto por la paz, propuesta bandera del actual presidente. A nivel de indicadores, se encuentran los más altos, especialmente a nivel de likes a 4.069 personas les gusta. 3.491 compartidos. 101 comentarios.

Ahora bien, revisemos algunos ejemplos de las publicaciones en las que se resalta el texto y especialmente los comentarios abiertos, teniendo en cuenta el fin de esta página es notoria la baja publicación de este tipo, sin embargo el debate presidencial se prestó perfectamente para este. Revisemos algunas de ellas en las que se ve buena movilización de indicadores.



Pantallazo 85, 86 y 87. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 22 y 23 de 2014.

En las tres publicaciones se retoma el mismo tema, el debate presidencial. En el primero, se encuentra el cuestionamiento ¿Cómo les pareció el debate? Quien ganó, quien perdió? Se convoca a que la audiencia se una y participe dejando su opinión, por ello los indicadores con respecto a comentarios son altos. Desde la perspectiva personal, se encuentra como ganador individual a Clara Lopez, pero a nivel general se logra establecer que el perdedor es el País el general. Los indicadores son importantes, especialmente por el nivel de participación que logra en los comentarios. A 94 personas les gusta. 1 compartido. 187 comentarios.

En el segundo comentario, se encuentra la frase, "mi voto lo tengo claro, no va a ser por Luis Carlos Vélez", allí se encuentran burlas por el papel desempeñado por el periodista en el debate presidencial. A partir de ello se encuentran gran cantidad de comentarios que critican al periodista o muestran preferencia por algún candidato. A 964 personas les gusta. 60 compartidos. 68 comentarios.

Así mismo se continúa con el tema en la tercera publicación, Félix de Bedout, desde su cuenta de Twitter @fdbedout, señala: "regla de oro de cualquier debate presidencial, los protagonistas deben ser los candidatos, no los periodistas". Este comentario compartido, obtiene un alto nivel de respuestas no solo a nivel de texto, se encuentra entre ellos, una imagen del periodista con la frase "¿qué mira? ¿Quiere una réplica o qué?". Con respecto al debate se resalta como la frase de la noche: "señor presidente ahora me va a decir que esa tal desigualdad no existe" como lo afirmó Clara López. Los indicadores: A 1.127 personas les gusta. 73 compartidos. 33 comentarios.

Por otro lado, frente a las publicaciones de *videos* o de enlace de los mismos encontramos algunas publicaciones de este tipo. Se debe resaltar que entre ellas se encuentra un video de imágenes en Plastilina entre otros, así, revisemos:



Pantallazo 88. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 8 de 2014.

Se comparte el enlace del video "el empleo /employment" cortometraje animado que reconoce la importancia de todos en la labor que cumple, y que detrás de cada pequeña cosa hay un empleado. Publicación a propósito del día del trabajo que moviliza buen nivel de indicadores y comentarios con respecto a la importancia de ser independiente y se critica el cortometraje que de corte argentino, tiende a ser muy negativo. (A 136 personas les gusta. 89 compartidos. 4 comentarios).



Pantallazo 89. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.

Como encontramos en el pie de página del video, "la canción "Siembra", compuesta por el grupo Rialengo y animada por Edgar Álvarez, hace un homenaje a las miles de mujeres y hombres que se dedican a la pequeña agricultura y que cada día, anónimos y en el olvido, siembran hasta el 70% de los alimentos que se consumen en América Latina". Así se reconoce de otra manera la labor campesina, acompañado por el texto "en el día del trabajo, nuestro homenaje animado a nuestros campesinos trabajadores que nos dan la papita. En los comentarios se valora de igual manera el corto realizado, así como al campesinado Colombiano. Para ser un video se tienen altos niveles de indicadores. (A 311 personas les gusta. 387 compartidos. 18 comentarios).



Pantallazo 90. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.

Este video, se retoma teniendo en cuenta que no moviliza muchos indicadores, pues en este corto encontramos bajos niveles de indicadores con respecto a los anteriores videos, obtiene 43 me gusta y 20 compartidos, en él se publica una animacion de la UNICEF denominado " no al trabajo infantil".

En el espacio de *otros* encontramos algunas publicaciones que movilizan indicadores y en las que encontramos conmemoracion de asesinatos y reconocimiento de otros personajes publicos, fechas importantes, rescate de cultura y biodiversidad. Ademas el espacio permite evidenciar otras noticias que no necesariamente son politicas o relacionadas con las elecciones 2014, pero que si tiene relacion con el componente social.



Pantallazo 91. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 1 de 2014.

Esta publicacion se da en reconomiento al 1 de mayo el dia del trabajo. Mostrando las diferentes formas de oficios, artes y labores en las que los Colombianos se desempeñan. Si bien es una ocasión de reconocer que moviliza a nivel offline, la pagina e queda con esta sola publicacion al respecto que tiene un buen nivel de indicadores. (A 348 personas les gusta. 204 compartidos. 10 comentarios).



Pantallazo 92. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Abril 30 de 2014.

Recordando a Rodrigo Lara Bonilla en su aniversario de fallecimiento hace 30 años. Los comentarios recuerdan la impunidad y la importancia del personaje a quien no se le ha reconocido en series como si a otros "bandidos". Se movilizan buen nivel de indicadores. A 224 personas les gusta. 47 compartidos. 9 comentarios).



Pantallazo 93. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 3 de 2014.

A proposito de la situación en la que el policia de manera violenta inmoviliza a una periodista que intentaba cubrir un accidente en transmilenio se recrea la imagen y se acompaña del texto: "3 de mayo dia de la libertad de prensa" la imagen moviliza y recuerda la denuncia de abuso de poder y asi lo hacen saber en los comentarios. (A 864 personas les gusta. 287 compartidos. 27 comentarios).



Pantallazo 94. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 9 de 2014.

En la imagen se expresa la indignación frente al maltrato animal relacionando allí el veneno que dejan en los parques y por el que han muerto varios perritos. Se genera el Hashtag #nomasvenenoenlosparques para movilizar opinión y muestras de desagrado por el fenómeno. Si bien el tema no se relaciona con las elecciones presidenciales, se encuentran los indicadores movilizados. A 580 personas les gusta. 567 compartidos. 34 comentarios.



Pantallazo 95. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 20 de 2014.

En la publicación un colombiano como cualquiera de nosotros quien afirma "no soy de izquierda ni de derecha, solo soy una persona de abajo con ganas de ir hacia arriba". La imagen moviliza de manera amplia altos indicadores, especialmente likes (1.273) y compartidos (414). En los comentarios se reflexiona que no hay candidato bueno, pero que el menos malo para el país es Clara López. Este último comentario recibe 47 likes. Así, una imagen que si bien es de la realidad social, no es necesariamente de las elecciones presidenciales, sin embargo vuelve al tema a partir de los comentarios.



Pantallazo 96. Tomado de página en Facebook: Se lo explico con plastilina?. Mayo 23 de 2014.

Con la frase “¿matar o morir por una camiseta? Absurdo. Cada día asesinan a un hincha del futbol en Colombia” al lado, en plastilina se muestran algunos jóvenes peleando

con camisetas rojas, azules y verdes con blanco, representación de los equipos de fútbol Colombiano, a nivel de indicadores, se rescata la imagen por el nivel de likes que recibe; así mismo, se comparte, pero especialmente se comenta que es “absurdo, patético, sin sentido propósito ni misión”, al mismo tiempo que se reflexiona que no debería darse la vida por una camiseta, ni por un partido político, ni por una religión. Los indicadores son: A 1.057 personas les gusta. 523 compartidos. 34 comentarios.

6.3. ENRIQUE PEÑALOSA PRESIDENTE (COMUNIDAD).

Al respecto de esta página, se debe tener en cuenta de manera inicial que cuando se empezó el seguimiento se encontraba como Con Peñalosa unidos podemos, sin embargo, con el tiempo, ese cambió de nombre a Enrique Peñalosa Presidente (comunidad). Ello se corroboró a partir de la URL de la página en Facebook: <https://www.Facebook.com/conpenalosalapresidentepodemos?fref=ts> además, se puede resaltar que si bien el seguimiento se llevó a cabo durante 11 semanas que terminaban el 25 de Mayo, la página no ha tenido movimiento alguno en después del 28 de Mayo; a pesar de ello, encontramos en este espacio la mayor cantidad de publicaciones.

Del mismo modo, al inicio del seguimiento, los seguidores que reunía la página eran de A 136 962 personas les gusta esta página, sin embargo alcanza a reunir para el tiempo de análisis 306 520 seguidores luego de la campaña presidencial. Y además afirma en la descripción de la página “Para que el progreso de Colombia no dependa de uno, sino de todos, Votemos por el país que #podemos tener. Peñalosa Presidente”

Al ser el espacio del candidato presidencial Peñalosa, desde las categorías de análisis, encontraremos mayor cantidad de publicaciones en Fotos, y básicamente todo relacionado con la campaña presidencial y la relación de esta con el acontecer colombiano, específicamente con la realidad a la que piensa hacer frente desde sus propuestas. Por ello, se debe enfatizar que en este espacio el candidato no hace ninguna queja, reclamo o denuncia sobre lo que hace otro candidato desde la sátira, la ironía o el sarcasmo, ocasionalmente se encuentra un comunicado formal dando a conocer su punto de vista con respecto a la situación de los demás candidatos. Aun así, el espacio continúa enfocándose específicamente en su desempeño personal.

Debido además, al tipo de formato formal que tiene el espacio, no se encuentran las imágenes de tipo caricaturescas sobre la situación en general, en cambio pueden encontrarse más imágenes compuestas y adaptadas con estadísticas de los posibles resultados de las elecciones.

Con el ánimo de sintetizar y evitar la redundancia, cabe dejar claro que existe persistencia en general en los comentarios y es que se encuentran tres grandes situaciones, primero, la gran mayoría de las publicaciones relacionan con lo realizado por el candidato en el periodo de 1998 y 2000 mientras fue Alcalde de Bogotá, de esta manera podemos decir que si bien un alto porcentaje de personas, evidentemente seguidores de sus acciones, le elogian, reconocen, bendicen, aclaman y de paso animan a seguir en el camino para lograr el cumplimiento de las metas propuestas como candidato y como presidente. Del mismo modo, estos comentarios suelen ir acompañados de argumentos para votar por él, mostrando las bondades de este como persona y como profesional; por ejemplo afirman que es honesto, sincero, muy inteligente y que reconocen sus logros en el periodo de alcalde.

De manera totalmente opuesta, se encuentran los comentarios que critican, juzgan y denuncian situaciones en las que el candidato ha errado en el pasado, nuevamente retomando la alcaldía de Bogotá, por ejemplo afirmando que robo, que lleno de bolardos la ciudad o que no confían en una persona que no ha vivido lo que otros por tener mayor nivel económico. Si esto es cierto o no, en los comentarios no se muestran los argumentos para tales afirmaciones, sin embargo los seguidores en su papel de co-constructores de la página, se dan la oportunidad de defenderlo, para ello se detienen en errores ortográficos, pedir justamente los argumentos para tales afirmaciones, así como cuestionar porque no lo denunció si tenía conocimiento de tales acciones.

Evidentemente el espacio se presta para todo, desde los insultos y groserías que no son tan frecuentes, como para el ánimo, los halagos y preguntas y/o propuestas, permitiendo así hacer del espacio un lugar para movilizar más opinión, allí, por ejemplo en uno de los casos se le pregunta si es verdad o no que él piensa legalizar la dosis mínima de marihuana, así como se le propone mostrar mayor agresividad en sus propuestas, dar a conocer los puntos fuertes de la campaña a nivel de salud, educación y demás, y consolidar apoyo por el

sector agro y la firma de TLC pero con garantías, por nombrar algunos casos. También es importante rescatar que estas situaciones se presentaban indistintamente a lo largo de las publicaciones.

