

**COMUNIDADES VIRTUALES GENERADORAS DE INTERACCIONES
COMUNICATIVAS EN PLATAFORMAS DIGITALES**

CASO: PUBLICACIONES DE CHANGE.ORG EN TWITTER CON EL #NIUNAMENOS

ALEJANDRO GARCÉS TABARES

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL
2020**



**COMUNIDADES VIRTUALES GENERADORAS DE INTERACCIONES
COMUNICATIVAS EN PLATAFORMAS DIGITALES
CASO: PUBLICACIONES DE CHANGE.ORG EN TWITTER CON EL #NIUNAMENOS**

ALEJANDRO GARCÉS TABARES

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL

ASESORA

**MARÍA CECILIA GONZÁLEZ CALLEJAS
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL**

2020



Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, mayo de 2020

AGRADECIMIENTO

Ha sido gracias al apoyo y soporte de mi familia (madre y hermano), mis compañeras de clase Natalia Montoya y Luisa Pérez por su incondicional apoyo, la Universidad Católica Luis Amigó y el Fondo Sapiencia EPM y Universidades, los que hicieron posible mi incursión en las áreas de la comunicación.

Con el siguiente trabajo, retribuyo a los docentes que acompañaron el proceso de concreción del escrito: *Comunidades virtuales generadoras de interacciones comunicativas en plataformas digitales. Caso: publicaciones de Change.org en Twitter con el #NiUnaMenos.*

1. Claudia Teresa Herrera Caicedo,
docente en el V nivel-Historia de las Sociedades y Modelos de la Comunicación.
2. Manuel Javier Castrillón Medina,
docente en el VI nivel-Epistemología de la Educomunicación.
3. María Cecilia González Callejas,
docente en el VII nivel-Teorías Cognitivas y del Aprendizaje.
4. Luis Fernando Zúñiga Melo,
docente en el VIII nivel-Semiótica de la Educomunicación.
5. María Cecilia González Callejas,
docente en el IX nivel-Etnografía de la Comunicación-Educación.
6. María Cecilia González Callejas,
docente en el X nivel-Comunicación, Educación y Ciudad.

A todos, ¡gracias!



TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. PLANTEAMIENTO PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 JUSTIFICACIÓN, PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	1
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	7
1.3.1. Objetivo general.	7
1.3.2. Objetivos específicos.	7
2. MARCO REFERENTE CONCEPTUAL	8
2.1. ANTECEDENTES.....	8
2.1.1. Contenido e interacción en plataformas web.	8
2.1.2. Movimientos sociales digitales.....	14
2.1.3. Plataformas web.....	18
2.1.4. Análisis basados en el contenido.	19
2.2. REFERENTES TEÓRICOS.....	24
2.2.1. Interacciones comunicativas.	24
2.2.1.2. Interacción.	3940
2.2.2. Contenidos digitales.	60
2.2.3. Violencia contra la mujer.	81
2.2.4. Justicia	98
2.2.4.1. Impunidad.	99
2.2.5. Movimiento digital #NiUnaMenos.....	102
2.2.5.1. Historia de Ni Una Menos.	104
2.2.6. Change.org.	105
2.2.6.1. Peticiones.....	106
2.2.6.1.1. Victorias.	107
2.2.6.2.1. Plataformas de activismo.....	112
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	116
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	116
3.2 DELIMITACIÓN.....	118
3.2.1 Objeto de investigación.	119

3.2.2 Tiempo y escenario.....	119
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	120
3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	121
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	123
3.6 PARTICIPANTES.....	124
3.7. PLAN DE TRABAJO.....	125
3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	127
4. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	128
4.1 TABULACIÓN DE DATOS Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA EL ANÁLISIS.....	131
5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	135
6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	140
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	145
8. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN.....	145
8.1. PRESENTACIÓN.....	145
8.2. JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	146
8.3. DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL PRODUCTO....	146
REFERENCIAS.....	147
ANEXOS.....	197
CORPUS DE INVESTIGACIÓN.....	197
MATRIZ CATEGORIAL.....	214
FICHAS PARA LA GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	217
ANEXO DEL PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN DEL 5 AL 9 SEMESTRE.....	
	¡Error! Marcador no definido.
FICHAS TEXTUALES DE ARTÍCULOS Y TESIS DE INVESTIGACIÓN.....	218

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Algunos acrónimos tuiteros y el lenguaje en Twitter	51
Tabla 2. Distinción entre sincrónico y asincrónico	53
Tabla 3. Definiciones de violencia mediática y simbólica según las regulaciones establecidas en algunos países latinoamericanos	88
Tabla 4. Tipologías de feminicidio	97
Tabla 5. Plan de trabajo para la investigación	127
Tabla 6. Presupuestos y costo total de la investigación.....	128

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Ilustración 1 Mapa de calor	64
Ilustración 2 Declaración de victoria	109
Ilustración 3 Cuadro sugerencias para alcanzar el estado de victoria	109
Ilustración 4 Objetivo 1	129
Ilustración 5 Objetivo 2.....	130
Ilustración 6 Objetivo 3.....	130
Ilustración 7 Tabulación objetivo 1	131
Ilustración 8 Tabulación objetivo 2	132
Ilustración 9 Tabulación objetivo 3	134
Ilustración 10 Ejemplar tuit	137
Ilustración 11 Elementos de los contenidos en los tuits que alcanzaron ponderaciones altas y bajas en cuanto a interacciones.	144
Ilustración 12 Total de interacciones presentado en general y por individual en las cuatro cuentas @Change_Mex, @ChangeorgCO, @ChangeorgAR, @ChangeorgLatino.	144

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1 Corpus de trabajo cuenta @Change_Mex	198
Anexo 2 Corpus de trabajo cuenta @ChangeorgCO.....	204
Anexo 3 Corpus de trabajo cuenta @ChangeorgAR.....	209
Anexo 4 Corpus de trabajo cuenta @ChangeorgLatino.....	213
Anexo 5 Matriz categorial de la investigación	217
Anexo 6 Instrumento de generación y recolección de información. Primer objetivo	217
Anexo 7 Instrumento de generación y recolección de información. Segundo objetivo	218
Anexo 8 Instrumento de generación y recolección de información. Tercer objetivo	218
Anexo 9 Presupuesto de la investigación del 5 semestre	221
Anexo 10 Presupuesto de la investigación del 6 semestre	222
Anexo 11 Presupuesto de la investigación del 7 semestre	223
Anexo 12 Presupuesto de la investigación del 8 semestre.....	224
Anexo 13 Presupuesto de la investigación del 9 semestre	225
Anexo 14 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 1	230
Anexo 15 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 2	234
Anexo 16 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 3	238
Anexo 17 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 4	245
Anexo 18 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 5	249
Anexo 19 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 6	253
Anexo 20 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 7	258
Anexo 21 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 8	262
Anexo 22 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 9	265
Anexo 23 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 10	268
Anexo 24 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 11	273
Anexo 25 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 12	279
Anexo 26 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 13	283
Anexo 27 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 14	288
Anexo 28 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 15	293
Anexo 29 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 16	296
Anexo 30 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 17	301
Anexo 31 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 18	305

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

<p>Título del proyecto de investigación: Comunidades virtuales generadoras de interacciones comunicativas en plataformas digitales. Caso: publicaciones de Change.org en Twitter con el #NiUnaMenos.</p>
<p>Línea de investigación: comunicación y ciberculturas.</p>
<p>Sublínea: comunicación digital.</p>
<p>Facultad: Comunicación, Publicidad y Diseño.</p>
<p>Programa académico: Comunicación Social.</p>
<p>Palabras clave: comunicación, identidad, informática, interacción social, internet, justicia, mujer, violencia, violencia doméstica.</p>
<p>RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA: el presente trabajo aborda el tratamiento de los contenidos publicados desde las cuentas oficiales en español de Change.org en Twitter, en relación a los casos de violencia contra la mujer registrados con el #NiUnaMenos. Se evidencia que la mayoría de las publicaciones pretenden redireccionar al público a páginas externas, funcionando como medio de difusión, comúnmente hacia las peticiones de la página Change.org. Por el nivel de socialización que llega a generar un sitio web de creación de solicitudes, se convierte en objeto clave analizar los niveles de interacción comunicativa que genera en las publicaciones de Change.org en Twitter. Con ello se pretende, además, determinar los elementos que componen el contenido a tratar por los usuarios, y ahondar en el contraste de publicaciones que han llegado a registrar un mayor número de interacciones de los cibernautas.</p> <p>La base en la que se justifica el presente estudio yace en la continua expansión del</p>

internet y el compartir de contenido, el cual tiende a producir reacciones entre los espectadores o quienes testifican lo publicado en un entorno que se sale del contacto presencial y físico con los demás individuos sociales. Además, se constituye en un trabajo que servirá para los creadores de contenido e incluso instituciones que busquen generar mayores interacciones por medio de la aplicabilidad de elementos que se convierten en fundamento para dicha acción. Instrumentos que pueden llegar a facilitar al portavoz de una intención, su masificación e incluso facilitar la multiplicidad en medios intermediados por la internet.

En cuanto a la implementación metodológica, se aborda desde lo que concierne a lo cualitativo de la investigación como enfoque, es decir, acogiendo al paradigma histórico-hermenéutico. Lo relacionado al tipo de investigación, se plantea desde lo concernido al estudio de caso.

Los resultados se generaron mediante un análisis a detalle de las interacciones comunicativas que hay entre usuarios y el perfil del medio, siendo estos últimos los que buscan promover, en las comunidades virtuales a través de redes digitales, la defensa de los derechos de las personas vulneradas a través de agresiones hechas hacia su integridad. Básicamente pretenden una visualización de los problemas presentes en la sociedad y la lucha por sus derechos; lo que concierne a la investigación, estudiar cómo se reacciona antes los casos presentados por una empresa.

Ficha 1 Problema de investigación planteado

1. PLANTEAMIENTO PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN, PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Estar en la era de las TIC ha significado una migración de los canales de comunicación tradicionales a un entorno en los que afrontar constantes luchas de supervivencia contra la diversificación de medios en internet. Los medios por los que las personas se comunican han cambiado, dando espacio a la metamorfosis de estos mismos mediante nuevos surgimientos y renovaciones. Cauces en el que se han fundamentado diálogos y peleas públicas, las cuales no se están ganando en las calles sino en el ciber mundo.

Los medios de comunicación, en su mayoría, se han visto en la necesidad de articularse a la red. Han debido acoplarse a un medio globalizado en el cual la información ha dejado de transmitirse en áreas locales, a una que genera impactos en escenarios globales. Internet ha brindado herramientas a las nuevas generaciones, la oportunidad de expresarse o proceder soberanamente ante situaciones con las que sienten afinidad. Instrumentos virtuales que originan *trending topics* a nivel mundial en plataformas como Twitter, o que bien generan múltiples visitas en otras como YouTube. Es dentro de estos medios/instrumentos donde se están creando movimientos sociales en que van en dirección a un ideal, la creación de una identidad en medio de la globalización.

Las conversaciones se están generando en los ordenadores, principalmente en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter; incluido los acontecimientos importantes, sus desarrollos, los diálogos para la resolución de conflictos y las acciones a tomar. El ciber mundo se ha convertido en el lugar para expresarse abiertamente. Se ha transformado en escenario de inclusión para los individuos en comunidades virtuales que siguen sus mismos ideales.

El presente trabajo indaga el entendimiento de las interacciones comunicativas generadas en lo que es la plataforma de Twitter, enfocada desde lo planteado por la plataforma *web* Change.org en su perfil y acorde al #NiUnaMenos, establecido en

ciertos casos este último como movimiento en el cual se pretenden visibilizar los casos de agresión hacia la mujer, e incluso casos de feminicidio que se han presentado en las regiones del mundo; en este escenario, de aquellas de habla española en lo que concierne al continente de América y la estimulación que se tiene en los ciber individuos en relación al ámbito social. Para esto se deben abordar las dinámicas y conversaciones que se dan en la plataforma de microblogging. Aquellos elementos que pretenden influir en las personas para provocar reacción que sea reflejada en interacción, acción, apoyo o reacción ante la divulgación del contenido.

De esta forma, se busca exteriorizar la temática del cambio en perspectiva que se está logrando del ciber mundo ante la comunidad científica, y que de seguro se irá desarrollando a futuro por la alta incursión de las personas en los entornos digitales. Situaciones sociales como los acontecidos en los años siguientes al 2011 en los países del norte de África y del Medio Oriente con la Primavera Árabe, genera un enfoque hacia el análisis de los escenarios virtuales que han sido poco abordados desde la investigación, y más cuando se trata de estudios a grupos poblacionales en interacción con un sujeto.

Se reconoce y enfatiza en los sujetos que irrumpen y/o participan activamente en contextos virtuales. Dirigiendo la investigación hacia: los individuos, comunidades y organizaciones o corporaciones que ofrecen servicios; se aporta además una visión hacia los entes gubernamentales, no gubernamentales o líderes que están en constantes publicaciones de contenido que visualiza o divulga el mensaje que expresa de una forma implícita o explícita las labores e ideales hacia un público con el cual logre un contacto o interacción de contenido. Se tomará en cuenta aquellos conceptos claves que se convierten en factores directamente implicados al abordar la investigación desde los escenarios *web*. La comprensión temática desde una vertiente comunicativa conlleva para las ciencias sociales un acercamiento a las interrelaciones que se generan en las esferas digitales en la cual se verá reflejada la importancia que esta tiene en los espacios públicos. Estudiándose los sistemas de comunicación que emplean los seres humanos, aplicándolos a los sistemas electrónicos, en función de difusión y formación para la información.

Con las posibles incidencias expuestas, se hace necesario el detallar al sujeto contemporáneo como aceptador de roles virtuales de niveles estéticos y científicos, siendo la tecnología el puro objeto recalcable del ser humano (López, 2006). La línea de investigación está clasificada en las propuestas por la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó sede Medellín, la que respectivamente es comunicación y ciberculturas por su componente de exploración en ámbitos meramente cibernéticos en la generación de «espacios para la socialización y el diálogo digital, el uso consciente de tecnologías, y el crecimiento profesional, técnico y tecnológico, desde el impulso al aprendizaje colaborativo, la democratización de la información y la inclusión social» (Universidad Católica Luis Amigó, 2020). La sublínea es a su vez es la comunicación digital, refiriéndose «a los métodos y herramientas utilizados para transmitir información empleando el medio digital. Es muy importante para el comunicador actual debido a la injerencia cada vez mayor de estos recursos en la comunicación» (Universidad Católica Luis Amigó, 2020).

Para finalizar, la investigación de las interacciones comunicativas busca demostrar el potencial que tiene internet para generar cierto tipo de acciones basado en un conjunto de elementos que pueden resultar en la estimulación del usuario para una posible intervención hacia lo que concierna al contenido expuesto, y así generar un efecto de difusión de información que haga eco en las altas cortes o en aquellos entes garantes de los derechos y deberes en la sociedad mundial; aún más, sin importar las barreras territoriales o las distintas políticas de cada país, se logra la unión de las personas mediante interacciones que buscan garantías de los derechos internacionales que velan por la integridad de las personas; responsabilidad, además, de las administraciones gubernamentales encargadas de cada país. El trabajo aporta una lectura tomada desde las dinámicas entre los ciber usuarios y el perfil virtual organizacional.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Los escenarios de peleas públicas con intenciones e intereses consideradas por actores de correctas y pertinentes, han migrado a las plataformas *web*. Se ha pasado a preferir un ambiente digital, se referencian las creaciones de ciber culturas y ciber comunidades que desenvuelven su accionar en relación a un espacio físico con un

contexto social problemático, resultan ser operaciones consideradas por las anteriores como correctas, que logran trascender sobre las afecciones que agobia en mucha o poca medida a una población.

Plataformas como Change.org o el mismo Twitter se han convertido en sitios de exigencia deliberada de justicia, espacios que están en función de las denuncias públicas mediante un sistema de acusaciones con referentes en diferentes asuntos temáticos que cumplen la función de crear efecto de concentración masiva de usuarios en internet. El logro de los efectos de difusión de las peticiones en Change.org se logra con opciones como «Enviar un mensaje de Facebook», «Enviar un email para amigos», «Tuitear para tus seguidores», «Copia el link», «Insertar» (en una página *web* con código HTML), o compartir el enlace por las diferentes redes sociales digitales; son los canales con que cuenta dicha plataforma para involucrar o influir ampliamente en las redes sociales de aquellos potenciales creadores o firmantes de peticiones.

Sociedades distanciadas mutuamente topográficamente se conectan en cuestión de segundos gracias a los módems y terminales disponibles, los cuales cumplen con la función de conectar dispositivos electrónicos a la red de internet. Son estas herramientas las que permiten a pueblos enteros motivarse y tomar acciones o interacciones ante situaciones que consideran indigno o que maltrata las concepciones de sociedad equitativa.

Los medios digitales se han encargado de instaurar flujos de información que han incubado el ciber activismo y movimientos sociales, empezando desde las interacciones generadas en este tipo de entornos, sirviendo en función de mediadores o servidores de herramientas difusoras de proclamación, que en muchos casos ha concentrado a colectivos en torno a la información o exigencias que se establecen en los escenarios; resulta inevitable la creación de ciber comunidades que plantean acciones con dinámicas comunicativas o soluciones ante casos de censura e injusticia.

La investigación tiene establecido trabajar el análisis de las publicaciones en las cuentas de Twitter de la organización Change.org, como instrumento de difusión e interacción de la información, además como posible apoyo al activismo cibernético enfocado al cambio social.

Se investigará la relación que tienen las publicaciones hechas por el perfil oficial de Change.org en Twitter con las interacciones de usuarios, mediante el #NiUnaMenos en el sitio de microblogging. Se identificarán los elementos que poseen las publicaciones en cuanto a contenido y correlación con el estímulo a mayores interacciones comunicativas a nivel virtual. Se habla de ciber comunidades que se mueven en internet, en este caso en contra del maltrato hacia la mujer en los países latinoamericanos.

El tema se investiga por el auge que ha presentado el internet en el siglo XXI, convirtiéndose así en herramienta que une a las personas en un plano virtual, que cambia las interacciones comunicativas entre personas que pasan de una comunicación física a una mediada por internet.

En la búsqueda de antecedentes, se encontró que han sido varias la conformación de ciber comunidades por publicaciones en redes sociales digitales, que se han manifestado en la *web* y que al final han conformado grupos sociales estables que han trascendido al plano físico, ejerciendo su derecho de manifestación en público. Movimientos por inconformidad o por reclamos de justicia. Casos como: la Primavera Árabe y Chao Pescao, salvemos Punta de Choros; han sido muestra amplia de lo que se puede y debe empezar a investigar debidamente; incluyendo la importancia de las interrelaciones en las publicaciones, pues estas pueden generar una conglomeración o compartimiento abierto de los ideales individuales de una persona o incluso de una corporación o empresa.

La investigación tiene establecido trabajar las interacciones comunicativas en la plataforma virtual de Twitter como instrumento difusor de información que apoya el accionar cibernético enfocada al cambio social. Se abordarán las publicaciones creadas hasta la mitad del primer semestre del 2019, tomándose como puntos de referencia la fecha de publicación del primer tuit registrado con el #NiUnaMenos por parte de los múltiples perfiles que posee Change.org en Latinoamérica y registrados en Twitter (rescatado mediante la herramienta de búsqueda avanzada que posee la plataforma), hasta la fecha de conmemoración internacional del Día de la Mujer. Es decir, la investigación abarca las peticiones creadas desde 02 de junio del 2015 hasta el 08 de marzo del 2019.

La intención del proyecto es conocer y analizar las interacciones comunicativas que tienen las plataformas de microblogging como medio difusor y masificador de la información, las cuales poseen el factor de exposición de contenido construido por individuos en temas que buscan generar un encuentro de apoyo, ayuda, defensa y concientización en temas de violencia hacia la mujer. Se escogió el perfil de Change.org por ser una de las plataformas reconocidas en Latinoamérica en cuanto a creación de peticiones públicas, además por el hecho de presentarse como página *web* que desde sus inicios desea generar un cambio de percepción en las demás personas. De hecho, la organización se autoproclama como «La mayor plataforma de peticiones del mundo» (Change.org, s.f.). Hay que añadir que su enfoque está en la lucha de las reivindicaciones de los derechos humanos a nivel mundial. Es así como se halló la necesidad de manejar una investigación que se cuestione los cambios que se están generando gracias a la creación de contenidos en plataformas proveedoras de información, sitios considerados para la accesibilidad y búsqueda de corrientes ideológicas, para la aplicabilidad social en justicia ante casos de violencia contra la mujer presentes en Latinoamérica.

Hay que aclarar que la investigación no abordará lo que sucede en el plano físico. Será de vital importancia conocer las dinámicas que se generan en la plataforma, convirtiéndose en instrumento potencial facilitador del acto interactivo de las sociedades.

Teniendo en cuenta lo anterior, surge el problema a investigar: interacciones comunicativas en plataformas *web* como medio de difusión e información; que logra concentrar la asistencia de ciber individuos y ciber comunidades que son estimulados por el contenido presentado en las publicaciones.

De tal manera, se plantea la siguiente pregunta problema:

¿qué interacciones comunicativas se generan a través de las publicaciones relacionadas con los casos de violencia contra la mujer en las cuentas oficiales de Twitter de la organización Change.org bajo el #NiUnaMenos?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL. Analizar las interacciones comunicativas generadas a través de las publicaciones relacionadas con los casos de violencia contra la mujer, en las cuentas oficiales de Twitter de la organización Change.org, bajo el #NiUnaMenos.

1.3.2. ESPECÍFICOS.

a) Identificar los contenidos relacionados con los casos de violencia contra la mujer, que se encuentran bajo el #NiUnaMenos.

b) Caracterizar las interacciones comunicativas de las publicaciones, en la plataforma digital de Twitter.

c) Contrastar los elementos que hacen parte del contenido que estimulan mayores interacciones.

2. MARCO REFERENTE CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES

Para trabajar el tema *Comunidades virtuales generadoras de interacciones comunicativas en plataformas digitales. Caso: publicaciones de Change.org en Twitter con el #NiUnaMenos*, aparte de generar la definición de los aspectos relevantes del tema, se hizo una búsqueda de antecedentes que permitan conocer y establecer lo que se ha investigado anteriormente respecto al tema a trabajar. La primera fase de búsqueda de antecedentes se realizó a principios de octubre del 2017. La segunda fase se hizo entre febrero y mayo del primer semestre del 2018. La tercera fase se realizó entre agosto y septiembre del tercer trimestre del 2018. La cuarta fase se generó en el primer semestre del 2019. Dicha búsqueda se generó entre los catálogos bibliográficos, repositorios universitarios y bases de datos en línea. Las principales plataformas virtuales usadas para la búsqueda fueron Dialnet, EBSCO de la Universidad Católica Luis Amigó y Universidad CES, Scielo, ScienceDirect, Redalyc; revistas virtuales como Comunicar y Arbor; repositorio institucional de la Pontificia Universidad Javeriana y de la Universidad de Alicante, repositorios académicos de la República de Chile, entre otros.