Así las cosas veamos algunas publicaciones de fotografías de eventos y acciones offline llevadas a cabo durante la época electoral por parte del candidato presidencial. Teniendo en cuenta la cantidad de imágenes que fueron publicadas en este tipo de clasificación, se encuentran otras subclasificaciones internas que se evidenciaran a continuación:



Pantallazo 97. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 27 y 13 de Mayo de 2014.

En las anteriores publicaciones se encuentran archivos fotográficos que muestran las virtudes del candidato y los reconocimientos relacionados con su quehacer en la alcaldía de Bogotá. En la primera de ellas, la biblioteca Virgilio Barco, la que retoma para recordar que en 3 años de proceso allí, dejó 3 mega bibliotecas y 12 bibliotecas menores.

En seguida, e insertado en la imagen, se recuerda que fue "destacado como uno de los mejores desarrolladores de modelos de ciudad en el mundo por la revista británica especializada "monocle"; además afirma que la revista tiene un alto nivel de reconocimiento en temas de urbanismo, estilo y tendencias de ordenación mundial. Los comentarios reconocen y aprueban lo que el candidato hizo en su época de Alcalde de Bogotá y confían que desempeñara un buen papel en la presidencia. Likes: 1750 Comentarios: 47
Compartidos: 448



Pantallazo 98, 99, 100, 101 y 102. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 28, Mayo 1, 12 y 13 de 2014.

En el grupo de imágenes anteriores, muestran al candidato en varias fotos compartiendo con la población civil, en ellas se evidencia como en la mayoría de las fotos, la imagen del candidato empatizando con quienes le rodean mientras recorre el país y expone y aclara sus propuestas, además reconoce los contextos culturales y problemáticas básicas de los diferentes espacios. En general las fotos se acompañan de texto que propone, reflexiona o aclara información.

En la primera imagen acompañada de la propuesta de la creación de el Ministerio del Bienestar Campesino desde donde se pueda formalizar los títulos de propiedad, mejorar los niveles de educación, salud y en general de la calidad de vida de este grupo poblacional. Al respecto de los indicadores se evidencian altos índices, así como la propuesta en el único comentario que le recuerda ayudar en la lucha contra el maltrato animal. Likes: 918 Comentarios: 55 Compartidos: 172

En la segunda, mientras recorre el Urabá Antioqueño comparte con personajes del sector. Según se afirma en el comentario adjunto: “Con Aníbal, el presidente de cañicultores, productor de panela. En 2010 la pobreza afectaba al 50,3% de la población rural. Solo el año pasado, el empleo agrícola cayó 5%. Proponemos la creación de un Ministerio de Bienestar Rural que se encargue de mejorar la calidad de vida y la provisión de bienes públicos al campesinado”. En los comentarios en general se habla del apoyo y el interés por votar por alguien diferente, no solo por una persona diferente, sino por un partido político y un pensamiento diferente. La imagen moviliza indicadores así: Likes: 692 Comentarios: 29 Compartidos: 53

Especialmente en la tercera imagen se puede rescatar el comentario que acompaña la foto al afirmar que: “La ‘Mermelada’ es un nombre muy bonito para politiquería, para nombrar no a gente buena y comprometida con las regiones, sino a los vinculados con las maquinarias políticas; para no tomar decisiones técnicas responsables sino políticas" (Likes: 627 Comentarios: 26 Compartidos: 94)

En la cuarta publicación se enfatiza que esta en Valledupar allí el candidato presidencial saluda a las personas con quienes se encuentra, además acompaña la imagen de un texto inicial en el que invita a votar por él pues no hace la política tradicional que según afirma no ha funcionado y que es tiempo del cambio. Los indicadores se movilizan ampliamente, en los comentarios se encuentra nuevamente elogios y razones para haber tomado a decisión de votar por él. (Likes: 1183 Comentarios: 43 Compartidos: 153)

Finalmente en la quinta imagen se encuentra al candidato rodeado de personas en Santa Marta, allí hace una reflexión sobre la politiquería y los obstáculos que ha dejado no permite resolver los problemas del país. El nivel de indicadores es alto y los comentarios se refieren al agrado por el candidato y en defensa por algunas críticas que le hacen algunos. (Likes: 1149 Comentarios: 46 Compartidos: 134)



Pantallazo 103, 104, 105 y 106. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 20 de 2014.

En las últimas publicaciones el candidato continúa el recorrido por el país, así lo podemos ver en Neiva, Medellín y Bogotá respectivamente. En el último se encuentra el pantallazo que muestra el álbum de fotos ¡pedaleando por Colombia!, en este se encuentran

retratos tomados y compartidas en la convocatoria que se realizó para transitar en bicicleta por Bogotá con el candidato, allí hay un compilado de 303 fotos.

Con respecto a los indicadores, en estas se encuentra un alto nivel de movilización como en la gran mayoría de las publicaciones en esta página, se encuentran para estas publicaciones así:

Likes: 653 Comentarios: 29 Compartidos: 61

Likes: 1595 Comentarios: 65 Compartidos: 295

Likes: 1051 Comentarios: 30 Compartidos: 110

Con respecto a la categoría de texto, podemos encontrar dos opciones a tener en cuenta debido a las situaciones específicas del grupo. Así, encontramos el tipo de publicaciones de texto que acompaña la imagen de el número de días que hacen falta para las elecciones presidenciales y la imagen que ofrece una frase puede ser de reflexión, o de propuesta sobre lo que sucede actualmente. Veamos pues las opciones:



Pantallazo 107 y 108. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 27 y 28 de 2014.

En la página es frecuente este tipo de imágenes en las que recuerda los días restantes para las elecciones presidenciales, estas siempre se encuentran acompañadas de algún texto del candidato, en esta oportunidad y teniendo en cuenta que a partir de la semana 8 se encuentra la mayor cantidad de publicaciones, encontramos que quedan 27 días, tiempo restante para que el país decida. En general los likes y compartidos tienen un alto nivel de indicadores. (Likes: 539 Comentarios: 36 Compartidos: 92)

En la segunda imagen, de nuevo la cuenta regresiva en esta ocasión acompañada de

un comentario que demuestra el interes por los parques y las zonas verdes en el pais. En los comentarios se encuentran elogios y ansiedad por los resultados. Ademas es una publicacion que mantiene un buen nivel de movilizacion.



Pantallazo 109. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente Mayo 13 de 2014.

"como ejercicio de transparencia compartimos esta encuesta que quiere ayudar al votante a identificar su candidato según su línea de pensamiento. Cuéntanos quien en la carrera está más cercano a tu opinión política" con este enunciado se invita a acceder al enlace votomovil.co, allí una serie de preguntas en las que la opción de respuesta es sí, no u omitir le cuestionan sobre sus expectativas de futuro en el país; en caso que no se tengan claro el contexto de la pregunta se puede acudir a la ayuda que da el mismo sistema. Además, de invitar a tomar la mejor decisión, el candidato invita a compartir las respuestas, de manera que en los comentarios se encuentran posteados varios pantallazos de los resultados que en su gran mayoría son por Peñalosa, además, se encuentra quienes reflexionan que para un real cambio se debe salir de las opciones uribista y santistas de quienes ya se conoce su desarrollo. Los likes (1559) y compartidos (560) muestran de paso altos niveles de movilización de la información.



Pantallazo 110, 111, 112 y 113. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 20 y 21 de 2014.

En las imágenes se encuentran algunas frases a destacar, la primera de ellas, se encuentra publicada en varias ocasiones hacia el final de la campaña, en ella, bajo el señalamiento “votar por Santos o Zuluaga es darle un voto a un gobierno lleno de venganza” así invita a dejar las mismas opciones atrás. En otros, las frases: “pido a todos los colombianos que no voten en blanco, que voten por nosotros, por la política diferente y transparente”, “vamos a construir una sociedad igualitaria, digna y sin corrupción, con oportunidades para todos”, “invitamos a los ciudadanos a que salgan a las urnas a decir “¡no más de lo mismo!” la opción es Enrique Peñalosa”. Como se puede ver, se encuentra una línea coherente de publicidad y contraste con las demás campañas electorales.

Nuevamente podemos rescatar los indicadores que evidencia movilización de información visto desde las cifras así:

Likes: 4197 Comentarios: 208 Compartidos: 1996

Likes: 2429 Comentarios: 85 Compartidos: 918

Likes: 834 Comentarios: 20 Compartidos: 139

Likes: 1213 Comentarios: 20 Compartidos: 526



Pantallazo 114, 115, 116 y 117. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 16 y 19 de 2014.

Del mismo modo, pero desde otro tema, encontramos más ejemplos de imágenes con texto que para el caso tienen en común el tema: la paz. El tema se hace central teniendo en cuenta que ha sido importante para los otros candidatos y la continuidad o no de diálogos adelantados desde la actual presidencia en Cuba. Al respecto, las frases: “la paz si, pero ¿sabía que en la actualidad solo tenemos el 40%de cobertura en educación media? Si

seguimos así, nuestros hijos no van a tener un nivel de educación que les permita ser ciudadanos del mundo”, “la paz si, pero ¿Sabías que en 6 años, pasamos del puesto 9 a al 85 en el índice de desempeño ambiental del mundo? las cosas no van bien.”, “la paz si, pero ¿sabías que en el país el 47% de nuestros niños sufren de desnutrición? Las cosas no van bien.” O “nos deberá quedar claro que la paz es solo cumplirle a los Colombia; también desmovilizar farc, desuribizar el país y derrotar la corrupción”. Con este tipo de afirmaciones se muestra la paz desde otro punto de vista, de una manera más amplia, no solo desde la guerra, sino desde los vacíos que existen en algunos sectores sociales, como en la educación, el medio ambiente, la salud, e incluso el cambio de los mismos gobernantes, por ello proponen el desuribizar como acto de cambio de pensamiento y de forma de actuar en el país. Los indicadores al respecto se encuentran a continuación en el orden de cada publicación:

Likes: 870 Comentarios: 22 Compartidos: 506

Likes: 1927 Comentarios: 62 Compartidos: 705

Likes: 745 Comentarios: 10 Compartidos: 236

Likes: 1125 Comentarios: 46 Compartidos: 394



Pantallazo 118, 119, 120 y 121. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 17 y 18 de 2014.

Este medio y la manera de publicar su forma de pensar en esto avisos verdes, le permitió al candidato presidencial dar a publicitar sus potencialidades y tomar partido de los errores ajenos con frases como: “nos pueden infiltrar, en nuestra campaña no hay politiquería tradicional”, “hacer interceptaciones a las comunicaciones sin orden judicial esta contemplado en nuestra legislación penal como un delito”, “Colombia no puede permitir que

un candidato a la presidencia le mienta, y que además cometa delitos” o como en la última imagen en la que se retoma el comunicado de prensa en el que se extiende para expresarse frente a la situación de Zuluaga y la denuncia realizada desde la revista semana por las interceptaciones del Haker a quien se le relaciona con la campaña política de este último. Los indicadores que se movilizan al respecto son:

Likes: 1291 Comentarios: 37 Compartidos: 358

Likes: 738 Comentarios: 30 Compartidos: 172

Likes: 2141 Comentarios: 78 Compartidos: 1032

Likes: 3257 Comentarios: 200 Compartidos: 2854

En el transcurso de las semanas, también se encuentran imágenes de las estadísticas, que se pueden tener en cuenta desde este aspecto. Del mismo modo y a un día de las elecciones, el candidato decide dar a conocer de manera sintetizada en publicaciones las propuestas centrales de su campaña electoral a nivel de Educación, salud, proceso de paz, medio ambiente, sector agrario y reforma urbana, recordando y resaltando los aspectos más importantes de su campaña electoral.