2.1.1. Contenido e interacción en plataformas web. Antonio Romero-Haupold en su tesis doctoral presentó la investigación *El poder de los 140 caracteres. La retórica y el impacto de las redes sociales* publicado en 2017, en el que aborda temas de retórica en internet, más específico desde los contenidos generados en el microblogging en que se presenta el orador 2.0, quien acomoda su contenido informático a las necesidades que exige la plataforma, como por ejemplo Twitter, que exigía el uso de solo 140 caracteres, lo cual obligaba al productor de contenido a sintetizar el mensaje (párr. 3-4). La tesis estudió el concepto retórico tomado desde «el arte» de transmitir con eficacia el lenguaje hablado o escrito para conmover, persuadir o deleitar (p. 20). Su tesis trasciende la presente investigación, por el amplio análisis que genera desde el contenido tradicional, al 2.0. Más aún, desde la postura revolucionaria que presenta el consumo de la información, pues las personas tienen acceso a compartir y reportar sus opiniones de lo que ven a su alrededor; las redes sociales se han convertido en un recurso importante para los nuevos canales de comunicación (p. 9). El investigador

llega a una serie de conclusiones entre las que se señalan: Twitter como el mejor canal para generar «sana discusión» y debate por la accesibilidad que tiene desde diferentes medios, y la sintetización de oraciones (pp. 423-424). Es así que la aparición de la retórica digital nutrida por las prácticas nuevas de discurso digital que potencian y generan la colaboración y la participación, traen «el cambio producido en la argumentación así como en el proceso de construcción del conocimiento» (pp. 426-427); el dominio por la propaganda y la publicidad es tema para la nueva retórica «cuyo objeto es el estudio de las pruebas dialécticas que Aristóteles presenta en los Tópicos y en su Retórica» (pp. 427-428).

Romero-Haupold (2017) refería los contenidos del lenguaje, que nutren la cultura, compuesta de tres tipos: contenidos intelectuales, afectivos y sensoriales (p. 425); además, la elaboración del discurso compuesta por etapas progresivas: «Inspiración, Maduración, Análisis y reflexión y Finalización del discurso» (p. 428); en la que temas de contextualización permeadas por el uso de medios emocionales y de excitación, resultan indispensable para lograr una adhesión de la tesis presentada ante un auditorio (p. 430); estas y otras tantas fueron las conclusiones a las que llegó el autor hacia los discursos y sus canales digitales. Twitter es un medio de comunicación que fue pensado para dicha función, no siendo unidireccional, sino abierta a las opiniones de los demás, el orador 2.0 se presenta como persona que debe usar la plataforma como medio de expresión y de escucha en la red (p. 435).

Para Ana Mancera (2014) los seguidores de los perfiles en Twitter son prosumidores pues abandonan las posturas pasivas de los medios de comunicación para luego ser creadores de contenido, la autoría del artículo *Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores* analizó un total de más de mil tuits basado en «demostrar cómo algunos principios en los que se basan las últimas investigaciones sobre el discurso mediado por ordenador son sacrificados en beneficio de la cortesía» siendo el fin la interacción y en el cual el refuerzo de la imagen social y la protección son las metas primordiales (p. 163); Twitter ofrece a los periodistas generar una conexión directa con su audiencia o lectores, los periodistas Pedro J. Ramírez, Ana Pastor o Ignacio Escobar han usado la estrategia de dedicar publicaciones en la contextualización de contenidos generados por estos mismos,

además de brindar intercambio de opiniones e información personal con aquellos usuarios que los siguen (Noguera, 2012, citado en Mancera, 2014), dichas prácticas o interacciones de forma repetida les ha producido notoriedad en Twitter según el estudio conceptual de influencia bajo el modelo Klout, teniéndose en cuenta la cantidad cuantitativa de seguidores que posee el perfil, también las interacciones o menciones que se genera en internet (p. 165). El discurso mediado por ordenador (DMO), no debe tomarse de forma homogénea, sino en las características principales «de cada género» (Hering, 2001 y Crystal, 2008, citado en Mancera, 2014), en Twitter por ejemplo la comunicación es polifónica y simétrica (Menna, 2001, citado en Mancera, 2014) pues cualquier persona es tomada como «potencial emisor de contenidos, y sus mensajes son susceptibles de ser comentados por cualquier otro en cualquier momento» dicho medio crea un entorno de credulidad, el periodista es cercano a sus receptores por la inmediatez que se da en los procesos de emisión y recepción de publicaciones «crea la impresión de que el canal se encuentra permanentemente abierto» (pp. 166-167); las cuentas de Twitter permiten informar y conocer las opiniones de sus lectores generando una imagen que muestra a la persona tolerante y abierta al diálogo, generando así un debate en las publicaciones (p. 168); para finalizar Mancera recalca la importancia de los seguidores por el rechazo de actitudes pasivas con las interacciones que se dan en la red, pues así se genera diálogo, una comunicación asincrónica, en la que no convergen elementos kinésicos y proxémicos, ni rasgos prosódicos, los periodistas acortan aquellas distancias interpersonales que se generan por la DMO con el empleo de actos en gestión de imagen «encaminados a paliar en cierta medida las consecuencias de la distancia física que los separa de quienes les siguen en Twitter» (p. 177).

Para 2017, Paula Moya interpretó las dinámicas informáticas presentadas para la elección de alcalde de Bogotá en el 2015, tomó a Twitter como plataforma que promueve, influye y moviliza temas relevantes para las agendas políticas, esto para generar además influencia y empatía en la red; la comunicación en la plataforma de microblogging se da en la oportunidad que les brinda a los políticos de cambiar las relaciones de poder, les brinda la oportunidad de dejarse conocer y saber las oportunidades entorno a las decisiones políticas, teniendo a la vez instrumentos de

difusión de forma efectiva y fácil hacia el mensaje (pp. 10-11); la investigación estudió los cinco aspirantes a la Alcaldía de Bogotá registrados para la elección del 2015 (p. 12); el análisis de las dinámicas informáticas en redes sociales abren el panorama de cómo se están usando las plataformas desde los ciudadanos hasta los políticos además de la conformación de criterios comunicativos en política entre los anteriores, pues conforma una estrategia perfecta para las elecciones políticas y de comprensión ante las formas de debate, circulación y participación en programas e ideologías políticas (p. 13); las metas estuvieron enmarcadas en el análisis del uso en campaña e interacción con los usuarios en Twitter; se examinó la tipología, el ritmo de publicación y el nivel de actividad más usada en los tuits de los candidatos, además del grado en las respuestas por parte de los usuarios con los candidatos y viceversa, finalizando con el grado de hipermedia empleado en el desarrollo de los tuits (pp. 16-17); los resultados finales demostraron que la accesibilidad de Twitter «en Colombia no basta para categorizar a sus usuarios como una muestra representativa de los votantes»; el uso del medio resultó no ser tan eficiente en relación a la movilización de votantes, en cuanto a la tipología manejada en los tuits fueron más frecuentes aquellas que contenían propuestas y medidas en cuanto al programa electoral del partido o el candidato, no se generaron tuits o mensajes en cuestiones ajenas a la política; en cuanto a la hipertextualidad se registraron bajos niveles, al igual que los niveles de *engagement*; en cuanto a la presencia en la plataforma, se afirma que gran parte de los candidatos se restringió solamente a propagar los mensajes transmitidos por los medios tradicionales de comunicación; entre la relación de ciudadano y político se favoreció el uso de *feedback*, es decir una relación poca con los *affordances* de la plataforma; los resultados arrojaron que «los candidatos usaron Twitter de forma unidireccional y vertical, a manera de megáfono» (p. 70 a 72).

Las plataformas virtuales de interacción social se han desarrollado como instrumentos primordiales en la movilización social, es por ello que ha sido trascendental su uso para procesos políticos y como estrategia de movilización social «han explotado las posibilidades de Twitter con éxito para sumar respaldo ciudadano y mejorar sus resultados electorales», el análisis llevado a cabo por María Galán y Adolfo Carratalá (2016) ahondó en la «comunicación institucional en Twitter en tres

ayuntamientos» primando las plataformas sociales con nexos a los movimientos políticos nuevos (p. 126), los investigadores analizaron 677 tuits mediante un estudio cuantitativo, desarrollaron como hipótesis que «los nuevos equipos de gobierno aprovecharán la experiencia de la movilización social y de partidos como Podemos para hacer un uso más eficiente e interactivo de Twitter», en los resultados obtenidos señalaron que el empleo de la plataforma anteriormente mencionada no es diferente al de gobiernos anteriores (p. 127); en el Reino de España Twitter se ha consagrado como instrumento de difusión en el que los políticos han encontrado un medio eficiente para la comunicación con los ciudadanos - votantes, desde lo local, en 2015 «el 99,2% de los ayuntamientos con más de 50.000 habitantes tenían perfil en Twitter, frente al 96,7% que tenían en Facebook y el 79,3 % que contaban con una cuenta de YouTube» (Criado y Rojas-Martín, 2015, citado en Galán y Carratalá, 2016, p. 128), dicha plataforma es un medio que posibilita las interacciones sin mediadores y en condiciones iguales entre participantes - votantes y políticos, además entre la misma población quienes expresan sus pensamientos e ideas (pp. 128-129); el partido político Podemos empleó mensajes apelando a los sentimientos, integrando «recursos emocionales a su acción discursiva con el objetivo de movilizar a la ciudadanía» (Sampietro y Valera, 2015, citado en Galán y Carratalá, 2016), implican mensajes emocionales además de crear un estado de esperanza por cambios políticos, los procesos comunicativos emocionales se desarrollan en una primera etapa trabajada bajo emociones negativas; en la segunda se generaría lo contrario, sentimientos positivos como: orgullo, solidaridad o esperanza (Collins, 2001, citado en Galán y Carratalá, 2016, pp. 135-136); el objetivo primordial realizado en la investigación estuvo enmarcado en el conocimiento de la comunicación institucional en Twitter de tres de los «ayuntamientos del cambio», durante las fiestas patronales; el objetivo central está dirigido en la identificación característico en la generación comunicativa municipal en la plataforma de microblogging, además de la determinación diferencial en cuanto a la comunicación generada en la legislatura anterior de los municipios de Barcelona, Zaragoza y Cádiz; se hizo una recolección de tuits generados entre 2014 y 2015 para contrastar las actividades «en los perfiles municipales antes y después de la llegada a la alcaldía de las plataformas ciudadanas anteriormente señaladas» (p. 137); la

finalidad del estudio mostró la sugerencia «que las plataformas ciudadanas no han mantenido de manera general el nivel de fomento de participación y de interacción que identifica su forma de hacer política una vez alcanzadas las instituciones locales» (p. 146).

De igual modo Natalia Herrera (2017) de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, hizo referencia al análisis de «los mensajes más difundidas en la red social Twitter», para lograr dicho alcance hizo un rastreo para identificar tendencias en Twitter, además del alcance que suscitaron las publicaciones entre el 29 de septiembre y el 02 de octubre; se estudiaron las cuentas que generaron mayor difusión y alcance en dicho periodo, entre esto se tuvo en cuenta «la lógica retórica de los trinos», además se hizo un tipo de relación en cuanto a los imaginarios sociales en Colombia y que fueron abarcados en la muestra seleccionada, de ahí se derivó la reflexión del porqué la existencia en tendencia de una paz antagónica concebida (párr. 1); la muestra seleccionada para la investigación fue extraída de la base de datos de la Fundación Ideas para la Paz (FIP), quienes establecieron un monitoreo de la discusión en temas de la paz en Twitter, entre las categoría a investigar se tuvieron presente: gobierno, Farc-EP, y oposición; la delimitación de trinos se realizó mediante algoritmos manejados por la FIP, la investigación arrojó un total de 204.798 trinos del tema relacionado (pp. 13-14); las conclusiones a las que llegó el estudio arrojaron que la campaña del No fue fructífera porque «alimentaron la indignación [...], [y también] porque tuvieron dispositivos retóricos como el “castrochavismo” o la “ideología de género” que sirvieron como armas eficientes porque apelaban a nuestro ethos imaginarios» por medio de la difusión en las redes sociales (Prado, 2016, citado en Herrera, 2017, p. 59); en el análisis se encontró con usuarios que ocasionaron dudas en la legitimidad de existencia, «genera preguntas alrededor de si existen cuentas de Twitter creadas por empresas de marketing digital para compartir y trinar un “cliente” y darle una apariencia de legitimidad social en esta red alrededor de mostrar un alcance e impacto amplio» (pp. 62-63). Herrera (2017) cuestiona la usabilidad de Twitter como herramienta política pues es empleado en muchos casos para generar o sostener apariencias políticas o incluso para mantener diálogos engañosos, es por ello que resulta complejo el manejo de investigaciones de este tipo de análisis a plataformas

web por las estrategias fraudulentas o pagados generadas por usuarios falsos, pues le resta credibilidad de argumento en cuanto a la persuasión que tuvieron los trinos más compartidos (pp. 64-65).

Con respecto al tema del cambio social, Gumucio (2011) en su artículo publicado en la revista Signo y Pensamiento, titulada *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo* hace alusión a la importancia que tienen las coaliciones entre individuos y comunidades afectadas para lograr un cambio, solución o reparación de las situaciones que han afectado a determinado grupo social (p. 36). Es allí que radica la importancia del artículo, un estudio de los medios de comunicación alternativos demostrando que son estos los escenarios en los que las personas afectadas transmiten los contenidos que se desligan de intereses políticos o económicos y que en muchos casos solo se busca el beneficio de la población en general. En el artículo se analizan los conceptos manejadas desde la comunicación para el cambio social y para el desarrollo, destacando dos vertientes durante las cinco décadas pasadas la Segunda Guerra Mundial, una de estas es más enfocada hacia las estrategias informativas usadas por el gobierno y las industrias provenientes de los Estados Unidos de América entre el periodo de guerra, la otra corriente se desarrolló en los denominados por el autor como países del tercer mundo, una comunicación desarrollada para las luchas antidictatoriales y anticoloniales, teorías más enfocadas hacia la dependencia (p. 26).

2.1.2. Movimientos sociales digitales. El artículo *La búsqueda del cambio social en la era digital: activismo y expresión pública en internet* de Dorismilda Flores (2017) y publicado en el anual electrónico de estudios en comunicación social, Disertaciones, se estudiaron las publicaciones hechas por grupos sociales activistas locales que vuelcan la información de forma pública, cuestionándose las dinámicas de comunicación entre ellos, abordándose en tres ejes: lógicas de producción, identidad activista y relación entre los espacios de comunicación; en su análisis de marco teórico, la tesis se enfocó desde una perspectiva sociocultural comunicativa, poniendo en diálogo con la filosofía política y la sociología de movimientos sociales con un enfoque etnográfico (p. 125), tomándose la internet como espacio de transformación de la realidad y de tácita reproducción de lo que es el orden social dominante (Coleman, 2010, citado en Flores, 2017). La tesis se centró en las dinámicas que se dan entre las decisiones y los actores

clave en la interacción de los espacios públicos y de internet de grupos locales activistas, además de comprender las dinámicas comunicativas a nivel global de los grupos activistas en público «Para ello, se aborda la comunicación desde tres ejes: la identidad activista, las lógicas de producción; y las relaciones entre la red [mencionadas anteriormente], la calle y los medios, en tanto espacios de comunicación» (Flores, 2017, p. 127); preguntándose para el artículo sobre las expresiones públicas de los activistas en la red, desde una perspectiva sociocultural con corriente comunicativa, abordando un proceso investigativo que trascendió la red y caracteres que influyen en el contexto social, teniéndose presente conceptos de calle - comunicación interpersonal-, medios -tecnología y medios de producción- e internet - lógicas de comunicación en línea- (pp. 128-129). Es así como se arrojaron conclusiones indispensables como: la ciudadanía activa se convierte en una forma de identidad entre los activistas, una forma de intervenir en las realidades locales, constituyéndose en tres aspectos: la comunicación, la relación y la acción. Se dan elementos de relevancia comunicativa, convirtiéndose en factor determinante del activismo, elemento que permite generar discusiones en sentido local y global de asuntos públicos.

La revista latinoamericana de comunicación Chasqui publicó en el 2015 un artículo de la autora Iria Putosa (2015) titulado *Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político* un artículo que presenta en síntesis conceptual los movimientos sociales en el internet, analizando los ciclos globales de protestas durante 2009 y 2014 (p. 198). La tesis estudió conceptos acerca de las dinámicas de los movimientos sociales y la injusticia como respuesta emocional para mover a las personas en redes digitales, es así como establece diez dinámicas de las movilizaciones colectivas entre 2004 y 2009; entre las conclusiones que se dejan están: la importancia de conocer la etnografía digital, un análisis de redes sociales y generar una «minera» de datos en la *web* para así proporcionar debidamente el estudio sobre la influencia que tienen los mensajes cargados de contenido que producen emociones fuertes sobre el individuo, para así generar la movilización de personas; es por esto que un punto importante a resaltar, es el hecho de los procesos para hacer un marco de injusticia en el que se estudie mediante técnicas como la minería textual, la

etnografía digital, narrativa y un análisis de discurso; teniendo presente la construcción colectiva de identidad con un marco de lenguaje y valores propios del movimiento en los que también se habla sobre el avance de los estudios de caso que necesitan para generar teorizaciones sobre movimientos sociales en la *web* (pp. 210-211).

En la misma edición de Chasqui núm. 128, en que salió el artículo de Iria Putosa (2015), se publicó el artículo *Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red* de Silvia Lago Martínez (2015), tocando el tema de la movilización sociales masiva, pasando por ser un tipo de luchas donde se combina el activismo en calle con los espacios virtuales, creando una cultura y estética en torno a prácticas políticas, una mezcla de posiciones ideológicas y políticas (p. 114); entre las conclusiones resaltan las marchas generadas a nivel local, centrándose en los problemas pertinentes a cada país y del apoderamiento de los jóvenes, la generación Y, por la tecnología; además de los colectivos protagonistas de los conflictos en sus territorios (pp. 128-129). Su peso informativo en cuanto al análisis de casos globales, tocando temas como el hacktivismo, hasta estudiar los casos latinoamericanos son de amplio aporte en relación a los estudios en la internet por la delimitación que presenta centrado en las publicaciones hechas desde la región, en la que «prospera el desencanto de la ciudadanía con todo lo que comúnmente se relaciona con la política tradicional» (Lago, 2015, p. 129).

Teóricos como Rocío Ortiz Galindo (2016) en su artículo *Los cibermovimientos sociales: una revisión del concepto y marco teórico*, en la revista *Communication and society*, hace hincapié en los movimientos sociales que han tenido impacto mundial. Temas que han sido también tratados por autores como Soegans y Assif (2017) y su tesis sobre el cambio político y social en los países árabes, es por esto que entre sus objetivos está el hacer una explicación detallada de las principales características presentes en el concepto de «movimiento social», para lograrlo se hizo una revisión de bibliografía, definiéndose el concepto anteriormente planteado, llegando así a una concreción de marco teórico de los cibermovimientos (p. 165). El interés en trabajar la influencia de los movimientos sociales está marcado por tres factores: la ciudadanía se apropia de las herramientas comunicativa brindada por la *web*, se da un desarrollo del entorno comunicativo gracias a internet; la demora en la concreción de un campo

teórico que trabaje sobre los movimientos sociales; y por último el auge de los movimientos sociales y fenómenos colectivos que usan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Soengas-Pérez & Assif, 2017, pp. 165-166), estos elementos generaron un nuevo campo de estudio: «movimientos sociales de la era de Internet y la Web social» (p. 166). La revisión y análisis conceptual y teórica de Ortiz (2016), le permiten decir que las comunidades de investigación deben anexar las nuevas terminologías que se están aplicando en los colectivos de internet. Es por ello que las conclusiones de Ortiz sobre el concepto se usarán para el marco teórico del proyecto en curso. Los trabajos de análisis de marco teórico y caracterización de movimientos sociales en la era digital han sido escasos, al igual que los trabajos investigativos.

En 2014, la revista Anagramas de la Universidad de Medellín publicó *Crisis y cambio social en Chile (2010-2013): el lugar de los medios de los movimientos sociales y de los activistas digitales* de Raúl Rodríguez, Patricia Peña y Chiara Sáez (2014), estudiando por qué esta fase va en alza en las movilizaciones caracterizadas por el uso expresivo de internet y la *web* social como neoesfera pública, no llega a cuestionar, como parte de sus demandas, el problema económico e ideológico de la concentración del sistema mediático en la República de Chile en un período en el cual simultáneamente se generan debates relevantes al respecto como el caso de la ley de TV digital o la ley de radios comunitarias; se hace mención en los análisis de varios momentos de movilizaciones que se dieron en Chile; entre los que se encuentran: el movimiento estudiantil surgido en el 2011, el 27F de 2010 y los conflictos socio-ambientales que se han presentado desde el 2010 hasta el 2013; el enfoque que llevó la investigación estuvo a cargo de tres factores: pensamiento tecnotópico, participación ciudadana y ciudadanía comunicativa (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, pp. 71-72). El movimiento social más importante a nivel político, que se ha registrado en Chile, se dio en contra de la construcción de la hidroeléctrica HidroAysén, alcanzándose a registrar una participación de cerca de 70 mil personas, aparte de 20 marchas en todo el país. El aporte a las investigaciones está evidenciado por la carga que deja al hacer visible la infraestructura y las características que poseen las redes de telecomunicación en que

las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) no resultan ser ajenas a la relación de poder en lo social.

De igual modo Soengas-Pérez y Assif (2017) en su artículo *El ciberactivismo en el proceso de cambio político y social en los países árabes* de la revista científica en educomunicación *Comunicar* hacen referencia a la contribución que tuvo en los cambios políticos y sociales elementos como las cibercomunidades en un proceso mundial como lo fue las revueltas sociales generadas en el 2011 en los países árabes de la República Árabe de Egipto, República Tunecina y el Estado de Libia; siendo muestra clara de que los jóvenes, las nuevas generaciones están siendo parte del proceso de unión entre sectores de la sociedad tradicional y progresista (p. 49). Entre conclusiones, se demuestran que las revueltas sociales generadas en el 2011 en los países árabes -Egipto, Túnez y Libia- son muestra del control accionar que los jóvenes están tomando frente al cambio social (Soengas-Pérez & Assif, 2017, pp. 51-52); después de la Primavera Árabe, y mediante las entrevistas hechas a los jóvenes, se puede decir que estos poseen iniciativas que son de carácter reivindicativo (p. 56). El punto clave del artículo, está en el recalque del estudio de la influencia que tienen las redes sociales para el cambio social.

2.1.3. Plataformas web. Alicia Olave (2012) con su tesis de magíster *La movilización ciudadana de Chao Pescao en redes sociales de internet. "El caso Barrancones"* investigó el movimiento social denominado: Chao Pescao. Salvemos Punta de Choros, generado en la República de Chile en el 2010; dando a conocer cómo, haciendo uso de medios como las páginas *web*, las personas pudieron expresar su inconformidad trabajando en conjunto para impedir la construcción de la Central Térmica Barrancones, proyecto que afectaría gravemente el borde costero de la región de Punta de Choros; el fin de dicha investigación era maquetar una descripción de lo que fue la movilización civil en las principales redes de interacción sociales de internet - Facebook y Twitter- que buscaba detener la creación de la central térmica en medio de una campaña política. La investigación aporta al estudio de las interacciones comunicativas, al buscar mediante sus objetivos, conocer las reacciones dadas mediante un manejo de campaña política de Chao Pescao y el rechazo a la termoeléctrica con una categorización de las posturas políticas civiles en relación a la

aprobación de la construcción de dicho proyecto; ampliándose, además, un contraste hacia la información suministrada por los medios de comunicación y la planteada por los líderes del movimiento (Olave, 2012, p. 53). Para llegar a su conclusión, Olave (2012) tuvo que llevar a cabo la planeación de dos hipótesis que tuvieran relación con el trabajo a investigar entre las que se recalcan el uso de redes sociales como determinantes en el triunfo que generó la movilización social de Chao Pescao y que su movilización por redes sociales fue determinante en la atención de las demandas ciudadanas (p. 53). La caracterización de la tesis se planteó desde el diseño de la descripción a profundidad con alcance seccional y con fuentes mixtas, es decir fuentes primarias mediante entrevistas y los foros relacionados al tema de indagación, y secundarias por la comprensión de la información por medio de datos preexistentes en Facebook y Twitter al momento de realizar la investigación.

2.1.4. Análisis basados en el contenido. La Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información publicó en 2016 un artículo que aborda la *Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios* de Luis Ruano, Ernesto Congote y Andrés Torres (2016), en el que describieron los tipos de personas tecnológicas en la *web*: escéptico, reflexivo, inmigrantes y nativos; surgiendo «de la aplicación de la técnica de análisis sociológico del sistema de discursos desde el enfoque cualitativo, sobre un corpus documental compuesto por grupos de discusión», los sujetos a investigar fueron incluidos después de la definición en las categorías de análisis: tipo de uso, percepción, «nivel de construcción o redefinición de la identidad» (p. 15); los eventos sociales se mueven al mundo virtual, presentándose mutaciones que simbolizan los nuevos escenarios de investigación (Aymerich, 2013, citado en Ruano et al., 2016), será de estudio el fenómeno presente en los procesos de adquisición de los dispositivos de relacionamiento, actuación y definición de identidad de los usuarios participantes (Gonçalves, Martins y Rocha, 2016, citado en Ruano et al., 2016, p. 16); las hipótesis manejadas por la investigación de orden inductivo, se realizaron mediante posibles actitudes de aquellos sujetos que fueron categorizados en: i. nativos tecnológicos, quienes basan su identidad en la manipulación de las interacciones en red y en los dispositivos, dejando de lado lo relacionado con las interacciones no verbal; ii.

inmigrantes tecnológicos, que «sobrevaloran la importancia» entre la de red y los dispositivos, es decir pasan a ocupar la centralidad en sus vidas; iii. reflexivos tecnológicos, son aquellos que poseen tendencia a informarse en cuanto utilidad y usabilidad en redes sociales virtuales (RSV) y dispositivos, evitándose un mal uso de estos mismos; iv. escépticos tecnológicos quienes poseen la tendencia a crear expectativas y pensamientos negativos en cuanto a la manipulación de los dispositivos, sirviendo como justificación para su falta de uso (p. 21); a modo de diálogo final se reflexiona que la identidad tiende a ser concebida en los nativos tecnológicos y los dispositivos tecnológicos de información (DT) «como una prolongación de sí mismos», esto presenciado en los nativos tecnológicos «la tecnología no es solo mediadora, sino constructora de lo social» (Barrios, 2009, citado en Ruano et al., 2016); por su parte los escépticos, inmigrantes y reflexivos poseen una tendencia crítica en el empleo de los RSV y las DT, siendo «probable que estos sujetos adapten los dispositivos a sus necesidades, en lugar de percibirlos como una necesidad en sí mismos» (p. 29).

Antecedentes como el de Jairo Zuluaga y Andrés Rentería (2017) ante el planteamiento de estudiar mediante un análisis de contenido la cuenta de @GobAntioquia, en el periodo de gobernación de Sergio Fajardo Valderrama para establecer el desarrollo educomunicativo generado en los mensajes de Twitter, que tratasen sobre el programa Antioquia la más educada, posibilita la posición crítica en torno al carácter educomunicativo que transmiten (y de quienes lo transmiten) los contenidos (pp. 14-15). El estudio se convierte en la posibilidad de «comprender con mayor claridad el fenómeno de fragmentación social y cultural que viven hoy las ciudades latinoamericanas, [...] lo que inspira las segmentaciones básicas en el debate educomunicativo y la atmósfera de transdisciplinariedad necesaria para dar cuenta de dicho fenómeno» (p. 16). El objetivo de la tesis estuvo organizado desde tres factores claves para el departamento de Antioquia: legalidad, igualdad y la reducción en los índices de violencia (p. 21). Las conclusiones a la que llegaron con los tuits publicados es que dichos elementos poseen una «intensión [sic.] problematizadora, reflexiva y de raciocinio» de las situaciones que penetraron en las comunidades de Antioquia en ese periodo de tiempo, lo que generó reacciones o diálogos externos e internos en cuanto a las elecciones llevadas a cabo para octubre del 2015, en el análisis se percibió que los

tuits generados desde la cuenta @GobAntioquia se adecuaron a las percepciones sociales (p. 77).

De igual modo Julián Lopera, Alejandro Quiroz y Catherine Zapata (2015) trabajaron el análisis de contenido generado en Twitter en el periodo 2013 a 2014 durante la presidencia de Juan Manuel Santos Calderón, lapso en el que se da el proceso de paz en La Habana, República de Cuba, con las FARC-EP; las redes sociales fueron la herramienta a analizar por las expresiones manifestadas por las personas en apoyo o en contra del tema tratado (p. 6); los investigadores estudiaron el impacto de la plataforma virtual de Twitter en la producción del contenido propagandísticos o publicitarios relacionados con los procesos de paz en Cuba, las proyecciones del proceso fueron basados y asociados a la terminología del sitio de microblogging, conceptos como *hashtag* el cual permite depurar las publicaciones hechas por los actores intervenidos por el conflicto, como lo fue la Presidencia de la República o del Gobierno Nacional y de los cuales se intervenían aquellos contenidos de propaganda o de publicidad; entre los elementos u objetos a llegar estaban: la delimitación de los *hashtags* más usados en el periodo establecido para la investigación (pp. 7-8), la contrastación entre las opiniones de los ciudadanos y los de la cuenta de la Presidencia de la República con #ProcesoDePaz, y finalizando el estudio de las interacciones y los comportamientos de las personas en Twitter en cuanto a los mensajes de opinión, propagandísticos o publicitarios transmitidos por los protagonistas del conflicto, los medios de comunicación y la Presidencia de la República (p. 9); la plataforma de Twitter genera los debates llenos de postulados y argumentos por parte de los usuarios, la investigación justifica su aproximación hacia los temas controvertidos en el periodo de negociación entre ambas partes, permitiendo una interacción en el que se dan a conocer los diferentes ideales frente a lo planteado (p. 11); entre las conclusiones, se estableció que los discursos de los actores en el conflicto dejaron menos explícito las definiciones del proceso de paz, arrojando la suposición de que es producto de lo que debe permanecer secreto y de lo que deber ser revelado; las redes sociales como herramienta de comunicación eficaz para los «protagonistas del conflicto», las personas generaron la diversidad en las opiniones en cuanto al inicio de los diálogos en Cuba; la instantaneidad en el contenido que se publica en la plataforma

favoreció la opinión libre sobre el tema por parte de los usuarios; en las cuentas del Gobierno Nacional de Colombia emitían contenidos desarticulados entre sí, no se vislumbró la estrategia definida en cuanto a propaganda o publicidad «que sustentara lo que estaba pasando en la mesa de negociación», caso contrario en el lapso del 2015 la cual se empezó a seguir un lineamiento en concordancia a la información generada todos los días relacionada con la mesa de negociación; las personas no sintieron una persuasión negativa o positiva por lo publicado en las cuentas de la presidencia, los usuarios prefirieron volcar su atención en las tendencias de la oposición o de los medios de comunicación pues no se encontró información «de “primera mano” y precisa» en las cuentas que posee el gobierno; caso contrario las generadas por las ONG realizando contenidos de sensibilización y donde los usuarios se sintieron persuadidos, en la que muchos de estos hicieron mención y compartieron los mensajes (pp. 63-64).

José Giraldo (2016) en su tesis de magister en comunicaciones *Análisis de contenido de los textos emitidos por cinco empresas para gestionar su imagen y reputación corporativa en Facebook y Twitter* presentó un enfoque en el análisis de contenido transmitidos vía Twitter y Facebook de las empresas: Bésame, EPM, Teleantioquia, Leonisa y Argos; esto por medio de una examinación detallada de interpretación hacia aquellos mensajes emitidos, para luego generar una recolección hacia estas empresas para que pudiesen gestionar la reputación corporativa y su imagen de una forma adecuada; siendo un estudio de corte interpretativo y explorativo (Grajales, 2000, citado en Giraldo, 2016), la intención del investigador trascendía hacia la forma de comprensión y exploración acerca de las gestiones de reputación e imagen realizados con contenido textual a través de la *web 2.0* (p. 9); para el estudio se tuvo presente la importancia entre coherencia de lo que publican y los actos (Costa, 2003, citado en Giraldo, 2016) y la responsabilidad social que como empresa tienen (p. 10); dicho tema ha sido poco analizado en Colombia (p. 13) desde ámbitos organizacionales, siendo de vital importancia para las empresas el trabajo trascendental de la comunicación en la *web 2.0* por los incrementos de usuarios en internet (p. 14), además de la importancia que suscita el llegar a conocer las respuestas desfavorables o favorables del público sobre los contenidos publicados y el

llegar al público de los *stakeholders* en las empresas (p. 15); los objetivos del estudio se basaban en: el análisis crítico de los enfoques conceptuales y teóricos acerca del servicio de las redes desde las empresas, la propuesta metodológica «de análisis de contenidos textuales emitidos en las redes sociales de las organizaciones empresariales», y finalizando con un mejor planteamiento para la gestión de la reputación e imagen corporativa por medio de la creación de contenido textual para Twitter y Facebook (pp. 18-19); la finalidad alcanzada por la investigación estuvo dada hacia que algunas empresas desconocen el potencial en la reputación y gestión de la imagen que poseen los textos en las redes sociales para el desarrollo institucional, tampoco se evidenció en muchas de las empresas un enfoque de lo anterior hacia los medios sociales (p. 227), por último, se evidenció un desarrollo a la segmentación de contenido por parte de las empresas en sus plataformas digitales (p. 229).

La interconexión entre variables humanas mediadas por la internet empezó a experimentar un ascenso a principios del presente siglo, como aludió Natalia Andrea Escobar (2015) en su tesis de magíster en comunicación *Movimientos sociales en Internet: Caso Anonymous Colombia. Análisis de las publicaciones de los activistas en Facebook* la red informática ha sido una herramienta que ha ampliado el margen que se ha tenido en cuanto a convocatorias a movilizaciones que desean generar el cambio social; las nuevas generaciones han reaccionado de forma más rápida, organizada, económica y sin intermediaciones (p. 17). La observación del fenómeno se realizó mediante un enfoque epistemológico hermenéutico crítico, planteándose que sea de forma descriptivo-cualitativo; se hizo por medio de un «Estudio de Caso» con metodología en «Etnografía Virtual y Entrevistas»; parte importante de esta investigación es el reconocimiento de lenguaje con que se han identificado su «acción comunicativa, sus códigos culturales, la racionalidad de su discurso, la coherencia con la realidad, su capacidad de interacción, de comprender significados y adaptar discursos» (Escobar, 2015, p. 61). Entre la matriz de análisis se tomaron en cuenta la opinión y publicaciones de los movimientos sociales, de los líderes corporativos y del gobierno. Además, se contó con los tipos de manifestaciones y expresiones: imagen, video, enlace, texto, texto e imagen, texto y enlace, imagen y video, imagen y enlace, video y enlace; el cual fue estudiado en tablas Microsoft Excel de forma cuantitativa. La

tesis tuvo como objetivo el comprender por medio del activismo del colectivo Anonymous cómo se da el fenómeno en los movimientos sociales de internet (p. 22). Entre las discusiones finales que deja la investigadora está la caracterización y la codificación que generan los usuarios en plataformas como Facebook (p. 144).

2.2. REFERENTES TEÓRICOS

2.2.1. Interacciones comunicativas. La gestación de internet durante el siglo XX, su desarrollo y auge en el siglo XXI, convirtió al mundo en una red extensa que conecta puntos o individuos a nivel global, despachando las comunicaciones e interacciones sociales a un nuevo rumbo que aún no ha sido explorado en su totalidad por lo extensa que se ha convertido y que será a medida que las partes crezcan y amplíen información y las formas de conexión entre ellos. Una condición que desencadenará en accesibilidad (o restricción a usuarios selectos que los aísla en información exclusiva, las restricciones pueden ser por posiciones geográficas, por falta de fondos monetarios o por información que no compete a la población en general) de contenido a las poblaciones que cuenten con las condiciones necesarias para lograr que los medios medien entre los usuarios. Los rasgos necesarios para generar conexiones exitosas y bastas a nivel virtual dependen tanto de características cognitivas como instrumentales que posee cada individuo. Las relaciones e interacciones se crean cuando se tiene apoderamiento interpretativo y expositivo de los signos gráficos que se emplearán para enviar y recibir información, conocimiento del contexto social a incursionar, las herramientas y accesibilidad necesaria para crear el entorno de compartimiento de contenidos digitales (accesibilidad a los sistemas que conectan a internet y una red con capacidades de intervención en tiempos necesarios), conexiones de interacciones moderadas por receptores activos a los contenidos que se compartan y actividades recíprocas en un espacio de la *web*.

Acosta y Maya (2012) constituyeron la participación en redes sociales de los individuos por el hecho de intercambiar con otros usuarios lo que respecta a información acompañado de sistemas de compartimiento e intereses individuales, logrando un intercambio de emociones; es por ello que sitios *web* como redes sociales, renuevan su sentido mediante las comunidades de usuarios, y aunque su fin sea de

carácter social, es usado con fines ideológicos, comerciales y políticos (citado en Trillos y Soto, 2018, p. 66). Por su parte el autor Juan José Trillos (2015) manifestaba:

la red, no es más que uno de los soportes por donde los ciudadanos suelen interactuar, mediarse, y en manera alguna tiene cualidades de auto organización o condiciones para la taumaturgia¹. Lo que pase en ella y lo que pase con ella es producto de las tensiones derivadas de mediaciones políticas, comunicacionales e interaccionales que los hombres ponen a jugar en su escenario virtual. (Trillos, 2015, citado en Trillos y Soto, 2018, p. 67)

Para entender el conjunto de relaciones que constituyen el orden social, aquel que lo perpetúa, se necesita rechazar la visión estructuralista en la que las estructuras propician su perpetuación; las relaciones se dan en una colaboración entre los agentes sometidos, en la cual el mundo social es el surgimiento de una cimentación que se hace mediante las constricciones a los que son sometidos los agentes quienes crean el mundo social, se da una especie de generación continua; es así como se definió el concepto de sistema de estrategias de reproducción (Bourdieu, 2011).

Para expresarlo de otro modo: hay que recusar la cuestión de saber si las señales de sumisión que los subordinados acuerdan permanentemente a sus superiores constituyen y reconstituyen sin cesar la relación de dominación o si, a la inversa, la relación objetiva de dominación impone los signos de sumisión. (Bourdieu, 2011, p. 22)

Byung-Chul Han en su publicación *En el enjambre* (2014), refirió su interés a la indignación como elemento que es eficiente para aglutinar la atención y movilización de personas, elemento que suele ser volátil e inapropiado para generar discursos públicos; es ineficiente en el sentido de su dispersión con rapidez y súbitamente, careciendo de una continuidad para el discurso público; la indignación frecuentemente aparece cuando surgen sucesos de importancia política o social que escasean o carecen de la creación de identidad en la comunidad, demostrando así la carencia de un cuidado conjunto estructural de sociedad (p. 13).

¹ «Facultad de realizar prodigios» (Real Academia Española, s.f.).

Gonzalo Bacigalupe y María Camara (2011) demuestran en su artículo *Adolescentes digitales: el rol transformador de las redes sociales y las interacciones virtuales* el sustento de las TIC en la cultura digital como un factor destacable en las nuevas generaciones de adolescentes que modifican y crean sus relaciones, las percepciones de su entorno social y la construcción de las identidades familiares y psicosociales mediante las tecnologías emergentes; es así que los profesionales e instituciones deben habituarse al impacto que las tecnologías tienen sobre los jóvenes y sus relaciones, no se vale solo del hecho de conocer las adaptaciones de idiosincrasia o aislamiento de los usos de las TIC; una relación comparable a aquella que se genera en la emergencia de una cultura juvenil que busca diferenciarse del mundo adulto (pp. 2-3). Las nuevas generaciones están adelantando una autocomunicación de masas, la cual en resumida, son las nuevas formas de comunicación por medio del internet, la denominación surge por la información que se genera en la transmisión a una audiencia global en la que el mensaje es producido por «uno mismo»; en cierta forma Castells considera el concepto como elemento importante para las consecuencias que se encadenan en el cambio social y en la organización social en cuanto se genera una novedosa forma de comunicación por medio de los hipertextos digitales los cuales recogen todo tipo de interacciones humanas por medio de una integración [textual] (Castells, 2009, p. 88).

En temas de interacciones, aparecería en 2007, Watts con su propuesta jerárquica de los actores en las plataformas de red social, las manifestaciones surgen en una estructura que existe sujetos puente, centrales y secundarios, entre otros; cada actor determinará una función en la expresión estructural de red, cada sujeto cumplirá con un factor, pero hay unos pocos que poseen la influencia de una forma contundente y amplia, siendo o no meramente accidental o predeterminado (citado en Torres, 2015, párr. 9).

La estructura en la red surge por la jerarquía y posición, sus actores cuentan con ventajas y recursos de información que les permite ejercer poder e influencia sobre los demás usuarios, son ellos los que se determinan como «enlaces» (o «*switchers*») y «programadores» (Castells, 2009, citado en Torres, 2015, párr. 12), teniendo la capacidad de: programar/reprogramar o construir redes que dependerán y actuarán por

los «objetivos que les asignen»; y de funcionar como puentes que conecten con otras redes, además de garantizar la cooperación con la combinación de recursos y el compartimiento de sus objetivos (Torres, 2015, párr. 12). Los líderes influyentes son programados por las redes o basado en un encuentro accidentado en las eventualidades que sobresalen como punto de referencia ante lo acontecimientos, los movimientos sociales o las protestas (párr. 15-16); aquellas plataformas en el que no se poseen lazos de cohesión sólidas entre usuarios, como la falta de «lazos de parentesco o amistosos constantes en el tiempo» sino una interacción entre desconocidos, solo conformarían un «contagio» en la diversidad temática que después solo terminaría en una temporalidad corta que luego será opacada por otro *trending topic* (Centola, 2010, citado en Torres, 2015, párr. 15). La estructura jerárquica en las redes sociales imposibilita las relaciones horizontales, los usuarios pasan por un proceso de «contagio programado y reprogramado de ideas con una clara estrategia política» (Torres, 2015, párr. 49).

Cuando la persona que va a emitir un mensaje por medio de una publicación se plantea un discurso teniendo en mente que este generará debate y comentarios en la *web*, se propone una oratoria que incita a que surja el debate sobre el tema planteado, si el autor de la publicación sabe que el medio por el que publica su mensaje permite el alargue en los procesos de debate «se convierte en un estratega del debate para proponer y propiciar la interlocución con los lectores» (Sánchez A. , 2012); el hecho de generar interactividad crea un vínculo menos formal y más cercano hacia los lectores-usuarios, estos últimos se unirán más «estrechamente» en cuanto al tema que está siendo reflexionado o analizado, es así como «Esta propuesta de relación propicia un mayor acercamiento de las personas al conocimiento, gracias a la cualidad emocional del mensaje» (pp. 26-27).

2.2.1.1. Interaccionismo simbólico. El concepto es ampliamente usado desde que Herbert Blumer lo señaló en 1937 como identidad «de un enfoque en las ciencias sociales»; el autor George Mead fue considerado como el pensador original, quien quería demostrar «que la vida de un grupo humano es la condición esencial para la aparición de la conciencia, la mente, un mundo de objetos, seres humanos como organismos dotados de un “sí mismo” y la conducta humana en forma de actos

construidos» (Blumer, 1982, citado en Tobón, 2007), en su postura introdujo el postulado relativo de una autodeterminación del ser humano como ente partícipe en la práctica de «acciones que son agenciadas en la vida social» (Tobón, 2007, p. 15). La interacción no debe tratarse como la sola «aplicación autónoma de significados establecidos» se debe en mejor forma atribuírsele a todo un proceso que ha sido formativo «en el que los significados se utilizan y se revisan como instrumento que guían y forman la acción» (Álvarez & Jurgenson, 2003, p. 67).

El significado resulta ser la «articulación de sentido en las experiencias vitales», en cuanto a la relación que se da con los objetos que pasan a ser designados y luego pasan a constituir «el “mundo”» de un grupo o una persona (Tobón, 2007, p. 20).

2.2.1.1.1. Tipos de interaccionismo simbólico según Blumer. La noción del interaccionismo simbólico es expresada mediante tres proposiciones formuladas por Blumer (1982): los actos cometidos en función del significado individual, los significados se derivan de las interacciones con los demás, el proceso interpretativo modifica y manipula los significados (citado en Tobón, 2007, p. 15).

- *Primera premisa.* «el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él» (Blumer, 1982, p. 2), sobresalta la importancia que posee el significado como alineación que tiene el ser humano en sus acciones, convirtiéndose en elemento céntrico en su formación comportamental, implicando la comprensión o conocimiento «de la dimensión simbólica como hábitat del ser humano, [...] habitamos un mundo de símbolos y es ahí donde expresamos nuestra particular naturaleza; [...] se trata del lenguaje como casa del ser, tal y como lo expresa Heidegger», se habla del uso de factores como los psicológicos o sociológicos acogidos como elementos explicativos del comportamiento en los seres humanos «se puede constatar en diversas experiencias sociales e individuales, [...] en los respectivos campos de conocimiento en los que son considerados, se insiste en elevar el factor al rango de elemento determinante y explicativo del comportamiento humano», resulta ser una actividad de desplazamiento del humano en sus propias construcciones para poder entender su comportamiento (citado en Tobón, 2007, pp. 15-16).

- *Cosas.* Es la referencia que se le hace a todo lo que la persona es capaz de «percibir en su mundo», entre los que destacan: objetos físicos, otras personas,

categorías de seres humanos, instituciones, ideales importantes, actividades ajenas y «las situaciones de todo tipo que un individuo afronta en su vida cotidiana» (Blumer, 1982, p. 2).

- *Significado.* Las cosas enclaustran significados que «para el ser humano constituye un elemento central en sí mismo», desconocerlo «conforme al cual actúan las personas» equivaldría a falsear o alterar las conductas sometida a estudio pues se estimaría que el restarle importancia a lo que corresponde al significado solo en beneficios de aquellos factores que motivan la conducta, constituiría «una lamentable negligencia del papel que el significado desempeña en la formación del comportamiento» (Blumer, 1982, p. 4).

- *Segunda premisa.* «el significado de estas cosas se deriva o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo», surge como el inicio del «significado socialmente construido», es decir, la interacción social con el prójimo crea o deriva significado a las cosas; dicha premisa permite conocer la génesis de lo que es el «significado socialmente construido»; (Blumer, 1982; citado en Tobón, 2007, p. 17).

- *Surgimiento del significado.* Blumer (1982) exhibía dos formas para explicar la génesis del significado, la primera es la que toma el significado como «parte intrínseca de aquello que lo tiene» (p. 3), la segunda desde la forma idealista el significado es solo la «proyección del individuo sobre el objeto» la cual resulta como «expresión de su organización psicológica» (Tobón, 2007, p. 17). Las formas expresadas por Blumer se suman en dos rutas que permiten registrar el surgimiento del significado: «la tradición realista, la tradición idealista» y una más que destaca Tobón (2007) «el enfoque del interaccionismo simbólico» (p. 17).