Pantallazo 122, 123, 124, 125, 126, 127 y 128. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Mayo 24 de 2014.

En la publicación de *videos* podemos encontrar varios ejemplos de esta forma de comunicación, por ejemplo, encontramos el recorrido de imágenes de la vida personal y familiar del candidato, la “recomendación” de otros por este, similar a la publicación de argumentos de personal civil para votar y apoyar a Peñalosa y finalmente se encuentran también videos en las que se encuentran propuestas para entender mejor las propuestas de la campaña electoral. Encontramos además, que se refiere la posibilidad de suscribirse a la cuenta en youtube donde se encuentran todos estos, como veremos a continuación:



Pantallazo 129. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 28 de 2014.

En la imagen se invita a la audiencia a hacer seguimiento a la campaña electoral del candidato en la cuenta en youtube, <http://bit.ly/1rEWzM1> allí se encuentran todos los videos con propuestas y acciones llevadas a cabo a lo largo de la campaña. En los comentarios se evidencia que hay quien le recomienda que "se vuelva mas agresivo", pues asi como esta es muy light y con la entrada de JJ Rendon al ruedo como asesor de otra campaña, la cosa se pone dificil, asi que deberia ya retomar los temas neuralgicos para ahondar y ganar terreno. Esta publicación se hace importante toda vez que enlaza con otra red social en la que se encuentran otras maneras de comunicación: el video. (Likes: 360 Comentarios: 19 Compartidos: 33)



Pantallazo 130, 131 y 132. Tomado de página en Facebook: Enrique Peñalosa Presidente. Abril 28 de 2014.

En este grupo de publicaciones encontramos el espacio retomado en video para recomendar y argumentar el porque de la decisión de voto por el candidato Peñalosa, así, en la primera publicación se cita a la Senadora Claudia Lopez quien afirma que se debe votar por él "porque es un hombre decente, limpio, un buen ser humano que tiene una gran obsesión por construir igualdad" Así mismo, se enlaza el video donde se afirma tal expresión por parte de la senadora. Los indicadores son altos para ser un video, además, se encuentran comentarios de apoyo y elogios por el candidato, por el buen trabajo y por el rescate de los buenos colombianos. (Likes: 829 Comentarios: 49 Compartidos: 260)

Así mismo, el video de la segunda publicación, se encuentra la “confesión” de intención de voto por Peñalosa por parte de una colombiana desde Australia, y en el tercero, se encuentra el video donde una persona demuestra su apoyo por el candidato desde España. A nivel de indicadores se encuentra buen nivel de movilización a pesar de ser videos y por los comentarios se evidencia que son vistos, estas últimas publicaciones tienen 408 likes, 16 comentarios y 52 compartidos, y 400 me gusta, 22 comentarios y 36 compartidos respectivamente.

Se encuentran otro tipo de videos en los que se publicita las posibles mejoras y propuestas que se llevaran a cabo con Peñalosa como presidente, entre ellas podemos encontrar los siguientes temas: corrupción, campesinos, salud, medio ambiente, paz, política diferente, aborto, Bogotá, reforma urbana, seguridad, nuestro campo y educación por nombrar lo más centralizados, sin embargo ellos se encuentran en la página en youtube o directamente en la dirección: https://www.youtube.com/playlist?list=PLiAMRNG0-Gew3hQDnml_7vzvzLhJbK7j2

Al publicar estos videos, el candidato facilita dar a conocer sus propuestas y dejar en claro las opciones con respecto a cada frente que quiere atacar, solucionar o mejorar. Para el caso de educación por ejemplo retoma la importancia de su vicepresidenta Isabel Segovia quien es una experta en el tema, a partir de allí retoma la importancia de la primera infancia, mejoras en los colegios, en la cobertura, en la selección docente, así como en la remuneración para estos. Estos videos son en su gran mayoría pequeñas capsulas de alrededor de un minuto, en los que o bien aparece el candidato hablando o por medio de imágenes, texto y una voz de fondo se promueve la información de acuerdo a la temática.

CUADRO DESCRIPTIVO DE OBJETIVOS Y PREGUNTAS ORIENTADORAS.

OBJETIVO GENERAL: Caracterizar el ciberactivismo frente al proceso electoral 2014 en Colombia, a través de la etnografía web realizada en la red social Facebook.

PREGUNTA ORIENTADORA: ¿Cuáles son las características del fenómeno ciberactivista dado a través de la red social Facebook, frente al proceso electoral 2014 en Colombia?

Respuesta desde la investigación.

A partir de la experiencia investigativa, se puede expresar 5 grandes características que aplican a los grupos de análisis a partir del seguimiento, estas características no son nuevas, por lo que se sustentan teóricamente en aportes anteriores, sin embargo no se han encontrado en un listado concreto como el que se presenta a continuación:

1. **Socialización virtual de opinión.**
2. **Continuidad y actualidad.**
3. **Raport online: mantener el enganche con la audiencia.**
4. **Apertura del grupo: todos son bienvenidos.**
5. **Preocupación social.**

Las características propuestas permitirían si se quisiese facilitar para capacitación de usuarios frente al fenómeno ciberactivista al mismo tiempo que la formación ciudadana. El proceso investigativo permite evidenciar que los administradores están atentos a los intereses, necesidades y experiencias de sus seguidores y que como docentes y formadores se puede incidir en participación como ciudadanos digitales que van y vienen de lo on a los offline.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTA ORIENTADORA	Respuesta desde la investigación para aportar a la discusión
<p>1. Identificar el ciberactivismo desde grupos / páginas / perfiles en Facebook relacionadas con la política en la sociedad civil frente a las elecciones presidenciales de 2014.</p>	<p>¿Qué grupos, páginas y perfiles hace ciberactivismo y como se caracterizan?</p>	<p>La identificación de las páginas, grupos y perfiles, se dio a partir de la experiencia investigativa, esta se refiere específicamente desde lo metodológico. De manera inicial se proponían algunos aspectos como el interés político, la cantidad de seguidores y de publicaciones revisando que la información compartida llegara a más personas y se viera fortalecido el proceso de movilización de información.</p> <p>Como se revisó en la discusión, Caldevilla (2009, pág. 33) hace un aporte importante toda vez que permite clarificar, distinguir y delimitar la cultura digital desde 5 grandes características en los que la muestra como:</p> <p><i>“una ola de restablecimiento social (de ahí su empaque político) que conecta con comportamientos cada vez más latentes de nuestra sociedad: el gusto por la creación de información y conocimiento compartido; rechazo al adoctrinamiento ideológico y a las jerarquías piramidales verticales; nuevas formas de relacionarse y sociabilizarse; reconocimiento a los liderazgos que crean valor; sensibilidad y curiosidad por los temas más cotidianos y personales y creatividad latente como motor de innovación”</i></p> <p>En los grupos se encontraron características desde el tipo de</p>

publicaciones que se encuentran y se categorizaron como se establece en la siguiente tabla:

CATEGORIAS DE ANALISIS DE LAS PUBLICACIONES		
Grupos y páginas analizados en Facebook, luego del seguimiento de once semanas	Revista Hekatombe	<i>Fotos de acciones offline que pudieron o no ser convocadas desde las redes sociales</i>
	Se lo explico con plastilina?	<i>Publicaciones que en general son caricaturescas (imagen)</i>
	Enrique Peñalosa Presidente (comunidad)	<i>Denuncias, comentarios o participación de eventos</i>
		<i>Videos</i>
		<i>Otros hechos o situaciones que movilizan opinión</i>

2.	Analizar y	¿Qué tipo de visión	Se evidencian usuarios con posturas críticas frente a la situación social y
----	------------	---------------------	---

<p>describir por medio de la etnografía web la postura crítica y política de los jóvenes movilizada a través de la interacción en la red.</p>	<p>política expresan un grupo de usuarios en la red social Facebook en el marco de las elecciones 2014?</p>	<p>política actual en Colombia, lo que lo contextualiza específicamente en las condiciones y necesidades de temas que centralizan las campañas políticas, como la situación actual de agro, del campesino y de su calidad de vida, por ello mismo, de los tratados de libre comercio con otros países; de la educación, sus déficits y las propuestas que se gestan frente a ello. Pero específicamente se encuentran discursos críticos a nivel de texto como de imágenes frente a los candidatos presidenciales, desde lo personal, hasta lo profesional y público, se identifican tensiones frente a las percepciones de cada uno.</p> <p>En las páginas analizadas a profundidad, se encuentran en las dos primeras, una visión abierta que quiere mostrarse imparcial, sin embargo, implícito en las publicaciones y en los comentarios de manera abierta y espontánea, se ve la parcialidad de cada espacio.</p> <p>Como se revisó en la discusión, las características que faciliten al ciberactivista como personaje central, más que como fenómeno son retomadas por Rincón (2011, pág. 83 y 84) de Lasillavacia.com al comparar a Mockus con internet y señalar que: no son lineales, pues produce discursos interconectados y enlazados con links; se comunica con imágenes y puestas en escena; usa avatares, mostrándose desde diferentes roles e identidades; es transparente, por la facilidad de comunicación directa con los demás; permite múltiples lecturas, en gran medida por el rol; es circular, retoma todo tipo de información y de</p>
---	---	---

		<p>temáticas; es global y universal, pues tiene impacto a estos niveles; además es de construcción colectiva, pues cada uno puede aportar y co-construir; así mismo, para el caso Mockus o el candidato que se apoye de este medio es una celebridad, que deja de lado además, lo público de lo privado, se expone a que se conozca todo de este y abre las puertas a muchos aspectos de su vida personal, más que en otros medios.</p>
<p>3. Establecer el propósito de los ciberactivistas frente a la información que circulan y el proceso electoral de 2014 en Colombia.</p>	<p>¿La información que se publica y se pone en circulación por grupos o paginas identificadas como ciberactivistas, tienen como fin incidir en el pensamiento crítico y/o político de sus seguidores?</p>	<p>A partir de las categorías propuestas para el análisis de información, se evidencia los diferentes tipos de publicaciones que se encuentran y que en general se movilizan. Al revisar estas, se puede ver que los mensajes caricaturescos, de humor, sarcásticos e irónicos son los de mayores indicadores que en últimas suelen incidir en el pensamiento personal y se evidencia mayor nivel de debate a nivel de comentarios.</p> <p>Caldevilla (pág. 9) refiere que se debe tener en cuenta que <i>“todo mensaje político tiene un componente personal y otro institucional. El primero es más concreto y cercano al ciudadano, mientras que el segundo es más abstracto y lejano”</i>. Estos son justamente los que deben ser analizados por la audiencia misma y que dependiendo de este nivel, son comentados y socializados.</p> <p>Así mismo, García, Hoyo y Fernández (2014, pág. 38) recuerda que esto no se queda solo en lo online, sino que se pretendería llevar a cabo a lo</p>

		<p>offline a diferentes niveles, así, afirma que:</p> <p><i>“Ahora bien, cada iniciativa exige, para el usuario que participa, distinto grado de implicación, distinta complejidad de respuesta, desde el momento en que el organizador o el creador de un determinado movimiento en la red puede pedir solo que su receptor pulse una tecla son más (un donativo en una campaña contra el hambre) o que salga a la calle a rodear físicamente en el congreso, pasando por iniciativas intermedias como pueden ser la colaboración para encontrar a una persona desaparecida”.</i></p> <p>Se encuentran además aspectos fundamentales de los grupos analizados.</p> <p>Revista Hekatombe, comparte imágenes de diferentes grupos más y sube algunos de tipo memes, además se puede categorizar como prosumidores, toda vez que modifican varias de las imágenes apropiándolas y acomodándole el discurso de interés.</p> <p>Se lo explico con Plastilina?, publica constantemente producciones propias que le permiten destacar por la creatividad de las imágenes y frases. Muy ocasionalmente comparte publicaciones de otros grupos.</p> <p>Enrique Peñalosa Presidente, publica especialmente fotos mostrándose cercano a la comunidad, así como textos con frases de impacto en relación con sus propuestas y visiones. Por otro lado, la publicación de videos muestra un impacto igual al de las imágenes, situaciones que no sucedió en los anteriores grupo</p>
--	--	---

Tabla 8. Cuadro descriptivo de objetivos y preguntas orientadoras. Elaboración propia del proceso investigativo.