- *Tradicón realista.* Desde este punto se visualiza el postulado tradicional en filosofía del «realismo»; que desde Blumer (1982) es tomado como un carácter objetivo proveniente del significado «en términos de cualidad inherente al objeto que lo posee, como una especie de ingrediente propio del objeto», es decir, tratar de reconocer «el significado del objeto en el objeto mismo» (citado en Tobón, 2007, p. 17). El significado es el «elemento natural de la estructura objetiva de las cosas»; como ejemplo está el

hecho que «una silla es una silla, una vaca una vaca, una nube una nube», el hecho de que sea inherente a aquella cosa poseedora o contenedora, aquel significado necesitará ser desglosado por medio de una observación «del ente objetivo que lo posee»; en definitiva, este significado deriva o proviene de la cosa, su formación resulta de «ningún proceso; lo único que hace falta es reconocer el significado que encierra esa cosa» (Blumer, 1982, p. 3).

- *Tradición idealista.* El significado resulta de la composición entre recuerdos, actitudes, sentimientos, ideas y otras cosas (Tobón, 2007, p. 17). El significado es resultado de una «excrecencia física» que se le incorpora a la cosa por parte de aquellos o de aquel para quien este posee un significado, es considerado como una «expresión» de aquellos compendios constitutivos de la organización psicológica del individuo, de la mente o incluso de la psique de la persona; resulta relevante entre estos elementos las ideas, los sentimientos, las sensaciones, los recuerdos, las actitudes y los «móviles»; las expresiones de los elementos psicológicos son «el significado de una cosa», los cuales actúan en la percepción que se da de la misma cosa; para Blumer (1982):

El hecho de reducir el significado de las cosas a elementos psicológicos limita los procesos de formación del significado a aquellos que son necesarios para despertar y reunir los elementos psicológicos que lo producen. Tales procesos son de índole psicológica e incluyen la percepción, cognición, represión, transferencia de sentimientos y asociación de ideas. (p. 3)

- *Enfoque del interaccionismo simbólico.* Desde el interaccionismo simbólico el significado es proveniente de los procesos en los que se ve inmerso el individuo mediante la interacción social, se toma ontológicamente desde el significado social, El significado que una cosa encierra para una persona es el resultado de las distintas formas en que otras personas actúan hacia ella en relación con esa cosa. Los actos de los demás producen el efecto de definirle la cosa a esa persona. En suma, el interaccionismo simbólico considera que el significado es un producto social, una creación que emana de y a través de las actividades definatorias de los individuos, a medida que éstos interactúan. (Blumer, 1982, citado en Tobón, 2007, p. 17)

El significado posee una génesis diferente a lo planteado por la tradición realista y la tradición idealista; este no proviene de una manera intrínseca de la cosa, ni mucho menos de elementos provenientes de la psique personal, sino que más bien es el resultado de un proceso dado mediante la interacción que se ha dado «entre los individuos» (Blumer, 1982, pp. 3-4).

- *Tercera premisa.* «los significados se manipulan y modifican, mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona, al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso» (Blumer, 1982, p. 2), la persona usa los significados por medio de todo un proceso interpretativo, lo transforma, en esta instancia el sujeto no hace solo una aplicación o reproducción de significados que se han venido dando mediante las interacciones, en el proceso de interpretación surgen dos momentos: el individuo hace una muestra que le indica a sí mismo a dónde tendrá que «dirigir sus actos [...] y, luego, pasando por la interpretación, hace uso de los significados de las cosas, analizando, contrastando y transformando los significados, en consonancia con la valoración de la situación que ha de afrontar», las dinámicas sociales y significativas son tomadas por las personas desde una posición activa, se convierte en agente que posee la capacidad en incidir en la experiencia social; entra pues en oposición hacia aquellas situaciones donde se toma al ser humano como objeto que se encuentra a merced de aquellas condiciones de las fuerzas autónomas o de su medio, las cuales desde su interior incitan a que este reaccione siendo presentadas como la causa comportamental; de esta forma la transformación e interpretación de los significados proveniente de la persona se da gracias «al que poseen un sí mismo» (Tobón, 2007, p. 18).

- *Proceso interpretativo.* Para Blumer (1982) «El significado de las cosas» se forjan mediante el contexto en que se da la interacción social «y es deducido por la persona a través de ésta», es por ello que el uso del significado implica todo un proceso de interpretación; resulta un total error el creer que el uso del significado por parte de un individuo se da simplemente como una «aplicación de ese significado así obtenido», este tampoco se da en los actos como la aplicación o el afloramiento de «significados ya establecidos»; Blumer proponía que el proceso interactivo se generaba en dos etapas diferenciadas mutuamente (p. 4).

- *Etapa uno.* El «agente» a sí mismo se hace indicaciones acerca de cuáles han de ser «las cosas» a las cuales debe «encaminar sus actos; es decir debe señalarse a sí mismo las cosas que poseen significado»; el individuo interactúa internamente consigo mismo, se convierten en un «proceso social interiorizado», se genera un proceso de comunicación internamente, algo más que elementos meramente psicológicos (Blumer, 1982, p. 4). En definitiva y tomando la perspectiva de Blumer, «La persona se indica a sí misma la cosa respecto de la cual está actuando; tiene que señalarse las cosas con un significado. Esta indicación representa un proceso social internalizado en el que la persona interactúa consigo» (Álvarez & Jurgenson, 2003, p. 66).

- *Etapa dos.* Surge como resultado de aquel proceso dado en sí mismo «la interpretación se convierte en una manipulación de significados»; la persona es la que pasa a seleccionar, verificar, eliminar, reagrupar y transformar «los significados a tenor de la situación» en la que se encuentra y de la orientación que irán a tomar sus actos; es vital comprender que los significados pasarán a tomar su función en los actos por medio de todo un proceso de «auto-interacción» (Blumer, 1982, p. 4). En definitiva, según Álvarez y Jurgenson (2003) retomando las ideas de Blumer:

Como resultado de este proceso de comunicación reflexiva [la primera etapa], la interpretación se convierte en el acto de manejar los significados. La persona selecciona, verifica, suspende, reagrupa y transforma el significado a la luz de la situación en la que se encuentra y la dirección de la acción. (pp. 66-67)

2.2.1.1.2. Imágenes radicales. Son los cimientos de toda una «serie de ideas básicas», son estas las que describen y aluden la «índole» de los temas: «sociedades o grupos humanos, interacción social, objetivos, el ser humano como agente, los actos humanos y la interconexión de las líneas de acción», resultan ser el conjunto de la representación de la forma como el «interaccionismo contempla el comportamiento y la sociedad humanas. Constituyen el armazón del estudio y el análisis» (Blumer, 1982, pp. 4-5).

- *Naturaleza de la vida en las sociedades y grupos humanos.* Los individuos o individuos agentes poseen un compromiso con la acción, reflejadas tanto en las actividades que realizan o en las relaciones que tienen con los otros, los sujetos actúan

de muchas formas «aislada, colectivamente o en nombre o representación de alguna organización o grupo de otros individuos»; las sociedades humanas han de existir «fundamentalmente en acción y en tal contexto han de ser considerados»; estos componentes son observables en las estructuras sociales y en la cultura, donde la vida en sociedad se basa en todo un proceso «ininterrumpido de ensamblaje de las actividades de sus miembros» (Blumer, 1982, p. 5). Finalmente, Blumer (1982) proponía que los grupos sociales «se consideran constituidos por personas en acción», es decir, en las múltiples actividades que realizan al momento de encuentro con los demás, incluso en la forma como estos «resuelven las situaciones que se les presentan. Los grupos humanos se consideran en movimiento, y es así como deben verse» (Álvarez & Jurgenson, 2003, p. 67).

- *Naturaleza de la interacción social.* La interacción es necesaria en la vida en grupo entre los miembros de este, «una sociedad se compone de individuos que entablan una interacción con los demás»; desde el interaccionismo simbólico se acepta la interacción social y se reconoce la «importancia vital en sí misma», pues es esta resulta ser un proceso donde se forma lo que es el comportamiento del ser humano; «un ser humano en interacción con otras personas ha de tener en cuenta lo que cada cual está haciendo o a punto de hacer [...] está obligado a orientar su propio comportamiento o a manejar sus situaciones en función de aquello que toman en consideración» (Blumer, 1982, pp. 5-6).

En suma, «La vida de un grupo» presupone necesariamente de la interacción entre cada uno de las personas que lo conforman, de ahí que las actividades de los individuos sucedan como una respuesta en relación con el otro o con los demás; lo que se resalta del interaccionismo está en la función formadora de lo que es la conducta, «esto significa que los seres humanos, al interactuar entre sí, tienen que tener en cuenta lo que cada uno hace, y se ven forzados a dirigir su propia conducta en función de ello» (Blumer, 1982, citado en Álvarez y Jurgenson, 2003, p. 67).

Según Herbert (1982) «La vida de un grupo humano» se construye mediante amplios procesos que se basan en definirle a los demás o al «prójimo» lo que este debe hacer, además de «interpretar las definiciones formuladas por los demás»,

mediante este amplio proceso los sujetos generan que sus «actividades encajen en las ajenas, a la vez que forman su propia conducta individual» (p. 8).

- *Actos.* Según Blumer (1982), las actividades de las demás personas tienen un potencial de intervenir como «factores positivos en la formación de su propio comportamiento; ante los actos los actos ajenos una persona puede abandonar una intención o propósito» pudiendo además sustituirla o intensificarla, cancelarla o verificarla, incluso reconsiderarla; los actos ajenos resultan incluirse en las decisiones que una persona va a hacer, o lo que «proyecta hacer, puede oponerse o impedir tal proyecto, exigir una revisión o motivar un planteamiento muy distinto del mismo»; los individuos van a lograr o hacer que «su línea de acción encaje» de cualquier forma en lo que respecta a las actividades de las demás personas «Estas han de ser tenidas en cuenta, sin considerarlas simplemente como un ámbito para la expresión de lo que uno está dispuesto a hacer o planea realizar» (p. 6).

Blumer (1982) indica en su postulado que las personas se ven obligadas a contar con los «actos ajenos» en los instantes a realizar sus propios actos, «La ejecución de tales actos implica un doble proceso: el de indicar a los demás el modo en que deben actuar y el de interpretar las indicaciones ajenas» (p. 8).

- *Formas de interacción en la sociedad humana.* Blumer en su libro *El interaccionismo simbólico perspectiva y método* (1982) recalca el trabajo hecho en su tiempo el teórico George Herbert Mead, quien señalaba la existencia de dos niveles de interacción social presente en los grupos humanos: «la conversación de gestos» y el «empleo de símbolos significativos», Blumer cambió los nombres y los denominó: «interacción no simbólica» e «interacción simbólica» (p. 6).

- *Interacción no simbólica.* La concepción de este nivel de interacción se presenta «en las respuestas reflejas», se da cuando el individuo responde o se manifiesta directamente «al acto de otra sin interpretarlo»; Blumer pone el ejemplo del boxeador que levanta la mano automáticamente como reacción para detener el golpe, mientras que:

si el boxeador se detuviese a reflexionar que ese golpe de su adversario que parece avvicinarse es sólo una finta para cazarle, tal actitud formaría parte de una

interacción simbólica. En tal caso, tendría que procurar descubrir la finalidad del golpe, es decir, su significado como parte del plan de su contrincante.

Los humanos establecen o entablan en medio de las asociaciones, un proceso de interacción no simbólica en los momentos en que se dan «movimientos corporales, expresiones y tonos de voz de sus semejantes» en respuesta de una forma «inmediata e irreflexiblemente»; cabe resaltar que desde la forma que caracteriza lo que es la interacción es ejercido desde una forma simbólica «puesto que tratan de comprender el significado de los actos ajenos» (pp. 6-7).

- *Interacción simbólica.* Su concepción va hacia las implicaciones de las interpretaciones del acto; la interacción es toda una exposición o expresión de «gestos», además de una respuesta hacia el «significado de los mismos»; es decir que la persona que responde a las intenciones de los gestos organiza su respuesta basándose en el significado que los gestos encierran para ella. La persona que realiza dichos gestos se sirve de ellos como signos o indicaciones de lo que proyecta hacer, así como de lo que desea que el otro haga o comprenda. (Blumer, 1982, p. 7)

Para Mead es importante que en la interacción «las partes implicadas» necesariamente asuman «el papel de cada uno de los individuos involucrados»; la persona que va a generar indicaciones debe primero ponerse «en el lugar» de quien la recibe, para luego empezar a formular la mejor manera de generar estas indicaciones que el otro «tiene que hacer»; es por medio de esta como «La mutua asunción de papeles es condición *sine qua non* para que una comunicación y una interacción sean eficaces (Blumer, 1982, p. 7).

- *Gestos.* Hace referencia a aquel aspecto o parte «de un acto en curso que encierra el significado del acto», o incluso del cual hace parte (Blumer, 1982, p. 6). Blumer (1982) ejemplificaba que el puño como amenaza era una señal o indicaba un ataque, «o la declaración de guerra por parte de un país que manifiesta así su postura y su línea de acción»; los gestos generan todo un proceso donde la persona las recibe o percibe como una idea acerca del propósito o la intención del «futuro acto del individuo que los formula», entre estos gestos se encuentran las declaraciones, sugerencias, mandatos, órdenes y hasta ruego; esto lo que indicaría sería que «los

gestos tienen significado, no sólo para la persona que los hace, sino para aquella a quien van dirigidos»; Mead propuso la denominada «triple naturaleza del significado» donde el gesto es expuesto mediante «tres líneas» por la cual los gestos generan indicaciones de lo que la otra persona debe hacer, «lo que la personas que los hace proyecta realizar y, [...] la acción conjunta que debe surgir de la coordinación de los actos de ambas», Blumer expuso el ejemplo del ladrón para expresar la triple naturaleza del significado:

la orden de levantar las manos que un ladrón da a su víctima es (a) una indicación de lo que ésta ha de hacer; (b) una indicación de lo que el ladrón se propone hacer, es decir, despojar a su víctima; y (c) una indicación de la acción conjunta que se está formando: en este caso un atraco. Si existe confusión o malentendido en cualquiera de estas tres líneas de significado, la comunicación no se produce, la interacción se dificulta y la formación de la acción conjunta se ve bloqueada. (p. 7)

- *Naturaleza de los objetos.* Los objetos son la constitución de los «mundos» de los humanos, los cuales a su vez son «producto de la interacción simbólica»; el «objeto» es aquel a lo que se puede señalar o a lo que se «puede hacer referencia: una nube, un libro, [...] una doctrina religiosa, un fantasma, etc.»; estos objetos pueden ser agrupados mediante tres clases «(a) Objetos físicos, como sillas, árboles y bicicletas; (b) sociales, como estudiantes, sacerdotes, un presidente, una madre o un amigo; y (c) abstractos, como los principios morales, doctrinas filosóficas e ideas tales como la justicia, la explotación y la compasión»; la naturaleza de los objetos consistirá mediante el significado que el objeto encierra para aquel sujeto «que como tal lo considera», de esta forma dependerá la forma como el sujeto percibe o ve al objeto, es por ello que Blumer pone el ejemplo de que «un árbol será diferente según que lo considere un botánico, un leñador, un poeta o un jardinero» lo percibirán diferente, el cual dependerá del significado que considera la persona sobre el objeto; «El significado de los objetos para una persona emana fundamentalmente del modo en que éstos le han sido definidos por aquellos con quienes “interactúa”»; los sujetos están obligados a «desenvolverse» en el denominado «entorno» o «mundo de los objetos», además de actuar «en función de los mismos»; para Herbert el comprender los actos de los sujetos se necesita «conocer los objetos que componen su mundo»; lo «objetos» como tal

deben de ser abordados o entendidos como construcciones sociales por su iniciación y formación de los procesos «de definición e interpretación, ya que éste tiene lugar a su vez en la interacción de las personas»; según la interacción simbólica «la vida de un grupo humano» consiste en el proceso donde los individuos forman, sustentan y transforman «los objetos de su mundo a medida que les van configurando un significado»; además, los objetos pueden ir configurando cambios en su «significado» ya que estos no poseen un «*status* fijo»; en definitiva, y para el interaccionismo simbólico «la vida de un grupo humano es un proceso a través del cual los objetos van creándose, afirmándose, transformándose y desechándose. La vida y los actos de los individuos van modificándose forzosamente a tenor de los cambios que acaecen en su mundo de objetos» (Blumer, 1982, pp. 8-9).

- *El ser humano considerado como organismo agente.* Los sujetos son «objeto de sus propios actos» (Blumer, 1982, p. 9) o como lo señalaba Mead, el ser humano posee un «sí mismo» (citado en Blumer, 1982, p. 9), es decir que el sujeto posee una percepción de sí mismo como objeto, Herbert lo ejemplificaba como cada uno «pu ede concebirse así mismo, como un hombre joven, estudiante, endeudado, intentando hacerse médico, procedente de una familia humilde, etc.», esto se ve reflejado tanto en los actos que realiza «para consigo mismo» como en aquellos que realiza para los otros, «se basa en el tipo de objeto que él constituye para sí»; las personas empiezan a formar o moldear los propios objetos por medio de sí mismos basado en todo un «proceso de asunción de papeles» (Blumer, 1982, p. 9).

- *El auto-objeto.* Proviene de amplio proceso de interacciones sociales «en el que otras personas definen a un individuo ante sí mismo» (Blumer, 1982, p. 10), de acuerdo a Mead con su estudio de la asunción del papel social, expresa que este proceso de auto-objeto sucede cuando una persona se contempla «desde fuera» (citado en Blumer, 1982, p.10), es decir, cuando el individuo se pone en el lugar del otro «y observándose o actuando en relación consigo misma desde esa nueva perspectiva»; el sujeto posee o adquiere distintas facetas o papeles como los son «el de individuos distintos (la "etapa de juegos") hasta los de una comunidad abstracta ("el otro generalizado"), pasando por el de grupos organizados, ("etapa del juego organizado"). Al asumir tales papeles una persona se encuentra en situación de

dirigirse o aproximarse a sí misma», las personas de la sociedad; es por ello que el sujeto se define o se ve a sí mismo por medio de la forma como los demás lo definen o lo ven «para ser más exactos, nos vemos asumiendo uno de los tres tipos de papeles ajenos que ya hemos mencionado»; la concepción de un «sí mismo» le permite «entablar una interacción consigo mismo», donde el individuo se dirige y se responde a sí mismo como tal; la presencia de la «autointeracción» sugiere un proceso donde este se hace «indicaciones a sí mismo»; Herbert decía que:

De hecho, en el ser humano, ser consciente o estar al tanto de una cosa cualquiera equivale a indicarse esa cosa a sí mismo; se le reconoce como un determinado tipo de objeto y se considera la pertinencia o importancia que reviste para la propia línea de acción. (Blumer, 1982, p. 10)

- *Naturaleza de la acción humana.* El individuo se encuentra en un entorno o «mundo» al cual debe saber «interpretar para poder actuar y no ante un entorno frente al que responde en virtud de su propia organización», el hecho de que la persona se autoformule indicaciones implica una relevancia hacia la acción humana; el sujeto va afrontándose a las situaciones mediante estas las va interpretando, escenarios donde tiene que actuar y averiguar el «significado de los actos ajenos y planeando su propia línea de acción», es decir, los humanos ubican sus acciones mediante autoformulaciones indicativas; al momento de pensar su «línea de acción», la persona tiene en cuenta los factores o expresiones de estos mismos como lo son, por ejemplo: «móviles, necesidad-disposición, exigencias de la función desempeñada, expectativas o normas sociales» mas estos no son los desencadenantes de la línea de acción a tomar; por otra parte, el «proceso interpretativo» se desenvuelve por medio de la «formulación recíproca de indicaciones intervienen en el mismo», no se da solo por lo que el «individuo se dirige a sí mismo» (Blumer, 1982, pp. 12-13). Ahora, como lo demostraron Álvarez y Jorgenson (2003) con el trabajo de Blumer, desde los actos se tienen consideraciones como: deseos, objetivos, medios disponibles, acciones propias y las esperadas en otros, imagen propia y resultados probables de determinada acción. Esta visión individual se traslada igual a la situación grupal. Desde el interaccionismo simbólico se plantea lo factible de estudiar esta interacción en su presencia colectiva. (p. 69)

- *Interconexión de la acción.* Los miembros de un grupo social deben adaptarse recíprocamente a las denominadas «líneas de acción» de ahí que se dependa y base la «vida de todo grupo humano», la «acción conjunta» se constituye y origina mediante la articulación o conexión de las líneas de acción o en conclusión «una organización comunitaria de comportamiento basada en los diferentes actos de los diversos participantes», Blumer (1982) decía que:

a pesar de estar formada por los actos que intervienen en su composición, la acción conjunta es distinta de cada uno de ellos u del conjunto formado por su mera agrupación. Posee en sí misma un carácter distintivo que reside en la articulación o vinculación propiamente dichas, con independencia de lo que pueda ser articulado o vinculado en cada caso.

Se habla de una «acción conjunta» realizada por una colectividad, la cual no necesariamente implique la identificación de todos los miembros; es así como los sujetos participantes de la acción han de tener que dirigir los respectivos actos por medio de la utilización de significados y de la formación (p. 13).

Desde lo escrito por Álvarez y Jurgenson (2003) acerca del sexto concepto básico de las llamadas imágenes radicales propuesto por Blumer, indican que «La articulación de las líneas de acción se constituye como una acción conjunta, la cual no es la suma de las acciones individuales sino una nueva acción, en cuya formación participan los individuos»; hay que recalcar que la acción conjunta de la colectividad se da por medio de las interconexiones de los actores por parte de los «participantes»; los humanos se enfrentan con situaciones que no están preestablecidos por los patrones sociales, pero aun en estos casos se mantiene el constante surgimiento de las denominadas «líneas de acción» por medio del «proceso dual de designación e interpretación»; las reglas de acción son soportadas por la «vida del grupo» quienes son los que las mantienen y las crean (p. 70). Desde la postura de Blumer (1982): «Es el proceso social el que crea y sustenta las normas en la vida de grupo y no éstas las que forjan y sostienen aquélla» (p. 14).

2.2.1.2. Interacción. El propio usuario es el encargado de utilizar y modificar los espacios digitales, resulta ser una de las cualidades primordiales de los contenidos digitales; el usuario espera tener «una oferta de “cosas para hacer”» en este tipo de

contenidos, sobrepasando los hechos de visualización de contenido o la simple lectura de los archivos; la acción de interactividad le proporciona al usuario consumidor de datos la capacidad de establecer los ritmos de revisión de contenido, además de ser un factor diferenciador entre los «medios de comunicación no basados en internet», el usuario asume un rol importante pues es este el que decide el orden de acceso a la información, quien determina las decisiones de terminar o comenzar la entrada o visita a la información; es de vital importancia las posibilidades que ofrece el sistema a los individuos, pues de esta forma no estará tan ligado a los controles de este, pues la capacidad interactiva depender de la dotación del sistema que posee los datos, la entrada de por lo menos dos usuarios al mismo escenario donde está contenido los datos propicia una amplia generación de recursos diversos, además de contenidos basados en las determinaciones que vayan haciendo en el transcurso de su uso (Camus, 2009, p. 17).

Para Blumer (1982) «Los grupos o sociedades humanos existen fundamentalmente en acción y en tal contexto han de ser considerados [...]. La vida de toda sociedad consiste necesariamente en un proceso ininterrumpido de ensamble de las actividades de sus miembros» (citado en Tobón, 2007), desde los enfoques deterministas se han tomado la interacción social como lugar secundario en la definición comportamental del ser humano «subrogado ante diversos factores explicativos que se expresan a través de tal interacción», Blumer decía que «la interacción social se da entre los agentes y no entre los factores que se les atribuyen» (citado en Tobón, 2007), es así como las personas se expresan por medio de la interacción, no se dan discusiones entre ideas, sino que la discusión intelectual o el amor -por ejemplo- se genera entre las personas que valoran o sienten «tal o cual pensamiento»; la interacción social resulta como en un proceso que forma el comportamiento del ser humano, no es solo aquel medio que funciona como expresión (p. 19).

2.2.1.2.1. La interacción dirige las visitas. Una característica importante de los contenidos digitales reside en la cualidad que se les ofrece a los cibernautas de poder entregarle a los usuarios la capacidad de intervención en los contenidos por medio de diferentes métodos, lo que genera una experiencia de uso única, respecto a esto se encuentran diferentes formas de interacción, las cuales permitirán a los participantes

unas ventajas al hecho de poder intervenir en los contenidos: el usuario elige sus contenidos, el usuario usa aplicaciones que producen contenidos y el usuario genera contenidos (Camus, 2009, p. 25).

- *El usuario elige sus contenidos.* El individuo es capaz de navegar a través de los escenarios *web* de acuerdo a sus necesidades, eligiendo los contenidos a los que participar mediante la oferta de estos mismos, el usuario elegirá mediante los elementos que tiene menos o más éxito y mediante los ofrecidos por la interfaz del medio, además dependerá en gran medida de la usabilidad que posee el medio, además podrá emplear los instrumentos de interacción simple como lo son los buscadores que ofertan direcciones alternativas para solucionar los problemas dados por el sistema de navegación que no ha contemplado a cabalidad las opciones posibles, se recalca también la opción en que el individuo llega al contenido por medio de otros orígenes, por medio de elementos como los hipervínculos lo que «significa que irá directo al contenido de su interés, sin usar la página principal o portada del sitio web, implicando que dicha página de resultados del buscador se habrá transformado en el punto inicial de contacto con el sitio web» (Camus, 2009, pp. 25-26).

- *Navegación como necesidad.* Según Camus (2009), en los entornos digitales, un usuario «navega» a través de «un sitio web de acuerdo a sus necesidades», para luego pasar a elegir entre la información y contenidos ofrecidos (p. 25). La internet es una tecnología que se desarrolló y surgió para cubrir las crecientes necesidades de los humanos en ámbitos de comunicación y transmisión de información hacia los demás, la *web* es una herramienta que se ha empleado para generar «conversaciones *en línea*, [...] encontrar información, intercambiar documentos, e incluso oír música o ver películas y realizar tareas tan cotidianas como comprar, organizar y gestionar las vacaciones, el ocio, etc.» (Yus, 2010, p. 31); Saracevic (2006) propuso una serie de elementos que resultan recalables para el término «relevancia» en las páginas web, entre estas destaca la «intención» por la cual los seres «autores de páginas web» tienen intenciones de generar «manifiestos [en] un determinado número de supuestos (esto es, información) que serán relevantes en grados variables dependiendo de los entornos cognitivos de los usuarios lectores y sus necesidades concretas de información» (citado en Yus, 2010, p. 71), es decir, los creadores de

contenido deben adaptarse y contextualizarse a las necesidades presentes en la población a la cual va dirigida la información o los contenidos.

- *Elección de contenido.* Dicho proceso de elección por parte del usuario en los entornos virtuales se da por presencia de una necesidad que surge del sujeto mismo, por ende, pasa a navegar por un o unos sitios *web* para luego pasar a hacer el proceso de selección basado en lo ofrecido, para lo cual y según Camus (2009) en la selección se emplean «los elementos que le ofrece la interfaz y tiene más o menos éxito, dependiendo de la usabilidad que tenga el sitio» (p. 25). La elección de contenido ocurre también en dos niveles, es decir desde los colucutores; de este modo Yus (2010) propuso basado en la teoría de Sperber y Wilson (1995) la presencia de un estímulo ostentoso que llamará la «atención de su interlocutor, aquél sugiere de inmediato que su enunciado es, en principio, relevante para el interlocutor, es decir, porta una presunción o expectativa de su relevancia»; el emisor resulta como seleccionador de supuestos relevantes y estimulantes que «conduzca a la interpretación deseada» en el receptor quien pasará a asumir el «esfuerzo interpretativo [...] y ha de elegir una interpretación, de entre todas las interpretaciones posibles del enunciado, que satisfaga la presunción de relevancia» (pp. 27-28).

- *Elementos ofrecidos por la interfaz.* La interfaz resulta ser la serie de elementos que se le ofrece al usuario en la pantalla de un determinado sitio *web*, donde se incluyen «no sólo los aspectos gráficos, sino también la forma en que el usuario interactúa con el computador, los mensajes que recibe en pantalla, las respuestas del computador a la utilización de periféricos de entrada de datos, etc.» (Camus, 2009, p. 108).

- *Usabilidad del sitio web.* El término usabilidad hace referencia a la facilidad para su uso por parte de los usuarios, y de «cómo el diseño de un producto cualquiera facilita o dificulta su utilización», desde la «Organización Internacional de Normalización (ISO) 9241-11 la define como la medida en la cual un producto puede ser utilizado por determinados usuarios para conseguir objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción, en un contexto de uso determinado» (Dimuro, 2014, p. 6). J. Preece (1994) indicaba la usabilidad como «Sistemas fáciles de usar y de aprender» (citado en Chamarro, Mazón, y Cartuche, 2015, p. 17). El teórico Jakob Nielsen definía la

usabilidad basado en cinco elementos: satisfacción, errores, facilidad de recordación, eficiencia y facilidad de aprendizaje (Dimuro, 2014, p. 6).

- *Satisfacción.* Hace referencia a la «impresión subjetiva del usuario respecto al sistema. ¿Qué tanto le gustaron a los usuarios los distintos atributos del sistema?» (Sánchez W. , 2011, p. 10).

- *Errores.* Es la capacidad que posee el sistema para brindar «una tasa de errores», ayudarle al usuario a que este no cometa los mayores errores cuando usa el sistema, y si los comete ayudarle a resolverlos o «recuperarse fácilmente. ¿Cuántos y qué errores hace la gente al ejecutar un grupo de tareas específicas?» (Sánchez W. , 2011, p. 10).

- *Facilidad de recordación.* Hace referencia al uso que ha tenido tiempo atrás un usuario, y se ve en la necesidad de poder utilizarlo otra vez «la curva de aprendizaje debe ser significativamente menor que el caso del usuario que nunca haya utilizado dicho sistema», este elemento resulta ser de alta importancia para aquellas «aplicaciones usadas intermitentemente. ¿Qué tan bien recuerdan los usuarios la manera en cómo funciona el sistema después de una hora, un día o una semana?» (Sánchez W. , 2011, p. 10).

- *Eficiencia.* Es el alcanzar aquel nivel requerido de productividad cuando «el usuario ha aprendido a usar el sistema», resulta ser el determinante de la rapidez con las cuales se alcanzan a «desarrollar las tareas. ¿Cuánto le toma a un usuario completar un grupo de tareas específicas (benchmark tasks)?» (Sánchez W. , 2011, p. 10).

- *Facilidad de aprendizaje.* Define el tiempo en que un usuario aprende a usar bien el sistema, alcanzando la realización de operaciones básicas; cobija lo que es la «facilidad de aprender la funcionalidad y comportamiento del sistema [...] ¿Cuánto le toma al usuario típico de una comunidad aprender la manera en cómo se usan los comandos relevantes a un conjunto de tareas?» (Sánchez W. , 2011, p. 10).

- o *Herramienta interactiva simple.* Para Camus (2009), el usuario «navega» por los sitios *web* haciendo uso de sus necesidades e intereses, de ahí que dependa las elecciones de contenidos que el usuario considera pertinente por medios como la «usabilidad» que ofrece el sitio *web*, es decir basado en los «elementos que le ofrece la

interfaz»; por ello, el autor menciona el uso o empleo de instrumentos o herramientas «interactivas simples» como adición al usuario para que este pueda elegir mejor sus «contenidos», técnicas como lo es el «buscador» por el cual se le ofrece al sujeto «camino alternativo para resolver los eventuales problemas que le entregue un sistema de navegación que no haya contemplado todas las opciones posibles» (pp. 25-26).

- *Buscador.* Son escenarios digitales ubicados en el ciber mundo que actúa como instrumento «que recopilan y estructuran sistemáticamente la información contenida en ella. Ayudan a los usuarios a buscar datos específicos, para lo cual se organizan en buscadores por palabras y buscadores temáticos o directorios» (Camus, 2009, p. 106); servirá como camino alternativo para el usuario, así este mismo resolverá las «eventuales problemas que le entregue un sistema de navegación que no haya contemplado todas las opciones posibles» (Camus, 2009, pp. 25-26).

- *Otros orígenes (enlaces).* Resulta ser una de las principales características de los medios digitales, puesto que los enlaces o hipervínculos constituyen la capacidad a los usuarios de encontrar conexión entre información o «recursos» (Camus, 2009, p. 50); internet ofrece la posibilidad que el ciber usuario «llegue al sitio desde otros orígenes», lo que genera es el posible seguimiento por medio de un «enlace ofrecido por la página de resultados de un sistema de búsqueda» (p. 26). Las interacciones con los sistemas informáticos «Desde una perspectiva relevantista» poseen un elemento primordial, sino el más resaltante e importante, como lo resulta ser el «el juicio del usuario» quien desde la «presunción de relevancia ulterior del enlace, le lleva a pinchar en uno de los resultados sugeridos por el sistema» (Yus, 2010, p. 70); que la persona por medio de un hipervínculo «significa que irá directo al contenido de su interés, sin usar la página principal o portada del sitio web, implicando que dicha página de resultados del buscador se habrá transformado en el punto inicial de contacto con el sitio web» (Camus, 2009, p. 26).

- *El usuario usa aplicaciones que producen contenidos.* Este nivel de interacción se da cuando el individuo posee las condiciones de generar acciones con base en las ofertas proporcionadas por la interfaz habitual sin que este llegue a dar información propia, la realización del usuario está dada con todo aquello que le es

permitido hacer en el sitio *web*, pero que a la vez produce resultados de una forma rápida, contiguo a esto permite una participación con acciones como encuestas, votación o similares que no necesariamente implican el hacer parte de la comunidad de una forma continua (Camus, 2009, p. 26).

- *Aplicaciones de sitio web.* Las aplicaciones que poseen las páginas *web* le permiten a los usuarios generar «resultados inmediatos», algunas de las aplicaciones señaladas por Camus (2009) son las «calculadoras, simuladores», su uso se convierte en un tipo de interacción ofrecida por la misma interfaz (p. 26). Para Yus (2010), las TIC y su uso han configurado todo un «estado de constante influencia mutua», lo que a su vez hará una transformación en la forma como se dan las interacciones, o el entable de estas mismas ligados siempre al «diseño de la tecnología y la gama de opciones», es decir «el lugar que estas aplicaciones o tecnologías ocupan en las escalas “oral/escrito”, “visual/verbal” y “sincrónico/asincrónico” afecta, como ya se ha señalado, a la calidad y cantidad de las interacciones llevadas a cabo con ellas» (pp. 33-34).

- *Participación en acciones.* De acuerdo con Camus (2009), en esta premisa se señalan las acciones que el mismo usuario puede realizar de acuerdo a los límites ofrecidos por la el sitio *web*; al igual que las aplicaciones resultan ser un tipo de nivel de interacciones ofertadas por la interfaz, con la singularidad de no implicar necesariamente al individuo formar parte de «una comunidad de manera permanente», claro ejemplo de este tipo de interacción son las encuestas o las votaciones (p. 26).

- *El usuario genera contenidos.* Este tipo de interacción resulta ser la más completa, pues el usuario adquiere una personalidad virtual, en donde le hace sentir con privilegios, pero con sensación obligatoria a ejercerlas, el individuo empieza a aplicar acciones como corrección, opinión, comentario, ingreso de datos o suscripción a sitios, en términos generales a participar, pero con el registro de su punto de vista en los medios que emplea, además buscará las oportunidades que le ofrecen los medios para sacar mayor provecho de aquella información que le es suministrada, en etapas más complejas, el individuo poseerá espacios propios en los sistemas de interacción o comunicación, tales como las redes sociales, preocupándose por mantenerlos al día por medio actualizaciones periódicas (Camus, 2009, pp. 26-27).

- *Personalidad virtual.* Resulta ser la información que se organiza y perfila en las bases de datos virtuales que son manejadas por los centros de procesamiento informáticos; este concepto resulta ser un perfil de datos en los que se ven incluidos «información personal, sus gustos y preferencias, a través de un desdoblamiento del ser humano, en su materialidad física y su desmaterialización virtual de información. La personalidad virtual será la información digital de cada persona» (Morales & Ugarte, 2012, p. 21); es así como Soto Castro (2009) planteaba que la personalidad virtual resulta ser «aquellos datos, registrados o registrables que se imputan a un centro de interés concreto, que merece ser respetado y protegido, ante usos indebidos» igualmente, Rivero Sánchez (2009), también citado en el artículo de Soto, en el cual se determina que «la identidad virtual es la personalidad desmaterializada en información. Y es esta desmaterialización de la personalidad en información lo que permite que la personalidad se proyecte a toda la sociedad» (citados en Morales y Ugarte, 2012, pp. 19-20).

- *Participación registrada.* El registro provee una «personalidad virtual» al sujeto, la participación que pasa a generar se ve situada por un sentimiento de «privilegio» e incluso casi obligatoria para ejercer las etapas interactivas; el usuario genera una participación «dejando sus puntos de vista registrados por los medios que se le provean», pasa a desarrollar elementos importantes como el opinar o comentar en dichos espacios digitales (Camus, 2009, p. 26). Yus (2010) pone el ejemplo del uso de «chats» para ilustrar el uso del registro, como por ejemplo con los apodos, la cual va «unido» con la «dirección de correo electrónico», se le es designado a la persona un perfil digital que se convierte en «un designador lingüístico cercano al nombre propio en su función referencial» e irrepetible en el sistema o «programa» (pp. 62-63), esto lo que produce es la aparición de una «relación [...] concreta entre los usuarios» (Araujo y Melo, 2003, citado en Yus, 2010, p. 176).

- *Suscripción.* La suscripción es una función donde los usuarios conocen los contenidos virtuales a través de los sistemas de «suscripción basadas en software que se activa cada vez que hay algún elemento nuevo a difundir», también es conocida como RSS o «formato XML desarrollado para facilitar la notificación de las actualizaciones que pueda ir haciendo un sitio web, a los usuarios que se hayan

suscrito para tal efecto, a través del proceso llamado “sindicación” o “suscripción”» (Camus, 2009, p. 24); las suscripciones a *Really Simple Syndication* (RSS), es el sistema que posibilitan la suscripción de un usuario a un sitio *web* para que «cada vez que éste se actualice, envíe sus contenidos para ser revisados a través de un software que recopila y muestra este tipo de archivos»; el RSS ofrece la generación de un tipo de archivo en un formato que posibilita su uso en otros medios o sistemas de una manera automática «para hacer publicaciones en otros formatos. El mejor ejemplo es el uso de la información que se incluye en RSS (normalmente titulares, bajada, texto y URL), para su inclusión en Twitter, una herramienta de comunicación instantánea»; otras de las opciones que se le presenta al cibernauta es la suscripción a los boletines que ofrece el sitio *web* puesto que no todos los personajes del ciber mundo «volverán frecuentemente al sitio *web* y que muchas veces éste no publicará en forma periódica, se puede ofrecer al usuario suscribirse a un correo electrónico para que se le avise cuando haya nuevos contenidos para revisar» (p. 96).

- *Ingreso de datos.* La creación de una identidad virtual por parte de un usuario genera todo un moldeado de este a través del «intercambio de textos, imágenes o discursos multimodales con otras personas» (Yus, 2001, citado en Yus, 2010); los usuarios de internet asumen el «reto» de «prestar especial atención a las demandas grupales de mantenimiento óptimo del intercambio de información» (Foster, 1997, citado en Yus, 2010, p. 54); además de tener en la cuenta los aportes que debe generar el usuario y el «contexto social» a la «comunidad mediante el uso de formas discursivas de diferente índole (textual, visual, multimodal...)» las cuales proporcionan lo que es la definición de la «identidad virtual». Esto se da cuando el usuario posee todo un completo elemento de «personalidad virtual», donde «desarrolla actividades» como sentimiento de «privilegio y hasta la obligación de ejercerla» (Camus, 2009, p. 26). Ahora, en relación a los individuos en los espacios cibernéticos adquieren la manifestación de interés hacia «informar de una serie de supuestos mediante una cierta información verbal y visual sobre sus vidas, intereses, pasatiempos, etc.» (Walters, 1996; Wynn y Katz, 1997, citado en Yus, 2010) sobre los contenidos relacionados al suministro de información personal (Yus, 2010, p. 58). La divulgación o ingreso de datos, ya sean informativos o personales se dan en los escenarios digitales

donde exista un entorno propicio para ser interpretado o interactuado por otro u otros usuarios.

- *Opinión.* De acuerdo a Anduiza, Cantijoch, Gallego, y Salcedo (2010) la internet ha permitido ampliar «el espectro de canales que permiten el intercambio de opiniones políticas y la promoción de iniciativas o movilizaciones que tratan de influir en decisiones tanto gubernamentales como privadas» (p. 23). El autor Cruz (2015) expresa que la presencia de la opinión pública en los escenarios donde se produce el discurso elaborado «en el ámbito de lo privado», y en el cual se intenta «mediante la deliberación basada en la razón, producir un consenso sobre el interés común, que permita al mismo tiempo controlar a las burocracias estatales y retroalimentar al Estado» (p. 112). Por su parte, Perfetti (2005), expresa que una opinión en los medios digitales permite conocer los «juicios importantes» que generan los usuarios en «los primeros momentos en que visitan una página» (citada en Camus, 2009, p. 60); la igual que las subcategorías expuestas por Camus (2009) en la sección «El usuario genera contenidos», apunta a la participación del ciber usuarios quien pasará a dejar su punto de vista el registrado por medio de los sistemas que «provean» dicha opción (p. 26).

- *Comentarios.* Según Camus (2009), cuando el usuario produce contenidos, ejerce la «etapa» con mayor interacción, y en donde ya posee una «personalidad virtual», es por ello que pasan a ejercer sus comentarios, plasmando por medio de publicaciones sus posiciones ideológicas (p. 26). Por medio de los comentarios los individuos «exponen opiniones, puntos de vista o críticas, acerca de un determinado tema, autor u obra, con un enfoque particular», dentro de los estilos de expresión por este medio, se percibe que prima el denominado comentario «coloquial» en donde se emplea para su expresión un «lenguaje sencillo, claro, vivo, penetrante y variado. Su tono es determinante y marca el distanciamiento del comentarista en relación con las opiniones vertidas en el texto», es por ello que se distinguen los «comentarios informales», en donde funcionan como las «emisiones orales espontáneas que obedecen al interés psicológico del hablante quien conduce sus opiniones, adecuándolas al contexto y a la situación comunicativa, al improvisar e incorporar nuevos datos»; o los comentarios «especializados» en donde se «aborda temáticas propias de un campo del saber y presenta en su desarrollo, un nivel de discusión,

lógico y coherente, así como un alto grado de conocimiento y pertinencia en las opiniones, los juicios y las críticas expuestas» (UAM Azcapotzalco, p. 1).

- *Corrección.* Puesto que el usuario que posee un perfil virtual tenderá a ejercer la generación de contenidos, dejará plasmada su punto de vista de diferentes formas, una de estas es la expuesta por Camus (2009) donde el usuario genera correcciones en un entorno digital, todo como una actividad en la cual se siente dispuesto a producir siempre y cuando el medio que expone el contenido permita generar este tipo de expresiones y acciones, incluso desde la misma herramienta de publicación (p. 26), es por ello que desde las mismas páginas *web* y contenidos publicados allí se debe manejar todo un tema de «prestar atención a los mensajes de error y advertencia de las aplicaciones» en donde se pretenda «comprobar la exactitud y corrección de la información entregada» (p. 53).

2.2.1.3. Twitter. La plataforma *web* se autodefine como servicio para que compañeros, familiares y amigos estén conectados y puedan comunicarse mediante el intercambio frecuente y rápido ante una pregunta como: «¿Qué estás haciendo?», resulta ser el instrumento de microblogging con mayor popularidad por la cantidad de usuarios que emplean dicha plataforma; para hacer uso de los servicios ofrecidos por el sistema, se deberá crear una cuenta simplemente asignando un nombre de usuario y la respectiva contraseña, gracias a una caja de texto el nuevo personaje inscrito podrá generar tuits con una cantidad máxima de caracteres, todos los mensajes generados irán apareciendo en la parte superior de la pantalla en un orden cronológico o *Timeline*, para poder leer aquellos textos que son escritos por otras personas deberás de indicar o hacerte «seguidor» o *follower* del productor de contenido, por medio de un buscador que está incorporado en Twitter, la persona podrá buscar y encontrar los usuarios que hacen parte del servicio, además podrá estar enterado de sus perfiles y de sus descripciones, es por ello que cuando la persona indica que «Follow», es que podrá hacer un seguimiento de los contenidos o comentarios que publica la persona a la que ha decidido seguir (Burgos, et al., 2009, pp. 116-117); Twitter ofrece una herramienta para que las personas puedan hacer seguimiento de las conversaciones a través del buscador www.twitter.com/search-home, por medio de este sistema el individuo podrá conocer las repercusiones que está teniendo o que tienen los comentarios en tiempo

real o cuasi real de los contenidos publicados por otros, o incluso sus mismas publicaciones (p. 119).

Las publicaciones en Twitter permiten a los caracteres ir acompañados de fotografías o enlaces, desde 2006 el sitio *web* de microblogging ha acumulado más de 300 millones de usuarios que están en un constante de 65 millones de mensajes por día, de los cuales «vehiculan más de 800.000 peticiones de búsqueda en esas 24 horas» esto según lo consultado en 2017 desde el mismo sitio de Twitter; el éxito de esta red reside en la brevedad e inmediatez entre receptor y emisor, a los cuales agrupa según interés; cada uno de los *topics* son reconocidos mediante palabras claves conocidas como *hashtag* lo que hace que la conversación siga un ritmo en diferido o directo (Tejera y Bellido, 2017, párr. 1).

2.2.1.3.1. Comunicación en Twitter. Twitter es un instrumento directo de comunicación, convirtiéndose en elemento de consonancia en espacios políticos, económicos, culturales y sociales de una región a nivel mundial; la plataforma es como un servicio de comunicación online con las características de mensajería instantánea limitada a unos 280 caracteres con lo que las personas responden a la pregunta «¿Qué estás haciendo?», la publicación de tuit permite la interacción con los otros, puesto que cada usuario en dicha red sigue de cerca lo que escriben o publican los ciber usuarios, además le da la ventaja de responder y entrar cuando la persona lo considera necesario, además de ver lo que están escribiendo, permite además recibir y enviar mensajes privados; en este punto hay que «preguntarse si realmente es para producir un traspaso de información veraz, de una genuina comunicación, o sólo se trata de otro entretenimiento virtual que ocupa el tiempo ocioso y no tan ocioso de la gente», los tuits son medios de comunicación que circulan en modo directo, pues no requieren de revisiones o filtros que impidan su flujo; la «cognición narrativa» presenciada en Twitter «apela a un realismo de lo social», además del establecimiento o producción de presuposiciones apoyadas mediante los prejuicios sociales, utilizando formas estereotipadas (Fainholc, 2011, pp. 3-4).