7. DISCUSION DE RESULTADOS.

En este apartado se revisará desde el aspecto teórico lo descrito en los resultados, para ello se generaran tres momentos, cada uno de ellos dando respuesta a los objetivos específicos planteado al inicio de la investigación de manera que además, nos permita cruzar las categorías de revisión de las publicaciones propuestas en los resultados. Para ello se redujeron los objetivos a subtítulos que dan cuenta de los mismos permitiendo que se resalten los temas centrales de trabajo.

7.1. Identificación de grupos ciberactivistas.

En el proceso investigativo se hizo seguimiento a 17 grupos grupos/páginas y perfiles con el fin de determinar los que cumplieran con las características propias de la misma. Luego, se delimitó la segunda revisión (mucho más exhaustiva) a 8 perfiles, grupos y páginas. Se debe contextualizar la situación (la cantidad de páginas analizadas frente a la totalidad de páginas revisadas al inicio del proceso) Sánchez (2008, pág. 63) afirma que *“la www pone hoy al alcance de la mano un acervo inabarcable de datos, accesible con carácter prácticamente universal, a cuyo incremento no han cejado a contribuir las diversas instituciones, sean gobiernos, empresas públicas y privadas, ONG, partidos políticos, iglesias, fundaciones culturales, etcétera”*. La red ha facilitado los procesos de movilización y socialización de información en este caso frente al tema político, pero por supuesto aplica a todos los demás, allí conjugan actores sociales y civiles que informados y mediatizados tienen generalmente un concepto para dar a conocer o sencillamente una concepción personal que le permite en el medio interactuar, recibir y dar opiniones, así como consumir y producir. Lo anterior lo vimos reflejado a lo largo de la recolección y análisis de la información, por ello encontrábamos desde imágenes que generaban controversia y no se consideraban fiables hasta graciosas representaciones de la realidad con las que se hacía sentir fácilmente identificados a quienes le vieran.

En los estudios revisados, así como en esta investigación, puede afirmarse que *“la web 2.0 no consiste en un cambio tecnológico aislado, sino en un modelo que concibe el aprendizaje como el resultado de la interacción y colaboración de las personas y que sitúa al estudiante en el centro del proceso, por lo que ha de entenderse como un instrumento facilitador del cambio de modelo en los procesos de aprendizaje”* (Cabero y Marín 2014, pág., 166). Con lo anterior se evidencia el impacto que ha tenido y en su evolución continuará teniendo la internet en los procesos educocomunicativos y sociales. Pues si bien pareciera estarse centrando el ciberactivismo en la sociedad civil, este se anida en la educación de una ciudadanía digital que además sensibilice para la ciudadanía offline, ya que el proceso de aprendizaje tiende a cambiar, en la medida que el internauta no sólo recibe información: la puede apropiarse, transformar y debatir de ser necesario.

A partir de ello, García, Hoyo y Fernández (2014, pág. 36) quienes retoman a Tascón y Quintana afirman que *“con la web 2.0 cualquier individuo puede tener un impacto global en su dialogo, donde se enmarca precisamente el fenómeno del ciberactivismo”*. Ubicando así el fenómeno nuestra categoría principal de investigación y centrándolo como un proceso de interacción virtual. Proceso que además está liderado por un amplio grupo de jóvenes a quienes pareciera facilitársele más el uso de medios digitales, y por ello siendo estos grandes protagonistas en el espacio, sin con ello desplazar a los mayores, quienes también participan. Y es que están abocados a hacerlo, si se tiene en cuenta el poder de este medio para comunicar, informar y a la vez producir y reproducir movilizándolo prontamente la información y haciéndola llegar a más personas en menos tiempo que con los otros medios.

Los actores y participes de estas redes tienen en común varias características que no podemos cerrarlas a rangos como la edad, las profesiones o los lugares de vivienda dadas las facilidades mismas de la red, así, no podemos decir que se identificaron los grupos por estos aspectos. A pesar de ello, la mayoría de las oportunidades se relaciona la red con los jóvenes, y si bien es clara una brecha digital que facilita tal fenómeno, Caldevilla retoma a Gutiérrez, quien en el texto *“la crisis de la generación Y”* afirma que los jóvenes son de:

“Una generación que ha crecido en un contexto marcado por las innovaciones tecnológicas. El 90% usa internet, el 60% no se imagina la vida sin ella y casi la mitad se pasa, al menos 20 horas a la semana “conectado”. Criados en una época de prosperidad y con una abundancia de conocimiento que les da poder, se distinguen por el cuestionamiento de la autoridad y las actitudes muy críticas”

Si bien los datos expuestos por Gutiérrez son basados en población española, no se puede negar que los jóvenes vienen encontrando cada vez más facilidades para el acceso a la red y a los aparatos tecnológicos especialmente en las ciudades y pueblos, más que en las veredas y en la vida rural. A pesar de ello, se logra identificar en nuestra población, situaciones muy similares como el contacto con la red, el interés y el uso que se le da a esta, así como la preferencia por las redes sociales y por algunas entre ellas, como ya se ha venido estudiando con reiteración.

Uno de los primeros elementos que es posible identificar de esta caracterización es que los procesos comunicativos de los internautas poseen las características propias de la condición juvenil (Dávila, 2004) en el sentido que se entiende que la construcción juvenil no en función de condicionantes biológicos (edad, desarrollo y madurez) sino en función de las relaciones y procesos sociales que se dan al interior de una cultura. Aunque el seguimiento de las páginas no permite identificar a los jóvenes como sujetos específicos de la investigación; los procesos comunicativos, de interacción, las formas y expresiones del lenguaje reflejan dicha condición juvenil (mensajes cortos y con una gran carga emocional, emoticones, cambio en la grafismo, etc.)

En relación con lo anterior, podemos ver que la red abre espacio a la movilización política bajo formas y expresiones propias de la condición juvenil. Aunque cada individuo tome una postura personal a partir de la que ya tiene y de la información que recibe, co-construye su forma de pensar y retroalimenta la de otros. García, Hoyo y Fernández (2014, pág. 38) hace un aporte al respecto al afirmar que la *“preparación de estos jóvenes, junto con el desarrollo de una capacidad crítica en la utilización de las redes online, intensificará la potencialidad de estas redes para ayudar a la movilización social a la participación y a la formación integral de esta generación y de las venideras”*.

Así, se deben tener en cuenta varios aspectos propios de la red social Facebook, pero además, de las personas que suelen interactuar en ella; Ugarte (2007, pág. 64) inicialmente refiere que *“Los movimientos surgen por autoagregación espontánea, así que planificar que va a hacer quien y cuando no tiene ningún sentido, porque no sabremos el qué hasta que el quién haya actuado”* reconociendo así la expectativa que genera cada publicación y sus respectivas retroalimentaciones, pues puede publicarse algo pensando que será fácilmente aceptado por su audiencia, pero es realmente una situación menor la que desencadene mayores reacciones; o incluso se encuentran comentarios sin ninguna relación con el tema. Lo anterior lo resume Caldevilla (pág. 5) con estas palabras *“quien crea, controla, espía o se introduce en una de ellas obtiene una información muy valiosa sobre los demás miembros, de manera que su mensaje puede caer en tierra fértil, e incluso se puede hacer proselitismo”*. Proselitismo evidente como lo hacía el entonces candidato Peñalosa al mostrar en todo momento sus virtudes y mejores ángulos para generar filiación y receptividad frente a la gran cantidad de seguidores, para el caso, se genera el manejo de la información para establecer intereses, acercamiento a las propuestas y acogida de las mismas, así como afianzar su perfil a partir de los comentarios de apoyo realizados por los mismos seguidores.



Con respecto a estas características Ugarte (2007, pág. 65) continúa al reconocer que en las redes sociales:

“no imponen una jerarquía de valores estricta, un juego de valores y un credo, al estilo de los socialistas utópicos o los randianos, sino que proponen “rangos”,

cauces de una cierta manera de mirar el mundo, de un cierto estilo de vida que será el verdadero aglutinante de la red. Por eso, toda esta lírica discursiva lleva implícito un fuerte componente identitario que facilite a su vez la comunicación entre pares desconocidos sin que sea necesaria la mediación de un “centro”, es decir asegura el carácter distribuido de la red y, por tanto, su robustez de conjunto”.

Así, toda opinión es parte del juego en el que se encuentran nuevas formas de relacionarse, de ver el contexto y de participar en el mismo. Y es justamente en este espacio, como ya revisábamos en el marco teórico, que según Caldevilla (2009, pág. 33) quien hace un aporte importante toda vez que permite clarificar, distinguir y delimitar la cultura digital desde cinco grandes características en los que la muestra como:

“una ola de restablecimiento social (de ahí su empaque político) que conecta con comportamientos cada vez más latentes de nuestra sociedad: el gusto por la creación de información y conocimiento compartido; rechazo al adoctrinamiento ideológico y a las jerarquías piramidales verticales; nuevas formas de relacionarse y sociabilizarse; reconocimiento a los liderazgos que crean valor; sensibilidad y curiosidad por los temas más cotidianos y personales y creatividad latente como motor de innovación”

Dicha cultura digital se puede ver en el seguimiento realizado en la página “*Se lo explico con plastilina*”? al producir y reproducir las imágenes de manera artística y adaptándoles comentarios e información que demuestra su postura en algunas situaciones políticas y sociales en general. La página, además comprende que si bien produce, no es última su palabra, pues se da el espacio para recibir retroalimentación de sus producciones y se evidencia entonces una jerarquía horizontal. También sucede con Revista Hekatombe, en este caso, no son productores directos de imágenes, ni contenidos tan artísticos como la página previamente indicada, pero si suelen modificar o compartir información con comentarios iniciales que generen participación y hacen que la audiencia se sienta en la libertad de aportar y comentar. Estos aspectos

comunes los encontramos en Peñalosa y podemos retomar de este y complementar diciendo que es él quien aporta el impacto de temas cotidianos, centrando la página a modo de bitácora personal de campaña y desde los videos que serán analizados más adelante.

Así, desde la participación política que se mueve en la red, se buscaron perfiles inicialmente de personajes que participan y son reconocidos directamente por su rol en el espacio político, lo que además permitió encontrar varios grupo o páginas con visión de comunidad que compartiera información y que como Rincón (2011, pág. 75) en el texto *mucho ciberactivismo, pocos votos*, describió el fenómeno ocurrido con Mockus, al confirmar que él *“logró ser una vedette del ciberactivismo básicamente porque piensa “cómo internet” y es un personaje “celebrity que encaja en los modos que toma la política en la actualidad”*. Además, retomando este mismo texto y en donde en general se analiza la campaña electoral y se muestran los alcances que halló al llevar la política a la red para quienes comprendieron que se debe saber *“estar en la web (saber producir comunicación en internet y saber trabajar en redes)”*, así como comprender el alcance de *“coproducir (acción guiada por la autoorganización, la descentralización y la horizontalidad)”*. Rincón 2011 pág. 80.

Este mismo proceder lo encontramos en los grupos y páginas analizados, pues la política definitivamente se quedó en la red y quienes se pueden reconocer como sus principales actores son los actores de las páginas, quienes deben tener un pensamiento que les permita ampliar la visión a la audiencia, comprender lo que esta quiere, lo que le interesa, al tiempo que moviliza la participación y la información circula por otros grupos y/o perfiles personales. Podemos cerrar este primer nivel de análisis con el aporte de Ugarte (2007) quien en sus palabras define que *“un ciberactivista es alguien que utiliza internet, y sobre todo la blogsfera, para difundir un discurso y poner a disposición publica herramientas que devuelvan a las personas el poder y la visibilidad que hoy monopolizan las instituciones”*.

En este punto, podemos decir que si bien el primero de los objetivos específicos se ve relacionado desde la teoría en las líneas superiores, bien vale la pena reconocer que este se da en la práctica metodológica, en el análisis de resultados y por lo mismo en la experiencia investigativa. En este nivel, podemos identificar la categoría de redes sociales, pues se especifica que es allí donde encontramos el grupo poblacional a trabajar; la interacción que es el punto central de participación y socialización del pensamiento político y social; la participación juvenil, o de sociedad civil desde la que se identifican actores y participes de la investigación fundamentales tanto en cifras como seguidores, así como en el aporte de opinión y en algunos casos acción offline; cibercultura, gobierno 2.0, ciberdemocracia y ciberactivismo, son categorías que son revisadas someramente desde este nivel.

7.2. Descripción de los grupos/perfiles y páginas con fines de análisis del ciberactivismo en el contexto Colombiano.

A partir del proceso de identificación de las páginas en Facebook, se realizó un proceso riguroso de seguimiento basados en la etnografía web que además nos permitió establecer las características de la situación Colombiana al respecto de la contienda política y sus manifestaciones en este espacio. Así, en el proceso investigativo, se tuvo en cuenta aspectos como la cantidad de publicaciones, fundamental para establecer la actualización temática y de ciberactivismo; cantidad de seguidores, estableciendo la audiencia con respecto a cada grupo/página o perfil según fuere el caso; la movilización de información, representada especialmente en los indicadores: Likes / me gusta, comentarios y compartidos; y claramente lo anterior relacionado directamente con el tema político y específicamente para el caso con las campañas presidenciales para 2014 en Colombia.

Si bien en lo anterior se encuentran aspectos numéricos estos reafirman los aspectos cualitativos a tener en cuenta en el proceso investigativo y que para el caso Ugarte lo identifica como *“la visibilidad y, por tanto la autoconfianza del número, es la*

clave para alcanzar el tipping points momentos en los que se alcanza el umbral de rebeldía y la información y las ideas se propagan por medio de un número de personas que crece exponencialmente” (2007, pág. 66) ello referenciado a los grupos pero aplicable también al proceso en general.

Aun así y teniendo en cuenta la relevancia que se le da a los indicadores, no se puede hablar del ciberactivismo solo desde el análisis de las cifras y olvidar por ello la movilización contundente a otros niveles, como lo recuerda García, Hoyo y Fernández (2014, pág. 37) al mismo tiempo que define y aclara al afirmar que:

“se trata, en definitiva, de una forma de ciberactivismo social o movimientos ciber-sociales que implican no solamente una participación activa a través de las redes sociales, sino una movilización individual/social en la vida real de las personas (McCaughey y Ayers 2003). El ciberactivista es “activo” online y offline; en esta concepción, no cabe la definición reduccionista de ciberactivismo entendido como clickactivismo”.

Desde la anterior reflexión, existe una marcada diferencia entre el activismo exclusivamente mediado por las “pantallas” al que los autores llaman “clickactivismo”, frente al activismo que se expresa no solo en las publicaciones en red, sino que trasciende a todos los escenarios de tipo social: la calle. En el caso de los seguimientos realizados, podemos situar a este nivel el caso de la página de Peñalosa, en ella se encuentra un alto nivel de tipping points o clickactivismo, como lo encontramos en la cita anterior, pues sus indicadores (especialmente a nivel de likes) fueron altos la mayor parte de tiempo, sin embargo, el interés se encontraba también en el espacio offline, toda vez que se invitaba a concentrarse o movilizarse en “pedaleando por Colombia” el día 18 de Mayo, encuentro del que luego se publicaron fotos y se compartieron experiencias.

Del mismo modo, continúan García, Hoyo y Fernández (2014, pág. 38) señalando que las redes dan a sus usuarios una ventaja al abrir el espacio para la participación social, espacio que antes no se tenía, facilitando así a las organizaciones la difusión y al mismo tiempo a los receptores, la información, de manera tal que el

acceso a la información ahora permite acceder a las noticias, eventos y de manera más directa e incluso según los intereses personales. De allí que un grupo de personas, quienes puede que se conozcan o no, y que tengan el mismo interés, se propongan unirse para hacer público, ya sea una queja, denuncia, reconocimiento u otros; al respecto Ugarte (2007, pág. 64) lo reconoce *“cuando se alcanza un cierto umbral de gente que no solo quiere sino que cree poder cambiar las cosas, el cambio se hace insoslayable”*. Un total efecto del ciberactivismo, que no en todos los casos se da, y al respecto se deben revisar tanto las características de ciberactivista como los límites de tal fenómeno propuestos por Rincón.

Es importante reconocer que desde la perspectiva teórica y del análisis de los datos, las tres páginas a las que se hizo el seguimiento demuestran un muy alto nivel de participación: comentarios, likes y compartidos por los seguidores, sin embargo el cuestionamiento frente al impacto de dichos procesos en las campañas electorales no se hizo tan contundente. Si se aplicará la diferenciación establecida por García, Hoyo y Fernández (2014), estas páginas reflejarían procesos de “clickactivismo” antes de “ciberactivismo”.

Un claro ejemplo puede situarse en páginas como Avaaz (a la cual no se le hizo seguimiento), en donde no se encuentra la reconocida marcha presencial que de manera frecuente reportan en los noticieros por el impacto que genera las peticiones de un grupo de personas que recorren un espacio físico, sino que se presentan como “comunidad global de movilización online que integra la acción política impulsada por la ciudadanía dentro de los procesos de toma de decisiones globales”. En el contexto en el que no encontramos, ello implica, gente de todas partes del mundo y que no necesariamente se conoce o se ve directamente afectada, agremiándose y apoyando una movilización virtual que evidencie y redunde en el interés de más personas por la dificultad social o política específica que afecta a la comunidad generalmente a nivel offline. Esta movilización pasa de ser presencial a virtual y establece el impacto que la interacción en red puede tener, pues además se puede compartir en diferentes medios y dispositivos para invitar a firmar la propuesta.

A nivel de las características que faciliten al ciberactivista como personaje central, más que como fenómeno son retomadas por Rincón (2011, pág. 83 y 84) de Lasillavacia.com al equiparar a Mockus con internet y señalar que: no son lineales, pues produce discursos interconectados y enlazados con links; se comunica con imágenes y puestas en escena; usa avatares, mostrándose desde diferentes roles e identidades; es transparente, por la facilidad de comunicación directa con los demás; permite múltiples lecturas, en gran medida por el rol; es circular, retoma todo tipo de información y de temáticas; es global y universal, pues tiene impacto a estos niveles; además es de construcción colectiva, dado que cada uno puede aportar y co-construir; así mismo, para el caso Mockus o el candidato que se apoye de este medio es una celebridad, que deja de lado además, lo público de lo privado, se expone a que se conozca todo de este y abre las puertas a muchos aspectos de su vida personal, más que en otros medios.

Del mismo modo, los límites que revisa Rincón (2011) con respecto al ciberactivismo, nos van centralizando en aspectos característicos de la política colombiana y ubica así cinco de ellos: el principal límite se enmarca en esa vieja política que aún se vive y que en compañía de aspectos como el clientelismo, el chantaje electoral, la campañas centralizadas en el candidato se pueden definir como sucias y de desprestigio por el otro, donde se tiene alta confianza por las encuestas lo que produce inestabilidad. Esta publicidad en medios –disfrazado bajo la figura de encuestas de opinión- se ha hecho popular y normalizada entre el proceso electoral y del que por el momento circulan especialmente burlas e ironías, podemos decir que esta situación que se vuelve personal. Es claro que muchas veces en estas redes se dan una gran cantidad de ataques personales entre los cibernautas. Al respecto la revista hekatombe por ejemplo, publica varias imágenes de burla frente al candidato Zuluaga y estas prevalecen para desacreditarlo por ser respaldado por el expresidente Uribe, en frases como “que comiencen los juegos del hambre” o caracterizado en la película “mafia II”, junto con sus actores secundarios, esto, además que se presta en la página para reiterar constantemente el apoyo por Clara López, y en ningún momento se centra en la propuesta de gobierno o en los planes de la campaña, sino que se queda en ataque personal al candidato.



Si bien una de las características que permite la red es la creación de nuevas tendencias, evidenciar la emoción de las masas, generar adhesiones para diferentes finalidades así como propiciar el surgimiento de movimientos sociales, aflorar sentimientos y mostrar interés y apoyo por las propuestas de algún fenómeno, también se ha establecido que la gran debilidad de esta es que no se mantienen los procesos con la misma magnitud de lo online a lo offline. En el caso de las elecciones se crearon hashtag como #NiSantosNiZuluaga y #1demayo en revista Hekatombe, #podemos que fue insignia en el caso de Peñalosa y #cacerolazosumerce en “se lo explico con Plastilina?”, por nombrar algunos. Estos no solo se quedaban en lo online, sino que además promovían la movilización presencial, como en el caso de las marchas del primero de mayo, reportando la presencia o situación en diferentes partes del país.

Otra de estas mismas vivencias, se puede citar como ejemplo de la realidad colombiana en gran medida en relación con el desprestigio y demás el comentario donde afirma que *“si la política colombiana es de derecha es porque el espacio social de la izquierda y el progresismo es demonizado como “guerrillero”, y así el espacio electoral nacional se juega entre opciones conservadoras. En efecto, a la centroizquierda y el progresismo ciudadano las fuerzas solo les alcanzan para ganar alcaldías locales y algunos puestos legislativos”* (Rincón 2011, pág. 76).

Un segundo limite es que se cuenta con el poder del dinero y de la manipulación, desde el clientelismo practicado por la política tradicional que aun alarga sus ramas y se encuentran casos de compra de votos, cambios por empleos, mejoras de vivienda o ayudas de contratos millonarios, además frente a las redes sociales, se

contrata personal capacitado para manejar la web teniendo en cuenta que en gran medida existe una reticencia y distancia por el manejo de tal espacio, aun así y con la contratación de profesionales, se ha llevado la corrupción a la red misma y a los medios tecnológicos en general, situación que está actualmente en investigación por el caso de Hacker del candidato Zuluaga y de quien en gran despliegue se publicó en internet desde las sátiras, ironías, indignación y en general el humor, como las publicadas por la revista Hekatombe en el caso de la parodia realizada sobre la caratula de la película Swordfish, mostrando de manera irónica que allí se contrata a un especialista informatico para realizar una tarea de su area de conocimiento, allí de paso se involucran los rostros y nombres de Alvaro Uribe, Oscar Ivan Zuluaga, Andres Sepulveda y Lina Luna Allí, así como en muchas imágenes y comentarios similares se evidencian el desacredito por los otros, manipulación y juego de la imagen pública a cualquier nivel.