Según Fátima Martínez Gutiérrez (2013) Twitter posee un lenguaje particular, en el que también se usan algunos acrónimos; a continuación, se muestra el cuadro

elaborado por Martínez, con la excepción de actualización en elementos relevantes y la supresión de conceptos que no aportan para la investigación:


Algunos acrónimos tuiteros y el lenguaje en Twitter		
DM	<i>Direct Message</i>	Comunicación privada establecida entre dos usuarios.
<i>Tweet</i>	Tuit, tuiteo	Envío de un mensaje de 140 caracteres o menos al timeline de Twitter.
	Tuitero	Usuario de Twitter.
	<i>Tweetup</i>	Encuentro tuitero o quedada tuitera.
@	<i>Mention</i> , mención	Referencia en un mensaje a otro usuario, utilizando el esquema @usuario.
<i>Reply</i>	Respuesta	Respuesta a un <i>tweet</i> a un usuario.
#	<i>Hashtag</i>	Etiqueta. Palabra clave que, precedida por el signo #, identifica un tema o tendencia de la que se está hablando en Twitter.
	Favorito	Mensaje marcado que puede significar o bien, lectura posterior del mensaje, o bien recepción del mensaje que se ha leído.
<i>Follow</i> & <i>unfollow</i>	Seguir o no seguir	Pulsar <i>follow</i> implica comenzar a seguir a un usuario, <i>unfollow</i> , dejar de seguir a un usuario.

Tabla 1 Algunos acrónimos tuiteros y el lenguaje en Twitter

Fuente: elaborado por Martínez (2013), en *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles* (p. 293).

José Luis Orihuela (2011) citó en su libro *Mundo Twitter* lo que resultaba la existencia de plataformas que permitían la interacción de una forma instantánea y con la sintetización del lenguaje:

Twitter es una herramienta paradójica: nunca fue tan sencillo hacer algo tan complicado, ni tan complicado hacer algo tan sencillo. Compartir información con gente a la que le importa mediante mensajes de texto de hasta 140 caracteres [actualmente ha cambiado a la disposición de 28 caracteres] es sólo la mitad. Acceder en tiempo real a la vida de la gente que te importa es la otra mitad. Pero en el medio hay más gente, hay millones de personas y organizaciones conversando sobre las cosas que les importan, y eso lo cambia todo. Twitter ha cambiado la red y ha completado el giro social que iniciaron los blogs a finales de los años noventa. (citado en Martínez, 2013, p. 286)

- *Sincrónico.* De acuerdo a Danet (1998) o Cigognani (1998) un gran ejemplo de este tipo de comunicación virtual es el chat, donde los «interlocutores» se encuentran en una conexión a la *web* de manera «simultánea», dándose un «diálogo interactivo textual» que se desvanece cuando los usuarios «interlocutores» se desconectan o apagan los ordenadores; «En la comunidad sincrónica no hay huellas de nuestra presencia, ni aspectos que faciliten el desarrollo de una concepción estable de comunidad» (parafraseados en Yus, 2010, p. 47). En los chats los usuarios o interlocutores se encuentran «presentes (esto es, conectado a Internet) en el momento de la interacción [...] el chat adolece de una sucesividad temporal y espacial en la producción/recepción de los mensajes que merma sus posibilidades comunicativas» (Yus, 2010, p. 178).

- *Asincrónico.* Para Lombard y Ditton (1997) desde la comunicación asincrónica se alcanza a registrar por medio de un «historial» los actos generados por los interlocutores en la internet; las interacciones resultan como construcción de un «entorno comunitario cada vez más complejo [...] y, al mismo tiempo, ataduras de identidad más fuertes con la comunidad virtual» (Sotillo, 2000, citado en Yus, 2010, p. 47); Bormann (1972) sugería que por ello la construcción de un «historial interactivo de la Red convierte las comunidades en entes retóricos» (Thomsen et al., 1998, citado en Yus, 2010, p. 47), desde donde emana el significado colectivo a través de las historias y experiencias construidas desde «las contribuciones de los usuarios en la Red» (Yus, 2010, p. 47). Yus plasma lo que sería una separación entre sincrónico y asincrónico mediante una tabla:

	Sincrónico	Asincrónico
De uno a uno	Mensajería instantánea	Correo electrónico, SMS.
De uno a muchos	Chat, videoconferencia, blogs	Foros de debate, listas de distribución.

Tabla 2 Distinción entre sincrónico y asincrónico

Fuente: elaborado por Yus (2010), en *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet* (p. 212).

2.2.1.3.2. *Características de Twitter.* Twitter es la red de microblogging con mucho más de 500 millones de usuarios alrededor del mundo (Puebla y Gomes-Franco, 2015, párr. 19); las dinámicas y términos presentes en el sitio de microblogging son «*followers* (seguidores) o *following* (siguiendo)», el usuario puede efectuar en las publicaciones un *retweet* (RT), para que resulte ser visible en la línea de tiempo o *timeline* lo que permitirá un mayor alcance de los tuits; es así como las conversaciones entre los cibernautas se desarrollan por medio de una mención «que puede ser contestada a través de un *reply*», si por el contrario el usuario como productor de mensaje opta por el empleo de mensaje directo (*direct message-DM*) les proporcionará a ambas partes una privacidad en la conversación (Puebla y Gomes-Franco, 2014, citado en Puebla y Gomes-Franco, 2015, párr. 23). El elemento de imagen en Twitter resulta adquiriendo un «sentido en su relación con el otro en la interacción comunicativa» (Pano, 2015, citado en Bustos y Ruiz, 2016, p. 277); de hecho, en cerca de 50 millones de tuits que se emiten por día, tan solo el 55% de estos poseen imagen (Alonso, 2015, citado en Bustos y Ruiz, 2016, p. 278), siendo este, elemento trascendental si se pretende entender la comunicación moderna (Bustos & Ruiz, 2016, p. 278).

Twitter permite además la interacción por parte del individuo con las publicaciones a través de botones específicos en el que indica al contenido del tuit como favorito, un botón que se encuentra entre los botones responder y retuitear; los perfiles de medios de comunicación que poseen cuentas en Twitter suelen publicar tuits informativos que pueden ser de «carácter meramente referencial y divulgativo o, por otro lado, un

carácter interactivo y conversacional» (Puebla y Gomes-Franco, 2015, párr. 24-25), tomado desde el primero de los casos hace total referencia a «la web del medio con el fin de que el usuario la visite», desde el segundo caso se «añaden elementos que estimulan el diálogo, como puede ser una pregunta al usuario solicitando su opinión sobre determinado asunto» (García de Torres, Yezers'ka, Rost, Calderón, Edo, Rojano, Said, Jerónimo, Arcila, Serrano, Badillo y Corredoira, 2011, citado en Puebla y Gomes-Franco, 2015, párr. 25).

El sitio de microblogging es percibida como una plataforma dialógica, siendo el lugar para que los cibernautas «pueden participar activamente en la producción de una historia. Gracias a la posibilidad que brinda para el intercambio de información en tiempo real, Twitter es una experiencia rica en comunicación, opinión y discusión» (Flores, 2013, citado en Martínez, 2013, p. 293).

Una de las principales características que ha conformado el sistema es el uso del denominado «Etiquetas de fuente del Tweet», sirviendo como indicador de comprensión acerca de «cómo se publicó un Tweet. Esta información adicional ofrece más contexto sobre el Tweet y su autor» (Twitter.com, 2019, párr. 5), el detalle informativo está situado en la parte inferior del tuit donde se muestra «la etiqueta de la fuente del Tweet de la cuenta. Por ejemplo, "Twitter para iPhone", "Twitter para Android" o "Twitter para la web"» (párr. 7), en ciertas publicaciones se exponen:

El nombre de un cliente externo, lo que indica que el Tweet provino de una aplicación ajena a Twitter. A veces, los autores utilizan aplicaciones de clientes externos para administrar sus Tweets, administrar campañas de marketing, medir el resultado de la publicidad, proporcionar soporte al cliente y segmentar a ciertos grupos de personas para orientar los anuncios. En algunos casos, los Tweets y las campañas son creaciones directas de seres humanos, mientras que, en otras circunstancias, pueden ser el producto automático de una aplicación. (Twitter, 2019, párr. 8)

- *Tuit o extensión del texto.* Estas resultan ser las publicaciones de entrada que son proporcionadas por las cuentas en Twitter. Su definición sería todos aquellos «mensajes resultantes de las intervenciones de los usuarios no solo referidos a las actualizaciones de una noticia sino a cualquier participación» (Cebrián, 2013, citado en

Puebla y Gomes-Franco, 2015, párr. 21); Cada tuit alberga la posibilidad de contener: *hashtag* o mejor conocido como etiquetas que se diferencian con «el símbolo de la almohadilla (#)»; la oportunidad de hacer menciones a otros internautas por medio de la inserción del nombre de la cuenta «(@usuario)»; y acompañar los tuits con hipervínculos acortados los cuales redireccionan al usuario a otra página *web* (Puebla y Gomes-Franco, 2015, párr. 22).

Se presentan mediante secuencias de mensajes, los cuales aportan de una forma excesiva y redundante información (La valle, 2007, citado en Yus, 2010) sobre algún acontecimiento con dudosas relevancias, cabe señalar que además se puede lograr «otras fuentes posibles de satisfacción generadas por las interacciones e interpretaciones de los mensajes que pueden aportar un cierto nivel de interés que no se ve perjudicado por el esfuerzo de procesamiento» (Yus, 2010, pp. 160-161).


- *Tuits en general.* Se caracteriza como el mensaje que es publicado en la plataforma de Twitter el cual podrá contener soportes como video, GIF, fotos o textos; aquella persona que la «envía» puede visibilizar en «la cronología de inicio» y en su propia página de perfil, la persona considerada como el «destinatario» visibiliza el mensaje «en la cronología de inicio de cualquier seguidor de la persona que envía el Tweet» (Twitter.com, s.f.).
- *Menciones.* Son las publicaciones que contienen «el nombre de usuario de otra cuenta de Twitter» el cual se encuentra antecedido por el «@», el destinatario es informado de la mención por medio de la «pestaña Notificaciones», además «se muestran en la vista de cronología de inicio (no en el perfil) del destinatario, si este sigue al autor de la mención»; las publicaciones se exponen en los perfiles de otros usuarios cuando son estos los que escriben el mensaje; Twitter presenta el mensaje en la «cronología de inicio» mientras el usuario siga el perfil del individuo que «envió la mención»; es por ello que si el cibernauta desea que sus seguidores vean el Tweet, deberá «Retwittear o Retwittear con comentario» (Twitter.com, s.f.).
- *Respuestas.* Son los mensajes que se publican como respuesta ante el tuit que haya sido publicado por otro individuo, esta solo se muestra en el perfil de quien escribió el mensaje, y de los «usuarios que siguen a la persona que envió la respuesta y el destinatario de la respuesta la verán en sus propias cronologías de inicio», la


persona a la cual va dirigida la respuesta es notificado mediante la «pestaña Notificaciones [...] también se muestran en la cronología de inicio del destinatario, si este sigue a quien envió la respuesta» (Twitter.com, s.f.).

- *Hashtag.* La composición de la palabra proviene de del inglés, donde *hash* representa almohadilla o numeral, y *tag* etiqueta; resulta ser una «cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o gato», fue ampliamente usado en los Estados Unidos de América a mediados del siglo XX para determinar un orden o número en una secuencia, casos como por ejemplo el número de una casa en una determinada calle o el número telefónico; el significado común que se tiene en muchos casos del signo refiere a una indicación que delimita la conectividad o el espacio; actualmente para temáticas de informática, es una etiqueta que indica los metadatos que precede a un carácter especial con la finalidad de que sea identificada de una forma sencilla por el cibernauta; en Twitter o muchas redes sociales, sirve para indicar las menciones sobre un tema en conversación, de hecho, Chris Messina planteó su uso, siendo trabajador de Google, en la red de Twitter para el señalamiento de temas o grupos «Lo propuso a través del propio Twitter en el que sería el primer mensaje con un hashtag en esta plataforma: how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp [msg]?», en julio 1 del 2009 la plataforma de microblogging «añade un hipervínculo automáticamente a todos los hashtags con la búsqueda de éstos en el sistema»; en 2010 se forja una estabilidad en torno a este signo, con la presentación de los *trending topics*, los numerales han expandido lo que es el mensaje para crear tendencias mundiales o locales que a la vez resultan ser tendencias sociales; se ha convertido en la nueva fase de la «sociedad red» con el rasgo característico de la indexación como la clasificación temática y numérica según las afinidades culturales, sociales e ideológicas de los sujetos participantes; el # ha tomado relevancia en los sucesos de protesta como lo fue la de Irán en 2009 o la del mundo árabe con *#ArabSpring*, entre otras manifestaciones sociales que han surgido en la red (Feixa, Fernández-Planells, & Figueras-Maz, 2016, pp. 110-111).

- *Botones de interacción.* Twitter como plataforma de microblogging (Azorín, 2012, p. 5) funciona por medio de tuits o «entras creadas por los usuarios», estas


publicaciones pueden albergar una cantidad de «información variada»; pero donde además se permitirá generar la ejecución de interacciones o «funciones que se ejercen sobre un tuit» como lo son recibir un «MDs» -o mensaje directo- o los «Re-tuit» (pp. 14-15), del cual este último posee una variación conocida como «Retweet con comentario» dada al pulsar sobre el «ícono Retwittear», claro está se puede generar en cualquier tipo de soporte digital, pero la aparición del botón «Retweet con comentario» se da mayormente en los dispositivos móviles (Twitter.com, s.f.). Entre los demás «botones de interacción típicos de Twitter» se encuentran la «Contestación» o «Reply» y el «marcar como «Favorito» -el cual en la actualidad se conoce como *Like* o *Me gusta*- (Azorín, 2012, p. 24). Además de las mencionadas anteriormente, se resalta el «hilo» el cual resulta como una «concatenación de tuits publicados por una misma cuenta. Para esquivar la limitación de caracteres, el usuario se va respondiendo a sí mismo y crea una línea narrativa» (Elizari, 2017, párr. 3), pero la cual se crea por medio del «ícono **más**» (Twitter.com, 2019, párr. 3).

- *Reply o comentario.* Es aquella respuesta a los tuits que son generados por otros usuarios, se distingue por medio del ícono , y se convierte en una forma de «unirse a las conversaciones» que se generan en la red de microblogging, «Cuando respondes a un Tweet, puedes ver la lista completa de nombres de usuario de los participantes de una conversación al pulsar o hacer clic en el mensaje que aparece arriba del Tweet» (Twitter.com, s.f.).


- *Like o Me gusta.* Sirve como función para indicar el interés que le genera a uno o varios perfiles la publicación hecha por una cuenta, anteriormente fue conocida en la plataforma como Favorito, y se distingue con el ícono , los tuits que el cibernauta indica como de su interés son visibles desde su misma página de perfil, en la «pestaña Me gusta» (Twitter.com, s.f.).

- *Retweet.* Es publicar «nuevamente un Tweet», su función es la de servir a los cibernautas en la compartición rápida con todos los seguidores de un tuit, esta acción sirve tanto para retuitear las publicaciones de otras personas, como también hacerlo con los contenidos propios; la palabra «RT» es usualmente escrita por las personas en la plataforma de microblogging en el inicio de los tuits para indicar que es contenido que se publica nuevamente de otro usuario, esta sintetización de la palabra

original no comprende una función oficial proveniente de Twitter como organización, es más una indicación de citación de otra publicación; los retuits forman parte de otro tipo adicional de tuits.

Los *Retweets* se ven como cualquier otro *Tweet*: con el nombre del autor y su nombre de usuario al lado del *Tweet*, pero se distinguen por el ícono  de *Retweet* y porque incluyen el nombre de la persona que lo retuiteó.

Los *retweets* generados por otras personas que sigues en Twitter aparecerán en la «cronología de inicio», estos no son visibles si provienen de las denominadas cuentas bloqueadas (cuentas que han sido bloqueadas por el usuario que emite la publicación), los que tuits que son retuiteados por otros cibernautas aparecen en la «pestaña de Notificaciones», donde se mostrarán las actividades en relación con los tuits que se publica (Twitter.com, s.f.).

- *Retweet con comentario*. Es un tipo adicional de tuits donde se cumple la función de «twitrear [es decir retwittear] el Tweet de otra persona y agregar tu propio comentario» (Twitter.com, s.f.).
 - *Mensaje directo*. Consiste en los mensajes privados que envía un usuario desde su propia cuenta hacia otra u otras serán de ayuda para «mantener conversaciones privadas o grupales» (Twitter.com, s.f.).
 - *Hilo*. Es una acción donde el usuario se expresa por medio de una «serie de Tweets conectados de una misma persona», permite conectar las publicaciones de tuits «entre sí para proporcionar más contexto, una actualización o para ampliar una opinión» la adición de texto, o hilo se genera mediante el ícono , estos se distinguirán en las publicaciones mediante: «una línea para distinguirlo como un conjunto» cuando son generados «dos o tres Tweets»; por el contrario, si son generados más de tres tuits «aparecerán truncados y verás la opción **Mostrar este hilo**»; desde la cronología del perfil se mostrarán los hilos «como Tweets separados, en orden cronológico inverso. Cada Tweet que forme parte de tu hilo incluirá la opción **Mostrar este hilo** para que puedas ver el hilo completo»; cuando los usuarios generan retuit con o sin comentarios en un hilo «el Retweet o Retweet con comentarios incluirá la opción **Mostrar este hilo** para que los usuarios puedan ver el hilo completo» (Twitter.com, s.f.).

- *Imágenes.* La imagen es un elemento esencial para la comprensión de la realidad, configura el entorno, pues esta tiene «efectos reales sobre la conciencia y sobre la acción humana, sobre nuestras relaciones sociales y con el medio natural, sobre nuestra percepción de los otros pueblos y de nuestra identidad» (Ardévol y Muntañola, 2004, citado en Bustos y Ruiz, 2016, p.277). Según Villafañe (2006) las infinitas variedades icónicas presentes, dificulta el proceso de definición monosémica de lo que es el concepto de imagen, aunque por ello se pueda comprender lo que supone en general las imágenes: «una selección de la realidad, un repertorio de elementos fácticos y una sintaxis» (citado en Bustos y Ruiz, 2016, p.277).

Los formatos de imágenes resultan ser totalmente relevantes en los contextos virtuales, así como los efectos que estas ocasionan en el público; es por ello que se debe preguntar si la imagen, la fotografía, o cualquier producto visual digital introducen una estructura diferenciadora de aproximación y conocimiento de los fenómenos sociales «si modifica nuestra mirada y la misma forma de hacer nuestra investigación» (Ardévol y Muntañola, 2004, citado en Bustos y Ruiz, 2016, p.278).

En Twitter se es incorporado su uso cada vez más constante, sobre internet se ha generado una constante en el empleo de imágenes virtuales, donde la comunicación y la información se han convertido en la tecnoutopías «legitimadoras de la sociedad contemporánea», además como resultantes en la naturaleza de la imagen, pues esta va enfocada hacia la afectividad más que a la razón «invoca un pensamiento mágico antes que uno lógico» (Aguaded, Correa y Tirado, 2002, citado en Bustos y Ruiz, 2016, p.278), mientras que para Soto Ramírez, las imágenes digitales poseen una relación estrecha con los marcos temporales y sociales donde surgen o aparecen (citado en Bustos y Ruiz, 2016, p.277). En síntesis, la imagen digital resulta ser un elemento trascendental al momento de querer entender lo que es la comunicación en las redes sociales y en la modernidad, donde se dan usos que determinan las percepciones de los usuarios sobre los perfiles (Bustos & Ruiz, 2016, p. 278).

2.2.2. Contenidos digitales. La información dispuesta para los contenidos digitales han de tener aspectos especiales como lo son la «interactividad, la actualización o la permanente incorporación de elementos multimedia», es decir, premisas diferentes a las generadas en otros medios (Camus, 2009, p. 15) como los tradicionales o impresos,

por ejemplo; para Piscitelli (2005) los contenidos digitales son diseñados para que los sujetos lean lo que se produce en estos medios digitales (p. 160). Desde el mismo concepto de «contenido» se hace alusión a todos aquellos formatos o tipos de texto como el «escrito, icónico, audiovisual, hipermedia», entre otros; haciéndose un tipo de «referencia al producto característico de las industrias culturales, sea en el ámbito del entretenimiento o en el de la información» (Aguado, Martínez, & Cañate-Sanz, 2015), pero en el que se vea dirigido mediante la *web 2.0* hacia las «comunicaciones interpersonales», siendo entendidas como «formas dialógicas de contenido» aquellas que son dadas en «interacciones entre usuarios en entornos sociales» (Jenkins, Ford, Green, 2013, citados en Aguado, Martínez, y Cañate-Sanz, 2015). Son cuatro las grandes categorías las que agrupan las acciones en los contenidos digitales entre estas Aguado, Martínez, y Cañate-Sanz (2015) señalan: la creación y edición que implica la producción de «unidades de texto» y su modificación en aspecto o estructura; la gestión, viéndose inmiscuido los aspectos de «almacenar, organizar, agrupar e interrelacionar unidades textuales»; la reproducción, presentada como accesibilidad a una «unidad textual para su lectura»; y la comunicación que incluye todas aquellas «unidades textuales en cadenas dialógicas que pueden constituir ellas mismas textos dotados de sentido propio» (p. 789). La llegada del internet 2.0 constituye el cambio de la «transición de un internet centrado en los contenidos» hacia «un internet de relaciones», generando así una «coordinación» entre las categorías de relación y transmisión, «especialmente en la comunicación: [donde] los contenidos dejaban de ser algo colateral -adjuntos a la conversación- para formar parte de ella» (Jenkins, Ford, Green, 2013, citados en Aguado, Martínez, y Cañate-Sanz, 2015); según Aguado y Martínez (2014) «la integración entre contenido, computación y comunicación constituye de hecho una señal de identidad característica de los nuevos entornos ubicuos» (citados en Aguado, Martínez, y Cañate-Sanz, 2015, p. 789).

2.2.2.1. Características del contenido digital. Los contenidos digitales poseen amplia relación con la comunicación digital, la cual se alcanza a entender como aquel proceso de visibilización, edición, publicación, interacción, valoración, producción y diseño de los contenidos por el empleo de las TIC, estas poseen la exigencia de reconocimiento en la diversificación de los géneros de textos, la manera como se

presenta la realidad e incluso las tipológicas que se usan; en pocas formas, generar actos recíprocos con los demás por medio de la escritura (Sánchez A. , 2012, p. 16).

Una de las principales características que poseen los cibernautas es la impaciencia, cinco segundos son indispensables para constituir si los contenidos son adecuados con «respecto de lo que se busca dentro de una página web», además se presenta una actitud conocida como «*zapping web*» la cual hacer referencia a la sensación de existir algo mejor en otros sitios *web* para hacer o para ver; es por ello que los productores de sistemas que generan interacción buscan explorar nuevos elementos que sean de interés o incluso nuevas formas de explorar la información para un mayor convencimiento por parte del usuario; los medios son diferenciados mediante los usos que pasan a caracterizar a aquellos medios digitales, se han destacado aquellos aspectos como la actualización, la incorporación permanente de la multimedialidad o la interactividad como características exclusiva en los medios de comunicación; la red ha abierto la posibilidad a las personas para que estas se puedan comunicar entre pocos o muchos usuarios (Camus, 2009, p. 14 a 16). Según Juan Carlos Camus (2009) los contenidos virtuales poseen características básicas como los son: interacción [el cual será abordado en el capítulo de *Interacciones comunicativas*], actualización, múltiples medios o multimedios, no lineal, personal, múltiples dispositivos de acceso, contenidos que se relacionan, los usuarios distribuyen el contenido, los contenidos adquieren múltiples formatos, la interacción dirige las visitas [el cual será abordado en el capítulo de *Interacciones comunicativas*], contenido de la audiencia y las características desde el periodismo digital [este último no será abordado por tener relación con el «periodismo desarrollado desde el ámbito digital»] (p. 28).