Un límite más revisado, es que desde los medios de comunicación se continúa promoviendo la ola sentimental de la situación política y es que son en los noticieros y en general en la televisión y en la radio donde las campañas se corre el denominado ventilador ampliando y facilitando la pelea y campañas sucias que desprestigian a unos y a otros, generalmente tomando partido; es allí donde se promueven los debates presidenciales que en esta ocasión dejaron a cinco políticos pelando el cobre y destilando veneno unos por otros. En este punto se pueden retomar situaciones dadas y analizadas desde la página, “se lo explico con Plastilina?” a partir de la noticia expuesta de las palabras dadas por Francisco Santos, recomendando a Zuluaga antes que a su primo Santos, se recrea la situación en plastilina, sin embargo, se recibe el aporte de un comentario y se mejora la “caricatura” vistiéndola como Helenita Vargas y diciendo “pocos lo conocen como lo conozco, lo conozco yoooo”. Por supuesto y ante la creatividad los indicadores no se dejan esperar, pero se evidencia el afán de generar controversia y malestar. Como esta, se encuentran otros más casos en los que se establece que los candidatos permanecen en continua pugna y que ella además tiene tintes personales.

Otra gran conclusión y límite del ciberactivismo es que no se hace democracia sin los políticos, personajes fundamentales que en últimas prestan su figura para mostrarse como base de los partidos políticos, de los pensamientos e ideas propuestas y de los que se puede mostrar un modelo a seguir, solo que este modelo no es perfecto, tiene defectos, pero además comete errores. Definitivamente la democracia depende del quien pueda mediar, consensuar y negociar para empezar, pero además de quien tenga recorrido en el tema, pueda tener el país en la cabeza y de paso sea cargue o mantenga la incredulidad que sobre la politiquería recae. En los seguimientos, se encuentran algunas imágenes alusivas al tema, pero específicamente podemos citar la imagen creada en plastilina de los expresidentes Samper, Uribe, Santos y el candidato Zuluaga, acompañado de un letrero que dice “Colombianos todo fue a nuestras espaldas” y no se queda atrás el comentario que recuerda que faltaron Pastrana y Gaviria. Personajes que han tenido la osadía de representar ideas de un grupo o partido político y que sin la imagen de uno de ellos, las propuestas no tendrían nombre, en últimas se nos invita a votar por un rostro que tiene en sus espaldas un listado de planteamientos a seguir y quienes también tienen una historia de vida profesional, personal y laboral que ocasionalmente (casi siempre en épocas de elecciones) sale a relucir.

El último límite y quizá el más delimitante del ciberactivismo son los mismos ciberactivistas, aquellos quienes habitan y coexisten en la red pero que en gran medida son activistas de pantalla, de amigos de red y quienes en su habilidad para comunicarse mediante ella, no logran la misma convocatoria en la red que en la calle y principalmente en el voto que es donde directamente se ve reflejada el propósito democrático en la realidad Colombiana. Así, el fenómeno y sus protagonistas se quedan cortos en sus propósitos de acción pública en donde difícilmente se recrea lo que pareciera ser cierto en la web. Si bien el proceso investigativo no tiene como fin hacer seguimiento hasta el momento en el que se define un candidato electo y se queda en la primera ronda en la que no se vio un ganador definitivo, en las estadísticas publicadas por revista Hekatombe, se mantenía contacto a través de las redes sociales de lo publicado por la registraduría, en espacio, fue allí, donde se evidenció, que a pesar que la página de Peñalosa mostró bastante acogida y los comentarios de revista

Hekatombe y de “se lo explico con Plastilina?” apoyaban constantemente a Clara López, no fueron estos los candidatos que pasaron a segunda ronda y si en cambio quienes se habían destacado por mas controversia generada. Allí la coherencia de este último limite, frente a la que se puede cuestionar: ¿acaso no todos los comprometidos con la causa a nivel online salieron a votar?, ¿se retractaron?, ¿pensaron que perdían el voto?, ¿son más quienes aún no ingresan a la red y que estaban de acuerdo con los candidatos ganadores?

Así las cosas, desde la etnografía web, se puede establecer que los jóvenes en las participaciones que realizan exponen sus percepciones frente a la realidad nacional y sus expectativas, allí se denotan nuevamente categorías de análisis como participación juvenil, interacción y se evidencia con mayor impacto el concepto de gobierno 2.0, cibercultura y cibreactivismo, toda vez que lo analizamos desde la propuesta y el análisis de Rincón.

7.3. Contextualización de contenidos movilizados y su impacto.

La información que circula, que se moviliza en los grupos y páginas participes de la investigación, se categorizó en el proceso de análisis de resultados, para ello se dividieron según la información que se publicaba, teniendo en cuenta que cada una tiene aspectos específicos. Uno de los espacios característicos fue ocupado por la imagen, a partir de la que se llegó a la audiencia de manera rápida, eficaz y diciente. Del mismo modo, el texto tiene un similar impacto, muestra gran profundidad a nivel de información, no siempre se queda solo allí, también se encuentra en carteles editados que le presentan de manera más pensada. Cabe pues, como resalta Caldevilla (pág. 9) tener en cuenta que *“todo mensaje político tiene un componente personal y otro institucional. El primero es más concreto y cercano al ciudadano, mientras que el segundo es más abstracto y lejano”*.

Dentro de los principios del gobierno 2.0 (Caldevilla 2009, pág. 38) como se revisaba ya en el marco teórico, se tenían en cuenta algunos de ellos y frente a los contenidos afirma que el receptor tiene control del mensaje tanto de lo que recibe,

como en qué momento interrumpirlo, además, la red permite el espacio para contrastar la información recibida. El medio mismo *“favorece el humor: las parodias circulan más rápido que las doctrinas”*. Si bien, hablamos de política, al tema se le puede ver desde el humor, frente al que se encuentra mayor nivel de indicadores, pero como el interés no es solo cuantitativo, también cabe resaltar que contenidos como los de *“se lo explico con plastilina?”* al ser compartidos, no solo permiten tener en el muro personal aquello que causó gracia para que genere lo mismo en la red se seguidores del usuario, sino en gran medida, recomienda o genera la inquietud frente a la página que crea la publicación, atrayendo aún más audiencia.

El análisis de la información – y que se hizo evidente en la presentación de los resultados- el uso del video como herramienta de información tuvo marcadas diferencias con el desempeño en general de esta en otro tipo de páginas. En la revisión inicial fue evidente que el contenido informativo mediado por video no era muy consultado por los usuarios (cabe anotar que a diferencia de las imágenes, se encontraban menores cifras con respecto a Likes), sin embargo y en el caso de la página de Peñalosa se evidenció gran cantidad de indicadores de observación, valoración y circulación de estos materiales (likes, compartidos y comentarios). Los videos se concentraban en presentar, en forma pedagógica y puntual el programa de gobierno del candidato.

En el caso antes mencionado, se puede interpretar y relacionar de nuevo con Caldevilla (2009, pág. 32) quien se refiere en gran medida a la herramienta utilizada por Peñalosa al subir un grupo de videos a *YouTube*, permitiendo *“al ciudadano interpellando así con él cara a cara a través de la pantalla del ordenador, una comunicación cercana a la obtenida en televisión pero mucho más agresiva al mirar al espectador “a los ojos” y con la peculiaridad de que este nuevo espectador puede elegir en que momento comenzar y terminar la comunicación”*.

Evidentemente las herramientas no se quedan allí, se encuentran situaciones en el escenario internacional como en el caso de Obama en donde se invitó a los internautas a aportar algún donativo monetario o aportar con alguna acción producto o servicio. Aquí también pude citar la experiencia de Avaaz que como ya mencionaba

con anterioridad desde donde se denuncian situaciones irregulares con el ánimo de reunir adeptos en internet. Si bien estas situaciones no aplicaron a los grupos y páginas analizados, hacen parte del movimiento ciberactivista por el que se puede movilizar, concientizar y hacer partícipes a otros. Lo anterior lo expone García, Hoyo y Fernández (2014, pág. 38) al señalar que:

“Ahora bien, cada iniciativa exige, para el usuario que participa, distinto grado de implicación, distinta complejidad de respuesta, desde el momento en que el organizador o el creador de un determinado movimiento en la red puede pedir solo que su receptor pulse una tecla son más (un donativo en una campaña contra el hambre) o que salga a la calle a rodear físicamente en el congreso, pasando por iniciativas intermedias como pueden ser la colaboración para encontrar a una persona desaparecida”.

Continuando con el tema de interés y retomando nuevamente las palabras de Juanita León, citada por Rincón (2011, pág. 75) que ya se revisaban anteriormente:

“Mockus tuvo éxito en la red casi por las mismas razones por las cuales fracasó en la televisión; porque no piensa de manera lineal sino que ofrece links a otros temas que tienen que ver pero que abren más que cerrar las ideas (...) no establece fronteras entre lo público y lo privado; (...) usa imágenes y símbolos (...) es transparente y (...) más que ofrecer soluciones desde arriba estimula la acción colectiva. Es decir, porque él piensa como internet”.

Internet representa un constante ejercicio de co-construcción, de búsqueda de interacción y motivado por el interés de la audiencia por ciertos temas. Es por esto que los diferentes autores consideran que el perfil de un ciberactivista debe estar enmarcado en *“el ciudadano global se caracteriza por ser alguien que tiene desarrolladas las siguientes capacidades: es consciente de la amplitud del mundo y tiene sentido de su propio papel como ciudadano del mundo; respeta y valora la diversidad; desea actuar para hacer del mundo un lugar más equitativo y sostenible; es responsable de sus acciones”.* (González y Martínez 2004, pág. 54).

Al aplicar los criterios de caracterización del ciberactivismo -siguiendo autores como Caldevilla (2009), Gonzalez y Martinez (2004) entre otros- es posible indicar que las tres páginas cumplen con gran parte de estos criterios, sin embargo no es posible encasillarlos totalmente en la denominación de ciberactivismo. En primera medida, es claro que no todos los grupos y páginas hacen el tránsito entre lo virtual a lo real: “se lo explico con plastilina?” no busca que sus reflexiones, productos y creaciones artísticas promuevan una movilización fuera del escenario virtual. En el caso de Hekatombe se da un proceso de reflexión –al interior de la red- pero utilizando ejemplos y situaciones tomadas de escenarios no virtuales. Por último, la página de Peñalosa busca movilizar a sus seguidores, sin embargo sus publicaciones tienen una clara intencionalidad política y de conveniencia para sus propios intereses, lo que va en contra de los criterios del activismo en la red. Aunque podemos ubicar allí (en el escenario del ciberactivismo) a los grupos a quienes se le hizo seguimiento, no podemos decir que cada uno, cumple a cabalidad con las características antes mencionadas.

Aspecto importante en el desarrollo de este proceso investigativo fue el reconocimiento del poder de convocatoria que tienen hoy las redes sociales virtuales. En el caso de Hekatombe y “se lo explico con plastilina?” se encontró que este tipo de páginas comenzó a tener un reconocimiento de gran cantidad de nuevos seguidores a partir de las redes sociales, sin utilizar otros medios de comunicación que les dieran a conocer. En el caso específico de Peñalosa, no sería posible indicar esto, por su misma calidad de candidato y figura pública, el uso de las redes sociales se convirtió en un aspecto accesorio. La revista Hekatombe (creada en 2010), “se lo explico con plastilina?” (creada en 2012), demuestra maduración y crecimiento, en ellos se observa el interés por hacer partícipes a los demás y seguramente han recibido sugerencias que les han permitido cambiar y crecer. En el caso de Peñalosa (creada en 2014), se evidencia necesidad de llevar la campaña a la red y no de continuar o permanecer como figura pública, pues fue creada en febrero y dejó de moverse en Mayo, justo cuando se conocieron los resultados. El candidato, tenía claro que se comunicaba con el mundo por este medio, por ello compartía videos de personas que lo recomendaban

desde todas las partes de este, sin embargo, su interés y comunicación con los seguidores terminó con la derrota.