2.2.2.1.1. Actualización. Es la renovación permanente de contenido, la capacidad que se dé de forma económica y simple para los usuarios, mostrándose la versión más actual desde el acceso que tenga en el lugar de ubicación en la red, el individuo no necesitará del ejemplar de un nuevo medio para realizar tal actualización de datos, la diferencia que se tiene con los medios de papel es que el contenido no está cerrado, sino que mantiene un estado que no es declarada como «“documento definitivo” [...]». Puede ser corregido en todo momento, por lo que su contenido puede tener mutación

permanente»; muchas aplicaciones o sitios *web* tienen la palabra *beta* para referenciar un sistema que se encuentra en constante estado de desarrollo (Camus, 2009, p. 18).

2.2.2.1.2. Múltiples medios o multimedia. Los contenidos digitales tienen la capacidad de integrar medios múltiples, sobresaliendo los audiovisuales; el hecho que este tipo de datos se dé en entornos computacionales permite la simultaneidad de contenidos que contienen información textual seguido por gráficos interactivos, videos, imágenes o audios que complementan y acompañan las experiencias que percibe el usuario, el cual los usará de acuerdo a sus necesidades o a su acomodo; es importante que estos contenidos oferten información audiovisual «con las normas de Accesibilidad Web, siguiendo los estándares que se han generado para tal efecto» (Camus, 2009, p. 18).

Alexánder Sánchez (2012) proponía por su parte a la multimedialidad como la «tercera característica de la literacidad electrónica», la cual es la más notoria por la modificación que se da al discurso, según Cassany (2006):

(...) lo más relevante de la literacidad electrónica es que favorece la integración de otros sistemas de representación del conocimiento en un único formato. El discurso ya no solo se compone de letras: también tiene fotos, video, audio, reproducción virtual, etc. El texto adquiere la condición de multimedia o multimodal. (citado en Sánchez, 2012)

Es así como se permite expresar una idea por medio de publicaciones o mensajes como forma suplementaria a los distintos lenguajes a los cuales se le puede fusionar, creando así una propuesta de «una nueva forma comunicativa»; toda esta complementación de formatos se convierte en un producto de hipertextualidad e interacción por medio de un sistema que articula los formatos (Sánchez A. , 2012); por su parte Cebrián Herreros expresaba que «la información multimedia es la integración de sistemas expresivos escritos, sonoros, visuales, gráficos y audiovisuales en su sentido pleno; el multimedia acoge el sistema audiovisual y añade otros elementos específicos como la interactividad, navegación e hipertextualidad e hipermedialidad» (citado en Sánchez, 2012, p. 28).

- *Contenidos audiovisuales.* El contenido audiovisual resulta ser «diferente a otro tipo de contenidos» (Voces, 2008, párr. 17), necesitando un escenario de

«reproducción propio», en el que cada uno de los contenidos contarán con determinadas características o formatos que pueden estar en muchos casos integrados o no a lo que es el navegador *web*, esto obliga al uso específico de un reproductor que sea capaz con los diferentes tipos de soportes, «Por ejemplo, un contenido audiovisual producido con Flash de Adobe no puede reproducirse con el reproductor Windows Media Player de Microsoft» (párr. 18); en cuanto al tema de accesibilidad, depende en las tecnologías empleadas «no radica simplemente en HTML sino en otras tecnologías (como SMIL o DFXP) y en la creación de otros contenidos específicos», es decir que se necesita de unas especializaciones esenciales «más allá de poner un contenido textual en un determinado lugar» (párr. 19). Según Camus (2009), el acceso de contenidos en los computadores posee la facilidad de integrar «medios múltiples» como los «audiovisuales», elementos tales como la «información textual acompañada por documentos de audio, imágenes, video y gráficos interactivos que acompañan y complementan la experiencia que recibe el usuario» (p. 18).

- *Documento de audio.* Los archivos de audio son convenciones del sonido análogo, a «señal digital, para que pueda ser admitida por un sistema informático, que solo entiende de señales eléctricas» (Colmenar, s. f.); el audio virtual permite una reproducción, copia y guardado en los entornos digitales «sin perder calidad» (pp. 4-5); el sonido digital destaca lo que son sus estructuras, entre estas están compuestas por la frecuencia, la amplitud, el rango dinámico, el ancho de banda y el ruido (pp. 6-7). Para Camus (2009), el audio es un tipo de archivo que permite su inclusión en los «medios múltiples», y en donde resulta «normal [...] encontrar en este tipo de espacios» como acompañante de lo que es la «información textual»; resulta ser un complemento de la «experiencia que recibe el usuario» (p. 18).

- *Imágenes.* Las ediciones en las imágenes resultan ser decisivo en la obtención de resultados «ya que los usuarios sí se interesan por imágenes que sean de buen tamaño (sobre 350 píxeles de ancho) o que muestren rostros»; de acuerdo a lo demostrado en los «mapas de calor donde lo rojo muestra lo más visto y lo azul, lo menos» (*heatmaps*) los títulos son los elementos donde se concentra mayoritariamente la atención, mientras que «las imágenes lo hace en razón de sus características» (Camus, 2009, p. 89).

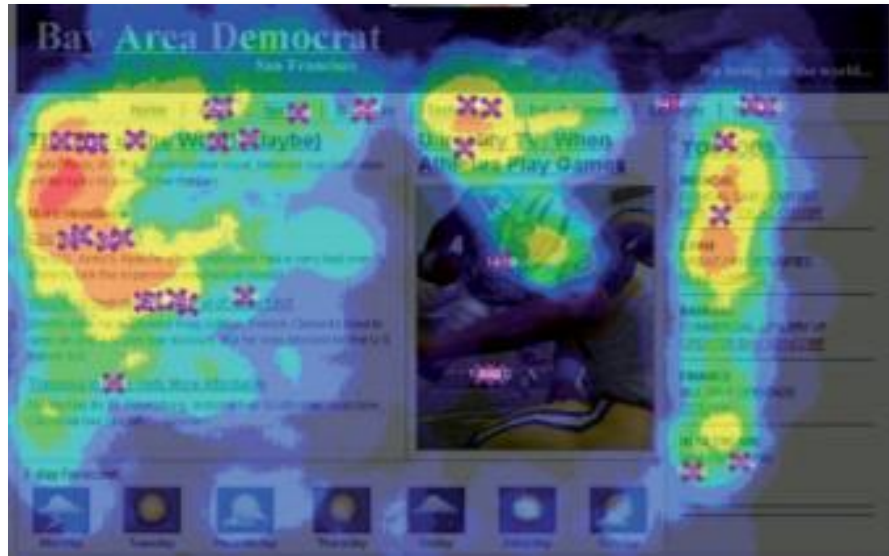


Ilustración 1 Mapa de calor

Fuente: se muestra el «heatmap» generado por la investigación del Poynter Institute exponiendo cómo los títulos atraen las miradas mucho más que las imágenes» (Imagen de Poynter Institute, recuperado por Camus, 2009, p. 89).

Camus (2009), plantea que las imágenes con mayor tamaño son las que perciben más «miradas» que las de menor tamaño; además, cada imagen incorporada a la página *web* «deberá tener una lectura que explique su contenido» así se aprovecha la atracción de la mirada por parte de los cibernautas «que están acostumbrados a leer textos en este ambiente»; según las normas sobre accesibilidad, las imágenes deben poseer un texto que dé la «descripción a través de ella» (pp. 88-89).

- *Video.* Los espacios digitales han brindado la usabilidad de herramientas multimediales, el uso de videos, audio y archivos «no sólo es apoyada sino que es recomendada debido al interesante aporte que ambos soportes entregan a la experiencia del usuario que consume contenidos digitales»; la incorporación de contenidos multimedia como el video, genera la necesidad por parte del sitio *web* de brindar la facilidad de acceso a este «mediante la ejecución de los archivos utilizando “players”» los cuales en muchos casos vienen incorporados en el espacio digital «sin necesidad de que el usuario requiera de obtener algún software» para hacer empleo de este (Camus, 2009, p. 92).

- *Gráficos interactivos.* La interactividad se ha convertido en una de las propiedades que ha traído la «innovación tecnológica»; es así como se da por medio de una «predisposición del ser humano de relacionarse con las cosas, así como también con cualquier estímulo que transmita potencialmente información» (Fernández & Herrera, 2014, p. 143). Los gráficos interactivos resultan ser elementos que acompañan o complementan una información, e incluso «permitiendo que éste los utilice de la manera que le acomode hacerlo, de acuerdo a sus necesidades», en conclusión, sirve de modelo complementario para el usuario, siempre y cuando se cumpla desde los medios con las «normas de Accesibilidad Web» (Camus, 2009, p. 18).

- *Información textual.* Los escenarios digitales habitualmente acompañan sus contenidos con «información textual acompañada» de otros diferentes contenidos audiovisuales (Camus, 2009, p. 18); en medio del análisis del «espacio digital» se debe tener presente abordar la tipografía empleada «tanto el tipo de letra utilizado, con su interlineado (separación entre líneas), justificación y el largo que debe tener cada línea de texto que se ofrece»; los actuales dispositivos ofrecen una amplia diversificación en la visualización de contenidos digital «puesto que están desde las pantallas de ancho y resolución amplia hasta dispositivos móviles como los teléfonos celulares» (pp. 92-93). Camus resalta lo propuesto por Mauricio Amster (1966) acerca de la importancia de cómo se presenta la tipografía:

Una línea larga se hace poco legible en su conjunto cuando su separación de la próxima no es suficiente. El ojo, al llegar al final, ha perdido contacto con el comienzo, y cuando vuelve a la izquierda, se confunde durante un instante buscando la continuación. Tal experiencia es enojosa, nos distrae y resulta en la deficiente legibilidad de un texto. Para obviarla se recurre a la interlínea. Un espacio blanco entre las líneas ayuda a encontrar la línea nueva. A mayor interlínea, dentro de límites razonables, mejor legibilidad y también una página más bella. (citado en Camus, 2009, p. 93)

Las tipografías se están acomodando a las pantallas, los usuarios prefieren la implementación de letras con características específicas para entorno virtuales como «formas más abiertas, ojos más grandes, letras más anchas, mayor altura de x e

interletra más generosa. Encajan perfectamente en la grilla de pixeles sin distorsionarse» (Tipografía en la web [en línea], 2009, citado en Camus, 2009, pp. 93-94).

La capacidad de ofrecer «mensajes largos» está aumentando en espacios como por ejemplo «los programas de correo», quienes adquieren la capacidad de poder adjuntar a estos ficheros «de mucho peso» como secuencia de video o incluso fotos para así poder ampliar la información ante el consumidor de este contenido (Yus, 2010, p. 267). De hecho, la plataforma de microblogging Twitter ha ampliado el número de caracteres a usar, pasando de 140 a 280, así «la compañía ha afirmado que las personas que tenían más espacio para tuitear recibieron más interacciones, obtuvieron más seguidores y pasaron más tiempo en la plataforma» (Europa Press, 2017).

2.2.2.1.3. No lineal. Según Camus (2009) es la característica que poseen los objetos digitales en el que no siempre se da de forma estrictamente lineal la utilidad en la red de los contenidos como fue planeada por el generador de los mismos, los enlaces entre la información están unidos o enlazados a otros escenarios virtuales que a su vez permiten la entrada del visitante al contenido mismo, el usuario contará con una visualización en diferente orden; por esto los contenidos deben de contar con «una sólida arquitectura de la información»; es decir, «si bien hay un comienzo – final planificado, éste no necesariamente puede ser seguido por el usuario, quien utilizando las mismas características de la plataforma en la que se ofrece el contenido, puede conseguir una visualización en un orden completamente diferente» (Camus, 2009, pp. 18-19).

2.2.2.1.4. Personal. Su significación refiere al uso que los usuarios les dan a los elementos abordados en el mundo digital, pero además le agrega valor por medio de los contenidos proporcionados por este mismo, resulta como consecuencia de las características anteriores; el individuo desarrolla la capacidad de mejorar y transformar los contenidos que los medios le ofrecen a través de la interacción con las aplicaciones *web*; es así como adquiere un valor propio o personal para los usuarios participantes, pues «el contenido modificado [...] ya es diferente del inicial que había al iniciar su visita» (Camus, 2009, p. 19).

2.2.2.1.5. *Múltiples dispositivos de acceso.* El consumo en estos medios no está limitado solo por un soporte, de hecho, este es variable y determina la forma cómo es utilizado y presentado; cada dispositivo ofrece experiencias diferentes, caso contrario aquellos medios que poseen un soporte invariable, la variabilidad ofrece un cambio en el sentido «del contenido que es capaz de mostrar y lo que es posible de hacer con éste»; los soportes que más generan cambios y que son los más empleados (Camus, 2009, p. 19).

- *Computador personal.* Posee casi todos los elementos importantes «para el consumo de información interactiva», es el medio más usado (es importante recordar que dicho trabajo fue publicado en 2009), y cuenta con sistemas integrados desde el hardware: el almacenamiento de información, el ingreso de datos por medio del mouse y el teclado, un sistema de audio y con los sistemas visuales por medio de las pantallas con los tamaños necesarios; desde el *software*: son los sistemas digitales que son adaptables a las múltiples versiones de sistemas operativos, además de establecerse los *softwares* de visualización o *browsers* (Camus, 2009, p. 20).

- *Consumo de información interactiva.* Desde Camus (2009), el computador ofrece elementos al usuario para que este pueda lograr el «consumo de información interactiva», es así como por medio de este instrumento, se puede contar con «sistemas visuales [...], sistema de sonido, de ingreso de datos [...] y de almacenamiento de información» (p. 20). Internet ha significado el lugar donde las personas encuentran «posibilidades» y condiciones que hacen que los grupos jóvenes pasen a considerarlo como «esenciales en su vida diaria y que rompe con las barreras propias del mundo tradicional», los entornos interactivos se han convertido en el escenario que «fomenta la participación y el intercambio, por lo que rompe con el modelo de comunicación unidireccional y jerárquico», y donde además se pasa a albergar cantidades enormes de «información que están disponibles desde cualquier lugar y en cualquier momento»; pero además la red se configura como el sitio donde se ofrecen «múltiples servicios como el correo electrónico, la mensajería instantánea, los foros, los blogs, los wikis y, por supuesto, las redes sociales» (Yuste, 2015, p. 183); así por ejemplo, el acceso que se ha dado por parte de los jóvenes al uso de celulares inteligentes han configurado un «consumo [...] absolutamente social, puesto que a la

vez que se acceden a esos contenidos los jóvenes interactúan en estas plataformas» (p. 191).

- *Sistemas visuales.* El ordenador cuenta con los sistemas de salida, los cuales «permite a la computadora comunicarse con el usuario», en este caso por medio del «monitor»; según Vázquez (2012) dichos sistemas de «salida» permiten devolver la información o «datos procesados al usuario» (p. 12), es decir, hacer «posible introducir información gráfica a la computadora» (p. 97); los dispositivos de «visualización» son empleados para crear una «representación visual de la información» proporcionada por el ordenador (p. 98).
- *Sistema de sonido.* El sonido resulta de la «interpretación que hace nuestro cerebro de las variaciones de presión que genera un objeto vibrante en determinado medio» (Colmenar, s. f., p. 3); el computador posee un elemento indispensable para la ejecución del audio digital, la tarjeta de sonido cuenta con «cuatro funciones básicas», las cuales son: la reproducción «de archivos de sonido desde disco duro o lectores externos», la captura en donde se permite «almacenar audio procedente de una fuente externa», la síntesis desde la «generación de sonidos a partir de información (MDI)» y el procesamiento como los «sonidos almacenados en el disco duro» (p. 11). Los contenidos digitales presentados en los medios deben poseer lo que es un «player incorporado [...] instalados en el propio sitio web [...] sin necesidad de que el usuario requiera de obtener algún software para hacerlo», es decir, desde la misma página digital ofrecer la integración de instrumentos que permitan reproducir los archivos existentes en el mundo digital, sin que implique necesariamente la instalación de un software por parte del mismo usuario (Camus, 2009, p. 92).
- *Sistema de ingreso de datos.* Son los sistemas o dispositivos que permiten al usuario «introducir información» a los ordenadores, constituyen los dispositivos de entrada, como por ejemplo: «teclado, ratón, lector óptico, escáner, guantes (para realidad virtual), cámaras digitales de video», entre otros (Vázquez, 2012, p. 11); todo este sistema de «*hardware*» dependerá su funcionalidad al «software (programas)» (Sonia, s. f., parafraseado en Vázquez, 2012, p. 11); algunos dispositivos de hardware cumplen la función de «dispositivos de entrada como de salida», como por ejemplo «la

pantalla sensible al tacto, un tipo e [sic.] monitor que muestra texto o íconos, los cuales pueden tocarse» (Vázquez, 2012, p. 12).

- *Teclado.* Hace parte del sistema periférico del computador, siendo un «dispositivo de entrada» el cual permite el ingreso de información, permitiendo así agregar o borrar «información con base en la posición del cursor», los datos son ingresados y expuestos de «forma simultánea» a la pantalla (Morris, 1994, p. 408), el teclado hace parte del denominado hardware o «parte física de la computadora», el cual dependerá de los programas o software para su uso, este sistema «acepta letras, números y comandos del usuario» (Vázquez, 2012, pp. 11-12). Es importante anotar que el teclado debe cumplir con la función de acceso a la información multimedial del computador como medio alternativo al uso del «*mouse*» una de estas formas son las denominadas «*accesskey*», las cuales «permiten asignar letras a los enlaces de hipertexto que permiten la navegación en el sitio web» (Camus, 2009, p. 47). El teclado posee un sistema de trabajo conocido como el diseño del teclado conocido como «QWERTY», un legado desde la «Era de las Máquinas de Escribir» (David, 2006, p. 24). Actualmente se cuenta con teclados virtuales parecido al «teclado físico convencional QWERTY» (Jácome, Jadán, & Chango, 2016, p. 89); de hecho, el desarrollo de los *smartphones* ha traído nuevas formas de presentación del teclado virtual, el cual ha permitido a su vez el desarrollo de los «algoritmos de predicción de texto y reconocimiento de voz» (p. 88).

- *Mouse.* Al igual que el teclado, el ratón es un «dispositivo de entrada», es decir la parte denominada como hardware el cual «permite al usuario introducir información a la computadora», el *mouse* o ratón es un dispositivo que posibilita el acceso de los usuarios a generar «comandos» en el computador solo con mover el dispositivo sobre «una superficie plana y oprimiendo sus botones» (Vázquez, 2012, pp. 11-12).

- o *Sistema de almacenamiento de información.* Los datos e «instrucciones de un programa» son almacenados en el computador mediante el elemento conocido como «memoria», compuesta por «una colección ordenada de recursos de almacenamiento de manera que cada uno de ellos se identifica por una dirección»; entre los dispositivos de memoria del computador existen dos tipos diferenciados por la

«arquitectura» en la cual está compuesta el dispositivo, entre estas se encuentran: la «arquitectura von Neuman» distinguida por poseer una estructura donde el computador «almacena de forma indistinta datos e instrucciones», y la «arquitectura Harvard» diferenciada por la existencia de «una memoria específica para almacenar los datos y otra distinta para las instrucciones»; el funcionamiento de la memoria en ambos sentidos será la misma (Barrachina, et al., 2015, p. 4); es decir, la memoria central o principal es la encargada de almacenar los datos e instrucciones de aquellos «programas en ejecución, con los que trabaja el procesador», sirve de recolector de los «recursos de almacenamiento» de una forma ordenada por medio de una identificación de la información representadas en direcciones, «Cuando se realiza una lectura, la memoria entrega el dato que tiene almacenado en la dirección que se le haya indicado», en lo cual está transformada en un sistema de «unidad mínima de lectura o escritura en memoria» conocida como el «byte» (p. 28).

El principal propósito de los sistemas de almacenamiento información está en el «mantener» los datos y archivos guardados «cuando no se están usando», de acuerdo a Vázquez (2012) el computador gestiona en dos formas los datos, la información son «conservados en el almacenamiento cuando la computadora se apaga», por el otro lado todos los contenidos o programas «que se ponen en la memoria se pierden cuando se apaga la computadora» (p. 13).

- *Dispositivos móviles.* El cual no posee con un sistema de despliegue de información tan amplio como los ordenadores, además se está convirtiendo en el método con mayor usabilidad por los usuarios, ofrece además un amplio abanico de opciones sofisticadas con funciones cada vez más completas, así como los computadores de mesa, algunos de estos sistemas son: los computadores pequeños, los *Personal Digital Assistants* (PDAs) y los teléfonos inteligentes, todos estos con conexión a internet; la gran diferencia entre el primer y segundo soportes está en la movilidad que ofrecen estos últimos y la visualización reducida por el tamaño de los aparatos (Camus, 2009, p. 20).

- *Smartphones* Los teléfonos inteligentes son dispositivos portables que están constituidos por «capacidades técnicas» entre las que se recalcan «lo reducido de su tamaño, su carácter personal y [...] una gran conectividad que le permite acceder en

todo momento y lugar a sitios de información y a redes sociales» (Organista, McAnally, y Lavigne, 2013, párr. 3) dicho dispositivo está compuesto por múltiples equipos o sistemas que han sido desde «los aparatos convencionales de voz y mensajes de textos hasta los de mayores capacidades tecnológicas» (párr. 5), el acceso a internet que poseen los smartphones proporciona la entrada libre a la información, implicando «la adopción de una perspectiva que favorezca la apropiación del conocimiento a través de la selección, integración y manipulación de dicha información en un contexto de navegación permanente» (Brown, 2005, citado en Organista, Serrano, McAnally, y Lavigne, 2013, párr. 7); entre las grandes características que posee ha sido la anexión de una amplia «capacidad» en la conectividad y proceso de información que un «teléfono móvil convencional» (Organista, McAnally, y Lavigne, 2013, párr. 8). Los teléfonos inteligentes están provistos de un sistema operativo poseedor de una amplia gama de «posibilidades», combinado con la «actual potencia de procesamiento y capacidad de almacenamiento que permiten la ejecución [...] de aplicaciones [...] sin olvidar otras funcionalidades incorporadas a los móviles, como son el GPS, pantallas táctiles, llamadas telefónicas, posibilidad de enviar mensajes cortos, etc.», entre estas formas de operatividad recalcan los sistemas de Android y de iPhone (Blanco, Camarero, Fumero, Warterski, & Rodríguez, 2009, p. 2).

- *Android*. Este sistema operativo «es una solución completa de software de código libre para teléfonos y dispositivos móviles», es un «*runtime*» que basa su función en «Java», este sistema operativo «se distribuye bajo una licencia libre permisiva (Apache) que permite la integración con soluciones de código propietario», el sistema operativo de Google para móviles sale «como resultado de la *Open Handset Alliance* un consorcio de 48 empresas [...]. El desarrollo viene de la avalada principalmente por Google» (Blanco, Camarero, Fumero, Warterski, & Rodríguez, 2009, p. 16).