En consonancia con Rodríguez (2013, pág. 173), quien hace la distinción entre la sociedad real y virtual indicando que estos escenarios son diferentes, pero interrelacionados en la medida que las situaciones que se dan en una, se reflejan en la otra: podría aventurarse a representar esta relación con la que se da ante la imagen que se refleja en el agua: se sabe que es una representación de “lo real” pero las condiciones del medio provocan distorsiones.

Respecto a otra de las características estudiadas: el impacto de las acciones ciberactivistas en la transformación de los escenarios sociales, específicamente en sus seguidores, González y Martínez (2004) indican que:

“las sociedades democráticas necesitan ciudadanos reflexivos con respecto a los grandes problemas y temas de debates que en ellas se suscitan; ciudadanos que sepan construir su propia opinión y que participen activamente en las decisiones sociales, sujetos que sean miembros conscientes y activos de una sociedad democrática que conozcan sus derechos individuales y sus deberes públicos” (pág. 57)

La investigación permitió identificar que al respecto se generaron procesos de movilización de opinión, entendiendo este tipo de acciones como una expresión de condiciones de carácter democrático: *“las sociedades democráticas deliberan y reflexionan sobre los asuntos que preocupan a los ciudadanos. Esta reflexión colectiva es fundamental para potencia el entendimiento, el análisis y la toma de decisiones”* Rodríguez (2013, pág. 173).

8. CONCLUSIONES.

“La red, parafraseando a Bernard de Duguesclin *“ni quita ni pone Rey, pero ayuda a su Señor”* Caldevilla (pág. 4)

Caracterizar el ciberactivismo frente al proceso electoral de 2014 en Colombia, lleva a indicar que este fenómeno se encuentra en constante desarrollo. En el campo específico del ejercicio hecho, se hizo evidente por medio de estrategias comunicativas que afectaron situaciones sociales y políticas en desarrollo. El uso de esta herramienta, no solo por los administradores, sino por los usuarios en general, se presenta como un desahogo social que no sólo le brinda estrategias a los políticos con nombre propio, sino que empodera fuertemente a las agrupaciones de jóvenes y adultos interesados en generar un cambio de opinión y movilización de información. En procura de comprender el fenómeno, se hace necesario establecer sus principales características producto del ejercicio investigativo y con el ánimo de aportar a la construcción de la categoría ciberactivismo-ciberactivista:

1. Socialización virtual de opinión.

2. Continuidad y actualidad.

3. Raport on line: mantener el enganche con la audiencia.

4. Apertura del grupo: todos son bienvenidos.

5. Preocupación social.

1. Se evidencia el impacto de la creatividad que tienen los memes, las imágenes y montajes que acompañadas generalmente por un texto permiten demostrar opinión y a partir tanto de las tradicionales herramientas como Word o Power Point, como de sencillas apps que se descargan gratuitamente como “yo digo”, se encuentra la posibilidad de editar y coproducir para socializar. El nivel de vinculación entre estos productos y sus seguidores se puede evidenciar en los

niveles de indicadores obtenidos bajo los cuales se logran grandes grupos de seguidores, o reconocimiento en escenarios que no son los propios de la red.

Claro está, el ciberactivismo establecido desde el tema político, se encuentra liderado, por personas que además del interés por las temáticas políticas, tienen las capacidades para generar altos niveles de opinión sobre las que se puede trabajar y emprender acciones para sistematizar y analizar la viabilidad para llevarlo a la acción.

Según lo anterior y teniendo en cuenta el impacto de los fenómenos comunicativos en procesos sociales, se debe pensar en las posiciones educativas para apoyar el proceso sin olvidar algunas que han sido estudiadas y que se retomaron en el estado del arte. Justo en esta intersección entre comunicación/educación, se puede rescatar el aporte que hace Freire citado en Barbero (2003, pág. 40) al señalar que *“ya nadie educa a nadie, así como tampoco nadie se educa así mismo, los hombres se educan en común mediatizados por el mundo”*, develando la importancia infinita de la mediación, el impacto de este proceso de ser y de estar en el mundo y la realidad que rodea a los sujetos, en el proceso de participación del ser humano con su entorno.

2. La red permite un constante flujo de información que permanentemente es actualizada por los usuarios: no solo aquellos que administran las páginas, grupos y perfiles, sino por todos los que participan en la misma. En contraposición con los medios de comunicación tradicionales, la información no es un bien perteneciente a un grupo económico o político, sino que se convierte en una construcción colectiva, con todo lo que ello implica: confusión, no verosimilitud en muchas fuentes, diversas versiones del mismo hecho, etc. Aspecto fundamental de las redes sociales es la capacidad de acceder, participar, construir y “destruir” desde el conocimiento, desde la información. Elemento nuclear del ciberactivismo es que aquellos que buscan fomentarlo en

las redes sociales aprovechan esta doble característica (continuidad-actualidad) para movilizar las opiniones de sus seguidores.

3. El *raport online*, retomando este término de la terapia sistémica familiar Taylor y Bogdan (1987) en la que se es imprescindible generar un espacio de “enganche” (vinculación afectiva entre los sujetos) que permita ampliar el espacio web para la cercanía con el interlocutor, en este caso con la audiencia, se trata de administrar entonces un espacio de interacción pero reconociendo la situación misma de la red: no jerarquización, (todos construyen, todos opinan, todos aportan) y el espacio para mostrarse como pares es fundamental para mantener el enganche en el grupo. La forma es que se expresan los administradores de las páginas estudiadas, el uso de imágenes con un alto contenido emocional (rabia, dolor, humor) y de búsqueda de un “lenguaje común” (la música, el video, el chiste y el sarcasmo) permiten que los sujetos que participan en estos escenarios generen relaciones más “cercanas” y amables, a pesar de no conocerse en persona. Esto no excluye que también este tipo de vínculo co-construido haya desembocado en la crítica personal, en la persecución y el ataque a los individuos).

4. En el espacio web, además hay cabida para todos (si se da por hecho que todos tiene acceso técnico al espacio virtual), sin importar la edad, el color, la raza, el estrato, la identidad sexual, es un espacio amplio que va permitiendo espacios de interés en los que todos son bienvenidos y generalmente piensan similar; evidentemente no piensan igual, pero entre las diferencias no se va más allá del comentario o de la discusión que en la mayoría de las ocasiones no tiene conclusión. Ya que el espacio es abierto, así misma es la información y lo que se establece como línea de respeto es no discriminar a algún grupo social, más bien allí se encuentra apoyo para todos, no siempre por identificación, más bien por reconocimiento del afán ajeno.

Esta característica es precisamente la que permite que el fenómeno del activismo haya mutado al ciberactivismo. Aunque los teóricos plantean ciertos aspectos comunes, esta investigación permitió identificar que en el ciberactivismo se corre un riesgo: cualquier persona podría utilizar la red para hacer activismo, sin embargo es claro que hoy se dan manifestaciones que no pueden ser consideradas “activistas”: la violencia y el sufrimiento, el morbo de las imágenes que buscan “concientizar” a las personas. El límite entre buscar educar y movilizar a través de la red y convertir esta en un espacio de morbo y voyerismo frente a diversas problemáticas sociales es un límite difuso y delgado que por ahora sigue bastante móvil.

5. Si bien el activismo en red se avoca al tema político –inicialmente- es imposible desligarle de otras situaciones del país. El activismo en la red está abordando multitud de problemáticas de diversa índole: temas sociales, económicos, culturales, medio ambientales entre otros. El principal elemento que fomenta esta aumento inusitado de problemáticas y de activistas tiene que ver con la facilidad de acceso a las herramientas web. Dichas situaciones de denuncia que parecieran distantes del quehacer político, no lo son tanto toda vez que se ven atravesadas por el mismo, cuando se citan las normas y las leyes con el fin de establecer una ruta de solución a seguir en el estado social de derecho. Allí, los “servicios sociales” toman un tinte político cuando se reflexiona en su relación con lo gubernamental y más aún cuando se acerca una contienda electoral y se deben escuchar opciones, formular preguntas y tomar decisiones para lo que viene a futuro.

Retomando a (Caldevilla 2009, pág. 35), y en relación con lo antes expuesto *“podemos decir que estamos ante una nueva forma de hacer y pensar la política, que entiende la importancia de la conversación e interacción social y el cambio cultural”* Y si entonces hablamos de un cambio en la agenda pública, la inclusión de un nuevo orden del día, -como lo define Caldevilla (2009, pág. 43)- se evidencia allí un cambio cultural,

encontrando allí espacios de denuncia, socialización y grandes rasgos de creatividad para concebir la realidad política colombiana.

Del mismo modo, podemos decir que los ciberactivistas sean del rango generacional que sean, *“son como las redes sociales e internet “implican otros modos de hacer política: todos hacen campaña, todos devienen creativos y activistas, todos son la red que mueve, todos habitan la moda de internet para sentirse interactivos, fluidos y móviles”*. Rincón (2011, pág. 78)

En este espacio es fundamental reconocer que el ciberactivismo no queda solo en lo político, no es menos que lo social y por ende parte de lo educativo toda vez que el proceso de formación de contenidos no discrimina lo fundamental del ser en sociedad. En los formadores o cuidadores primarios (incluimos allí a maestros, padres, tíos, abuelos y vecinos) quienes son también actores sociales, está el papel del ejemplo por el voto, de la convicción por la decisión tomada y de la importancia de la participación democrática; sin embargo, es en la escuela donde de se masifican las miradas para proponer quehaceres y promover proyectos, proyectando que la política colombiana no siempre deja libre la elección a “conciencia”.

Del mismo modo y frente al campo de la comunicación educativa en los espacios tecnológicos tiene mucho que decir desde conceptos como cultura mediática y tecnicidad, Huergo (2006) retoma a Mata y afirma que esta refiere a las prácticas, los saberes y las representaciones sociales y la transformación de la producción de significados.

Además, continúa Huergo (2006), “lo comunicacional/ educativo se produce como forma ligada al consumo cultural” y reflexiona al respecto sobre la facilidad de acceso que encuentran hoy en día las personas, receptores que tiene así mayor acceso a la información y por lo mismo consumidor y productor logrando discernir y movilizar información. A partir de allí se puede tener en cuenta las alfabetizaciones múltiples que establece Huergo y que justamente producen alfabetizaciones

posmodernas, dadas a partir de modos de comunicación, estructuraciones de la percepción, creencias y expectativas.

Al respecto, Rodríguez (2013) propone tres objetivos de la educación en internet que deben tenerse en cuenta si se quisiera llevar la “educación en internet” a la realidad en las aulas; primero, mostrar la diversidad que ofrece la red; segundo, abordar los peligros de estos y por último reflexionar sobre el impacto de internet en la sociedad y en las vidas de cada uno. Sobre este último aspecto, se enfatiza en la necesidad de reflexionar con grandes y chicos la responsabilidad, el impacto y en general la realidad de las sociedad democrática que ahora se ha trasladado a la red. Este tipo de espacios, deberían permitir el ampliar la visión y la pluralidad de temas y páginas que son visitadas a diario. En gran medida la propuesta proyecta la posibilidad de que los niños y jóvenes que reciban este tipo de formación puedan llegar a racionalizar y ampliar el uso de la red de manera proactiva, más que intuitiva y sobre-estimulada como puede encontrarse actualmente.

En textos como “Aprendizajes con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos”, y “Ellos vienen con el chip incorporado” de las autoras Linda Castañeda y Rocío Rueda, respectivamente, se encuentran varias experiencias y claves para llevar al aula de clases, la enseñanza a través de los medios tecnológicos y las redes sociales; lugar desde donde se anida el aporte educomunicativo. Rueda, específicamente, propone hace uso de hipertexto, movilizándolo la tradicional revista o periódico escolar al uso de las tecnologías de la información y permitiendo ampliar el acceso a este en la red. Así, mismo, Castañeda, muestra paso a paso como crear una red social, sus ventajas y proyecciones. En el capítulo: aprender a vivir en el ovillo. Las redes sociales como tema transversal, por Rodríguez Cifuentes, establece las redes sociales como un pretexto para retomar temas centrales de la formación del ser para la vivencia en comunidad, para la convivencia.

Del mismo modo, Rodríguez (2010. pág. 108) en el texto de Castañeda, retoma al MEC 1993 al señalar que:

“los temas transversales contribuyen de manera especial a la educación de valores morales y cívico, entendida esta como una educación al servicio de la formación de personas capaces de construir racional y autónomamente su propio sistema de valores y, a partir de ellos, capaces también de enjuiciar críticamente la realidad que les ha tocado vivir, e intervenir para transformarla y mejorarla”

Finalmente se puede propender porque la formación de ciudadanía no se quede en el ser y hacer en la calle, sino que vaya y vuelva de la misma manera como las personas actualmente interactúan en la red y mantienen sus relaciones offline, permitan ampliar los alcances de los valores humanos y se aplique no solo en las aulas desde el área de Sociales, sino que se propenda por ejercer la experiencia de la vida en sociedad que se emula en la escuela desde el gobierno escolar, desde la cotidianidad en la radio y el periódico escolar, desde proyectos como el PRAE, el reciclaje y la huerta, las propuestas de emprendimiento y la construcción de proyectos de vida. Se piensa en algo más allá del voto, en algo que de paso permita popularizar la netiqueta, del mismo modo como se interactúa en la calle, seguramente este tipo de formación derribaría o debilitaría uno de los grandes límites del ciberactivismo. El reto pues del ciberactivismo debe ser integrar a todos sin importar estratos sociales, ni niveles académicos (como de por sí ya lo hace), no se puede quedar en la “gente culta” (como se daba con mayor frecuencia en la política tradicional) o en los “tecnócratas” amantes de la web; debe alcanzar las masas y generar un impacto mayor a nivel offline y establecer una ciberdemocracia más compleja que redunde en la vida cotidiana de los ciudadanos. Desde allí, el reto no queda solo para el ciberactivismo, sino que se involucra directamente a la educomunicación quien deberá entrar a discutir y proponer estrategias directas de formación para el sujeto políticamente renovado que supera las características que ha impuesto la política tradicional.

9. BIBLIOGRAFÍA.

- Aguilar Rodríguez, D. E. & Said Hung, E. (2010). *Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook*. Zona Próxima, (12) 190-207. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85316155013>
- Briones, G. (1996). *Epistemología de las ciencias sociales, módulo 1*. En: Briones, G. (Ed.) (2002, Edición Electrónica) *Especialización en teoría, métodos y técnicas de Investigación social - ICFES*. Bogotá: ARFO Editores e Impresores.
- Cabero, J. y Marín, V. (2014). *Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios*. Comunicar, Vol. XXI, nº 42, pp. 165 – 172.
- Caldevilla, D. (2010). *Los medios digitales en la comunicación política del nuevo presidente de EE.UU.* Perspectivas de la comunicación Vol. 3, nº 1, 111- 122.
- Caldevilla, D. (2009). *Democracia 2.0. La política se introduce en las redes sociales*. Pensar la Publicidad, vol. III, nº 2, 31-48.
- Castañeda, L. (2010). *Aprendizajes con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Comp. Bogotá: Ediciones de la U
- Castells, M. (1999). *Internet y Sociedad Red. Lección inaugural del programa de doctorado en sociedad de la información y el conocimiento*. Universidad Oberta de Catalunya. Recuperado de <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html>
- Cope Bill y Kalantzis Mary, (2009). *Aprendizaje ubicuo*. University of Illinois Press. Traducción de Emilio Quintana. Versión electrónica tomada de http://www.nodosele.com/blog/wp-content/uploads/2010/03/Cope_Kalantzis.Aprendizajeubicuo.pdf
- Costa, C y Piñeiros, T. (2012). *Activismo social en la web 2.0. El movimiento 15m*. Vivat Academia. N° 117E. Páginas 324-336. <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n117E/DATOSS.htm>
- Dávila L., O. (2004) *Adolescencia y Juventud: de las nociones a los abordajes*. Revista Última Década. No. 21 Valparaíso. CIDPA Editores, Diciembre, pp. 83-104.

- Recuperado de: <http://issuu.com/eligeperla/docs/adolscencia-y-juventud-de-las-nociones-a-los-abord>
- Díaz, E. (2009). *Internet: los retos de la ciberdemocracia*. Revista internacional de pensamiento político, Vol. **5**, pp. 249 – 260.
- Fernández, J. (2012). *Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y evolución*. Arbor, Vol. **188**, pp.631 – 639.
- Galindres, D., Soto, J. y Caro, C. (2013). *Sociedad en movimiento: un análisis de redes sociales*. Scientia et Technica. Vol. 18, nº. **3**, pp. 490 – 497.
- García Gil, E; Gómez S., E; Londoño J., A. (2013). *Prácticas de participación política de los jóvenes universitarios residentes en Bogotá y Manizales, mediadas por redes sociales virtuales: Informe Final de Investigación. 7ª. Convocatoria Interna de Proyectos de Investigación 2012-2013*, Universidad Santo Tomas (No publicado).
- García, M., Hoyo, M. y Fernández, C. (2014). *Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa*. Comunicar, Vol. XXII, nº. **43**, pp.35 – 43.
- Gómez, E. & Londoño, M. (2014) *La configuración de las prácticas políticas de jóvenes universitarios*. En: Mora A. (compiladora) (2014). *Comunicación educación un campo de resistencias*. (363-388). Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- González, M. y Martínez, I. (2004). *Globalización digital. Acerca del manifiesto por una ciberciudadanía*. Ecuador Debate No. **61**, pp. 51 – 70.
- González, R. y Taberno, B. (revisado 2014). *Los temas transversales y la educación en valores dentro del nuevo marco legal estatal*. [Documento PDF] URL <http://www.eweb.unex.es/eweb/cienciadeporte/congreso/04%20val/pdf/c69.pdf>
- Goldmann, L. (1967). *Las ciencias humanas y la filosofía*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión
- Gutiérrez, A. (2003). *Alfabetización Digital. Algo más que ratones y telas*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: editorial UOC.

- Huergo, J. (2006). *Reseña del campo de comunicación/educación*. III encuentro de grandes maestros. Encuentros y desencuentros entre los medios de comunicación y la escuela.
- Levy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Biblioteca virtual em Saude.
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. México: Anthropos.
- Martínez, H. (2013). *Ciberactivismo y movimiento sociales urbanos contemporáneos. Un mapa de la investigación en España*. Actas del 2do congreso nacional sobre metodología de la investigación en comunicación, pp. 447
- Moral, F. (2009). *Internet como marco de comunicación e interacción social*. Comunicar, Vol. XVI, nº. **32**, 231 – 237.
- Morató R.J. (2008). *El potencial cultural y político de Internet*. *Palabra Clave*, 11(1), 71-86. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/649/64911107.pdf>
- Mosquera, M.A. (2008). *De la etnografía antropológica a la etnografía virtual, estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet*. *FERMENTUN*, 18(53), 532-549. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/705/70517572006.pdf>
- Pérez, J. (2003). *Internautas y náufragos*. Madrid: Trotta.
- Reguillo R. (2012). *Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa*. *Comunicación y Sociedad*, 18, 135-171. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018852X2012000200007&script=sci_arttext
- Rodríguez, R. (2013). *Educación en internet. Una propuesta para la construcción democrática de la red*. *Revista internacional de pensamiento político*. Vol. **8**, pp. 161 -176.
- Rincón, O. (2011). *Mucho ciberactivismo, pocos votos*. *Nueva sociedad*, nº. **235**, pp. 74 - 89
- Sánchez, J. (2008). *Perspectivas de la información en internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica*. *Zer*, Vol. 13, nº. **25**, pp. 61- 81
- Sandoval, C.A (1996). *Investigación Cualitativa, Módulo 4*. En: Briones, G. (Ed.) (2002, Edición Electrónica) *Especialización en teoría, métodos y técnicas de Investigación social* - ICFES. Bogotá: ARFO Editores e Impresores.

- Sanpedro, V. (2005). *Multitudes online*. Los libros de la catarata: Madrid.
- Sierra 2009. *Reseña de "Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)" de Howard Rheingold*. Redalyc, Vol. XXVIII, nº. **54**, pp. 382-383.
- Sluzki, C. (1998). *La red social: Frontera de la práctica sistémica*. España: Gedisa editorial.
- Taylor S. J. y Bogdan R. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España: Paidós Básica
- Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes. Manual para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberperiodismo*. Madrid: Ediciones El Cobre.
- Valderrama, C. (2008). *Movimientos sociales: TIC y prácticas políticas*. Nómadas. nº. **28**, pp. 94 – 101

9.1. WEBGRAFÍA.

- <http://www.enter.co/cultura-digital/entretenimiento/y-los-memes-como-que-son/>
- http://elpais.com/diario/2008/06/22/opinion/1214085613_850215.html

9.2. REFERENCIAS.

- Benítez, L. (2011). *Juventud y democracia. Valores democráticos en los proyectos migratorios de los jóvenes marroquíes*. Telos (cuadernos de comunicación e innovación). nº **89**, pp. 95 – 104.
- Buckingham, D. y Rodríguez, C. (2013). *Aprendiendo sobre el poder y la ciudadanía en un mundo virtual*. Comunicar, Vol. XX, nº. **40**, pp. 49 – 58.
- Dahlgren, P. (2011). *Jóvenes y participación política. Los medios en la red y la cultura cívica*. Telos (cuadernos de comunicación e innovación). nº **89**, pp. 12 - 22
- Ferreras, E. (2011). *Redes sociales y cambio social. El movimiento 15 – M y su evolución en twitter*. Telos (cuadernos de comunicación e innovación). nº **89**, pp. 61 -73
- Martínez, M. (2011). *De la brecha digital a la brecha cívica. Acceso a las tecnologías de la comunicación y participación ciudadana en la vida pública*. Telos (cuadernos de

- comunicación e innovación). nº **86**, pp. 24 – 36.
- Menéndez, M. (2011). *Las redes sociales y su efecto político ¿nueva fuenteovejunas digitales?*. Telos (cuadernos de comunicación e innovación). nº **89**, pp. 74 - 83
- Orozco, G. (2008). *Audiencias y pantallas en América*. Comunicar, Vol. XV, nº. **30**, pp. 10 -13
- Rueda R. (2004). *Ellos vienen con el chip incorporado. Aproximación a la cultura informática escolar*. Bogotá D.C. Instituto para la investigación educativa y el desarrollo pedagógico IDEP.
- Suazo, S., Martínez, J. y Elgueta, A. (2011). *Redes sociales como herramientas de ciberactivismo: el caso de los grupos de Facebook en Chile y el Gran Concepción*. Ecos de la comunicación, Año 4, nº. **34**, pp. 123 - 158
- Vallespin, F. (2011). *Introducción. Redes sociales y democracia: ¿un cambio cualitativo?*. Telos (cuadernos de comunicación e innovación). nº **89**, pp. 57 - 60