- *iPhone*. Es un tipo de «teléfono inteligente» que es distribuido y diseñado por la empresa Apple, su sistema operativo «se llama, desde la publicación del primer SDK, OS X iPhone o, más comúnmente iPhone OS», el cual se basa en «Mac OS X, la línea de sistemas operativos que desarrolla Apple», el teléfono desarrollado por Apple

«deriva de la fundación Darwin que, a diferencia de Mac OS X, es de código abierto» (Blanco, Camarero, Fumero, Warterski, & Rodríguez, 2009, p. 24).

- *Personal Digital Assistants*. Los PDA o personal *digital assistant* son computadores pequeños de bolsillo «con potencia y capacidad para realizar numerosas funciones, más allá de la agenda electrónica», aunque en principio se consideró como un elemento como «una mera agenda electrónica», en la actualidad se han convertido en una forma de «extensión del computador personal», los dispositivos PDA permiten a las personas realizar acciones variadas, como por ejemplo poder abrir el «correo electrónico o visitar un sitio *web* en cualquier momento o en cualquier lugar. Además, poseen diccionario, conversor de divisas y medidas, calculadora, acceso a Internet, reproductor de MP3 [...], grabadora de sonidos [...] e, incluso, leer libros electrónicos»; el *personal digital assistant* permite una comunicación por medio de una pantalla táctil que despliega un teclado virtual o con un lápiz incorporado que se «utiliza a modo ratón» (Opazo, 2005, pp. 86-87). Entre las características que posee este tipo de sistemas, están:

- a) Su tamaño: caben en la palma de la mano y se pueden llevar en un bolsillo.
- b) Su interfase de entrada/salida: la entrada de datos se realiza a través de una pantalla táctil en la que se puede escribir con un lápiz que incluye un punzón de plástico, siendo ésta capaz de reconocer letras y números manuscritos; la salida se realiza a través de la misma pantalla.
- c) Su interconectividad: los PDA se conectan con otros PDA, teléfonos móviles, etc., a través de una interconexión de infrarrojos y con un PC ,mediante [*sic.*] un soporte que se conecta a través de un puerto serie o USB.
- d) La alimentación: mediante pilas o batería. (Defez, 2004, citado en Opazo, 2005, p. 87)

- *Netbooks*. Son los «pequeños computadores con conexión inalámbrica» (Camus, 2009, p. 20). Resulta ser un «laptop» de proporciones pequeñas con especificaciones básicas o reducidas, entre las medidas usuales de este tipo de minicomputador oscilan alrededor de los «5''» a «10''», suelen ser equipos que carecen de «DVD drive» o «CD-Rom», además de poseer menor cantidad de puertos que las laptops convencionales (Pratt, 2010, p. 3). El término proviene de Psion quien en 1999

usó la palabra como término general para hacer referencia a aquellos computadores portables y pequeños con la potencia necesaria para generar las funciones de procesamientos textuales y acceso a internet (Monticello, 2008, citado en Larkin y Finger, 2010, p. 1), usualmente suele ser vinculado también al bajo costo que tienen, el poco peso y además ser un sistema que es energéticamente eficiente (Taylor, 2008, citado en Larkin y Finger, 2010, p. 1).

- *Televisión.* Cuenta con menor levedad de capacidades como los dispositivos móviles y los computadores, de hecho, resulta ser un dispositivo que se enfoca no tanto en lo interactivo como en lo visual, pues solo se genera por medio de un control remoto, el cual posee menor funcionalidad a las de un teclado (Camus, 2009, p. 20).
- *Consola de juegos.* Sistema integrado a las capacidades ofrecidas por los *joysticks* o teclas que permiten jugar, más que para hacer una revisión de la información, además dichos sistemas están integrando la navegación, aunque su uso más común será la selección de opciones, «por lo que se emplean más en cuanto a interacción que a cualquier otra acción» (Camus, 2009, pp. 20-21).

2.2.2.1.6. Contenidos que se relacionan. Los medios poseen la capacidad de conectarse con otros contenidos mediante enlaces o hipervínculos, los cuales le dan la posibilidad a los usuarios de acceder de forma simple a escenarios relacionados con aquella información que se está utilizando o viendo; el hipertexto posee la capacidad de generar vínculos entre información que está en la *web*, facilitando su acceso a estos mediante el uso de dispositivo apuntador o con el clic del mouse en el elemento destacado de la página; los contenidos pueden ser entendidos por completo cuando poseen la relación directa, lo que sobrepasa los límites geográficos por medio de la internet; dicho elemento no funcionaría sin la *World Wide Web* la cual fue creada por Sir Tim Berners-Lee en los años 90 para compartir información con los científicos desde el Centro Europeo de Investigación Nuclear (CERN) en la Confederación Suiza; las ventajas que poseen los hipervínculos está la mejora en la experiencia del usuario, pues complementa la información de un sitio *web* con documentos generados por autores que hablan o poseen la misma relevancia que el autor del texto a revisar, entre sus desventajas está la falta de contexto que se da en muchos casos para los usuarios

que siguen los hipervínculos, su experiencia dependerá de las referencias que este tenga antes de pulsar el enlace, cabe recalcar que

los contenidos estén disponibles en un espacio digital de acceso público desde Internet, tendrán la posibilidad de ser incorporados en los índices mantenidos por los motores de búsqueda. Luego, desde allí podrán ser buscados desde los sistemas habilitados para tal efecto desde la web. (Camus, 2009)

Esto lo que ocasionará será dos consecuencias: (i) las páginas que los contengan necesitarán estar desarrolladas desde los factores de posicionamiento y encuentro, y (ii) la sobrevivencia de los títulos que poseen los contenidos ante la falta de contexto en los que son exhibidos en los resultados de los motores de búsqueda; los contenidos creados para los escenarios virtuales deberán hacer parte de aquella estrategia que apunte a la inclusión en los motores de búsqueda, además de que desarrollen la habilidad de estar enlazados ante los diferentes escenarios (Camus, 2009, p. 21 a 23).

- *Hipervínculo.* Es el método que poseen los medios como enlace de sus «propios símbolos», el cual posee también la capacidad de enlazar los sistemas que «convienen en la red como el textual, el visual y el auditivo» (Uribe, 2011, p. 205); se convierte en una herramienta de expresión para ser el «método de construcción de ámbitos concretos» relacionados con el conocimiento y la información (p. 207); de hecho, la vinculación sirve además para promover y desarrollar aquellas consolidaciones de comunidades digitales que poseen intereses específicos, es decir, para asociar «grupos de personas en torno a sus intereses» (pp. 209-210); es así como en definitiva, un hipervínculo «está por o se refiere a su objeto y también que su representación visual está por, es una etiqueta de o se refiere a lo que representa», la eficacia que tienen los enlaces estarán determinados por su contexto de este mismo y de lo que vincula, es decir, si este da a una dirección que se supondría enlazaría, se consideraría como «vínculo errado o vacío»; «El vínculo no es un hecho por sí mismo, es un método a través del cual se relaciona, se referencia o se alude a algo. Si ese algo no coincide con lo esperado, es un enlace nulo» (pp. 211-212).

2.2.2.1.7. *Los usuarios distribuyen el contenido.* Es aquella característica exclusiva en la cual los contenidos pueden ser reproducidos de forma sencilla en otro, «En este sentido, no tienen la restricción del mundo físico en que la circulación del medio se

determina mediante la producción de copias o ejemplares del medio y su posterior distribución o bien », pues poseen la capacidad de conexión o cercanía con los sistemas del usuario de forma sincrónica cuando son distribuidos mediante una señal generada por aquel que produce los contenidos; los medios digitales dan la capacidad de producción de contenido de forma asincrónica con la única necesidad de tener acceso a internet por medio de un dispositivo, así mismo el conocer la ubicación del contenido mediante la dirección *Uniform Resource Locator* (URL) para su acceso, la obtención de una copia del contenido y la generación de interacción que ofrece o la utilización de dicha información, es así como desde la distribución habrá «tantos ejemplares como visitantes se reciban»; la distribución es asumida por los propios interesados por medio de los sistemas de relación indirecta o directa ante los generadores de contenido, en estos casos ya no es asumida principalmente por el productor del contenido; esta relación se genera mediante un contacto inicial en el cual el usuario debió de haber conocido el escenario donde se produce la información, tales contactos se puedan dar por medio de «mensajes vía correo electrónico, o bien utilizando sistemas de favoritos, sistemas de suscripción o suscripciones basadas en software que se activa cada vez que hay algún elemento nuevo a difundir» (Camus, 2009, pp. 23-24).

- *Producción de copias.* Los medios de producción de contenido digital no poseen «la restricción del mundo físico», el tráfico de «circulación del medio se determina mediante la producción de copias o ejemplares del medio y su posterior distribución o bien » (Camus, 2009, p. 23), Camus argumentaba que:

debido a la generación de múltiples espacios en los que el usuario puede generar contenidos, se hace indispensable que un sitio de contenidos permita que sus piezas de información pueden ser copiadas y pegadas en otros espacios digitales, [...]. De esta manera, dichos lugares tendrán el contenido del sitio web pero también incorporarán su marca, lo que ocasionará el efecto de poder llegar a más público con la información que se ofrece. (Camus, 2009, p. 96)

Resulta así que sea indispensable que los sitios *web* «permitan que sus piezas de información » posibiliten copiar y pegar los contenidos «en otros espacios web» (p. 96). La tecnología digital ha abierto la posibilidad de «crear, copiar, producir, re-producir,

compartir, liberar, comunicar al público, comercializar o disponer de todo tipo de bienes y obras intelectuales a escala global», dichas creaciones «intelectuales» han pasado a circular en formatos digitales quien abre la posibilidad que los receptores del mensaje puedan «transportar» dichos contenidos (Vercelli, 2013, p. 2), ha sido así como la copia se ha convertido en cierto modo en un elemento persuasivo, silencioso, «penetrante», ubicuo y «común a las prácticas cotidianas» (p. 4), Vercelli plasma en su escrito el origen de la palabras «copia» el cual tiene su origen «del latín 'côpia,ae' y su significado remite históricamente, más allá de la replicabilidad / reproductibilidad técnica» (Horkheimer y Adorno, 1998 citados en Vercelli, 2013), pero también hacia algo que resulta ser «abundante, rico, vital, diverso, múltiple, numeroso, multitudinario»; pero que desde los dispositivos que trabajan con la virtualidad han empleado comandos para realizar dichas acciones «ctrl+c / ctrl+v» para copiar el contenido y pegarlo en otro espacio virtual (Vercelli, 2013, p. 5).

- *Distribución.* La distribución de contenidos digitales es una de las principales características que poseen los escenarios digitales, es en estos donde se presenta la reproducción fácil de contenido en otros medios, las «copias» resultan ser un pilar importante al momento de generar la distribución de contenido, en vista que el medio virtual posibilita la producción de ejemplares, «Habrà por lo mismo, y desde el punto de vista de la distribución, tantos ejemplares como visitantes se reciban», son los mismos «interesados» los que distribuyen los contenidos «mediante sistemas de relación permanente (directa o indirecta) con los generadores de los contenidos» (Camus, 2009, pp. 23-24); para Camus, se deben ofrecer los sistemas necesarios en la interfaz de las páginas *web* para que los «usuarios del sitio *web* puedan compartir en ellas lo que están viendo» (p. 97).

2.2.2.1.8. *Los contenidos adquieren múltiples formatos.* La información producida en la *web* a través de diferentes formatos de forma simultánea simplifica la capacidad de consumo por la adecuación llevada a cabo a las capacidades que posee el dispositivo que es empleado por el usuario, se convierte en una necesidad por parte de quien produce los contenidos, pues le obliga ampliar en oferta la información proporcionada en los diferentes formatos presentado por los medios, lo que facilita que el usuario pueda optar o elegir debido a su comodidad, interés, tiempo y motivación por la visita al

contenido; los creadores de contenido deben trabajar en consideración de los tiempos del usuario, por ellos los escritos en resumen, serán significados que de forma alternativa el autor de la información no pueda desarrollar versiones extensas sobre el contenido, además de poder ofrecer soportes como objetos descargables, presentaciones interactivas, videos, imágenes, entre otros, los cuales permitirán que el usuario tenga acceso a una amplia gama de mecanismos o componentes que le permitirá elegir cómo se informa; es así como se le da relevancia al usuario de poder generar las selecciones de su interés, en donde considerará su tiempo y necesidad que posee de profundizar en el sitio a visitar, es por ello que se prefiere redactar los contenidos usualmente en la preferencia de generar formatos simples y cortos de leer (Camus, 2009, pp. 24-25).

- *Formatos cortos de escritura para la web.* Los contenidos contemplados para el ciber mundo deben ser establecidos de forma distinta a la presentada en los «medios impresos» por lo que «las personas se comportaban diferente ante una pantalla»; los formatos de escritura para la *web* «es diferente en modos que son cruciales aunque lo suficientemente sutiles como para perderla si no se considera que la audiencia no está leyendo un producto impreso», espacios como el correo electrónico resultan ser sistemas en la cual se transmite la información de una forma más eficiente, ingeniosa, urgente, personal y directo, fue así como se expresó entre las recomendaciones el hecho de ser «sucinto» en los escritos, es decir entregar las ideas de forma corta «es imprescindible escribir con la mitad de las palabras» (Weisberg, 2009, citado en Camus, 2009, pp. 84-85).

- *Redacción para sitios web.* Desde la redacción se debe «capturar» o llamar la atención y el interés del cibernauta, para así engancharlo para que avance «a través de la información que se le brinda» y que incluso aproveche las acciones que el sitio digital ofrece, por ello es de vital importancia el sumo cuidado en los elementos que forman parte del contenido informativo «de tal manera que cada una de las partes ayude a conformar un todo que le haga sentido al medio en que está siendo transmitido» (Camus, 2009, p. 76); los contenidos expuestos en el plano virtual deben ser diferentes a los «medios impresos», como lo expresó Jacob Weisberg (2009) ante la escritura para la *web*:

Si no lo hacen, no tendrán éxito. La escritura nativa del web es diferente en modos que son cruciales aunque lo suficientemente sutiles como para perderla si no se considera que la audiencia no está leyendo un producto impreso. El tono de una buena escritura para el web viene desde el correo electrónico. Es más directo, personal, urgente, ingenioso, eficiente; no te hace perder el tiempo. Refleja el compromiso, la receptividad y el apuro de los usuarios del web en oposición a la pasividad más habitual de encontrar en los lectores de textos impresos. Integra el uso de enlaces al proceso creativo e intelectual a diferencia de abordarlo después de dicha etapa. Y usa la multimedia en forma orgánica, más que de una manera ornamental. (citado en Camus, 2009, p. 84)

Fernando Ávila (2008) en el prólogo del libro *Cómo escribir para la web* de Guillermo Franco indicó que la redacción en la *web* es significado de un cambio en la forma como se escribía para medios tradicionales, «significa un cambio de estilo, un cambio sintáctico», es la representación de una replanteación de los «géneros tradicionales de escritura» y además, un reto para quienes producen los contenidos «informáticos, comerciales, recreativos y educativos de la red» (p. 13). John Morkes y Jakob Nielsen (1997) expusieron que los usuarios en la pantalla del computador «se lee “saltando” entre los temas más importantes», no se da un proceso de «palabra a palabra» como sí puede ocurrir en los medios impresos (Concise, s. f., citado en Camus, 2009, p. 85); desde el trabajo de Morkes y Nielsen aparecen unas recomendaciones al momento de escribir para los sitios *web*, entre los destacables están: ser sucinto, escribir para la comprensión, usar verbos directos, evitar las explicaciones negativas, establecer jerarquías de información, preferir los hechos a los discursos, crear subtítulos destacados, destacar palabras significativas, crear listas, ofrecer enlaces hacia otras páginas, preferir los botones a los textos, evitar las abreviaciones y la jerga técnica (Camus, 2009, pp. 85-86).

- *Sucinto.* Resulta indispensable el «escribir con la mitad de las palabras y ahorrar expresiones para entregar las ideas», pues los cibernautas no leen de la misma forma como sí lo pueden hacer en los medios impresos (Camus, 2009, p. 85).
- *Comprensión.* Se debe plasmar por párrafo una idea y «en el caso del primer párrafo de un texto largo, éste debe ofrecer un resumen del tema que se esté

desarrollando con el fin de que el usuario entienda el contexto de lo que se le presenta» (Camus, 2009, p. 85).

- *Verbos directos.* Es recomendable usar el menor número de palabras, además de verbos que se muestren «en forma directa» para así exponer la acción a indicar; es por ello que se debe trabajar con los modos infinitivos «respecto del Presente Perfecto o cualquier otro compuesto» (Camus, 2009, p. 85).
- *Evitar las explicaciones negativas.* Las expresiones expresadas deben ser escritas en «términos afirmativos respecto de lo que hay que hacer» para poder de este modo generar una comprensión adecuada y acorde hacia el receptor del mensaje, es por ello que también «se debe evitar que la explicación se refiera a lo que no hay que hacer» (Camus, 2009, p. 85).
- *Jerarquización informática.* Ante este punto, lo recomendable es establecer la información mediante el denominado «pirámide invertida» usada mucho en el periodismo, para que así el usuario pueda recibir de la información lo más relevante al principio de la lectura, para que así puedan ir obteniendo en el transcurso de la lectura los «elementos complementarios» (Camus, 2009, p. 85).
- *Hechos en vez de discursos.* Primar los datos en concreto por encima de los «discursos descriptivos» que no ayudan a conocer de una manera «directa» los servicios o productos del sitio web, pues el usuario accede a este «para buscar elementos informativos que le permitan realizar acciones» (Camus, 2009, pp. 85-86).
- *Subtítulos destacados.* Los subtítulos son útiles cuando se presentan como resumen de la información que el usuario va a encontrar en los párrafos; de esta forma los textos deben ser quebrados «en zonas que ayuden a la comprensión [...] de esta manera el usuario sabrá si en dicho contenido está lo que busca» (Camus, 2009, p. 86).
- *Palabras significativas.* Es de suma poder resaltar las palabras importantes o relevantes de cada párrafo, que sean en función de guías o «“anclas” en las que se sitúen los ojos del usuario en el recorrido visual de la página», esta estrategia se usa «debido a que los usuarios estarán siempre buscando atajos hacia las zonas de información que les interesan» (Camus, 2009, p. 86).

- *Listas.* La creación y uso de «listas de elementos» como los datos son más pertinentes antes que establecidas en «párrafos largos», si estos elementos expresados desde las listas «requieren de mayor explicación, cada uno de ellos puede ir enlazado hacia otras páginas con texto más detallado, dejando al propio usuario la decisión de visitarlo» (Camus, 2009, p. 86).

- *Enlaces a otras páginas.* Una de las alternativas para ofrecer mayor información al usuario es por medio de los enlaces que contribuya al «tema del que se esté hablando» a sitios externos o incluso a sitios o páginas propias, según Camus (2009) «Normalmente un usuario recordará al sitio que ofreció dichos enlaces y le reconocerán el mérito por ofrecerlos» (p. 86).

- *Botones en vez de textos.* Las estrategias en técnicas como el formulario se habla de no dar explicaciones anticipadas, «sino que incorporar ejemplos de cómo ingresar los contenidos junto al lugar donde hay que hacerlo», además está el tema de ofrecerle ayuda al ciber usuarios cuando la necesite, «hacerlo con un botón cerca de donde se va a usar» (Camus, 2009, p. 86).

- *Sin abreviaciones y jerga técnica.* El uso de abreviaciones, acrónimos o siglas no son estrategias para las «instituciones» que son poco «conocidas», ya que de esta no habrá seguridad de que los sujetos «entiendan de qué se está hablando a través de esas palabras. Asimismo, no se deben emplear palabras correspondientes a la jerga que emplean quienes dominan un tema, ya que se impedirá la comprensión por parte de los legos» (Camus, 2009, p. 86).

2.2.2.1.9. *Conocimiento de la audiencia.* Las funciones de los contenidos basados en una plataforma computacional, permite registrar las actividades que realizan los usuarios, los creadores de contenido pueden analizar el contenido que realizan los usuarios, como también adquirir información sobre preferencias y usos de estos mismos; esta capacidad se podrá hacer mediante:

- *El uso de logs.* «Archivos de texto donde se mantiene una bitácora de las actividades que realiza el servidor de datos donde se mantiene la aplicación web», que se quedan almacenados en el servidor, posibilitando generar reportes en donde se mostrará la información sobre cómo los usuarios están empleando las cosas que se les ofrece (Camus, 2009).

- *El establecimiento de marcas de código.* Aplicar las marcas de código «en cada una de las páginas que se desea medir» proporcionan un registro de aquellas actividades que ha generado el usuario que entra en aquellos escenarios virtuales que poseen dicho código (Camus, 2009, p. 27).

Estos tipos de estrategias permiten tener información permanente y directa sobre lo que realizan los usuarios, lo que facilitará la toma de decisiones sobre los contenidos y así «generar un círculo virtuoso respecto de lo que se puede ofrecer a los visitantes» (Camus, 2009, p. 27).

2.2.3. Violencia contra la mujer. Según indicaciones de la Organización de Naciones Unidas Mujeres, la violencia contra las niñas y mujeres es un tipo de violación a los derechos humanos más extendida y sistemática (2010, párr. 1); surge como una derivación de las «estructuras sociales constituidas en base al género más que en acciones individuales o acciones al azar», es un problema que afecta a todas las esferas de la sociedad; además se convierte en un factor de discriminación y de inequidad sexual (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2006, parafraseado en ONU Mujeres, 2013, párr. 1).

La Organización Mundial de la Salud (2017) definió el referido de violencia contra la mujer como:

todo acto de violencia de género que resulte, o pueda tener como resultado un daño físico, sexual o psicológico para la mujer, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada. (Naciones Unidas, 1993, citado en la OMS, 2017, párr. 10)

La violencia hacia la mujer se ha convertido en una situación de preocupación en relación con la «salud pública con graves repercusiones en la vida de las mujeres, de sus hijos e hijas, y de la sociedad» (Guruje, 2012; Ellsberg, Jansen, Heise, et al., 2008; Bair, Blackstone, Feudtner, 2006; citados en Sanz, Rey, y Otero, 2014, p. 102). La violencia de género se convierte en clara demostración de «desigualdad, dominación y poder de los hombres sobre las mujeres, por su condición de mujeres» (Sanz, Rey, & Otero, 2014, pp. 102-103); de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2012) «la violencia contra la mujer en la pareja se refiere a la violencia de género cuando ésta es ejercida por la pareja o

expareja de la víctima», para 2013 se informó mediante un informe publicado que cerca del 30% de las mujeres han sido víctimas de «violencia en la pareja (física o sexual) a lo largo de su vida» (World Health Organization, London School of Hygiene and Tropical Medicine, South African Medical Research Council, 2013, citado en Sanz, Rey, y Otero, 2014, p. 103).

La violencia contra la mujer trae consecuencias y problemas a la salud, como potencial a sufrir en mayor medida «discapacidad o muerte» (Sanz, Rey, & Otero, 2014), de hecho distintos autores y organizaciones como Ellsberg, Jansen, Heise, et al. (2008); la WHO, LSHTM, SAMRC (2013); Pallito, García, Jansen, et al. (2013), Vives, Torrubiano, Escribá (2011), Gil, Vives, Ruis, et al. (2008) y Ruiz, Plazaola, Del Río (2007) «han mostrado una mayor prevalencia de problemas de salud mental, problemas musculoesqueléticos y problemas de salud sexual y reproductiva» (citados en Sanz, Rey, y Otero, 2014, p. 103). De hecho, «los costes sociales y económicos de la violencia de género» son de gran magnitud por el hecho de perder las capacidades por parte de la víctima femenina en situaciones como «llevar a cabo su papel productivo en el mercado laboral, y reproductivo en las familias, y consumen en mayor medida recursos sanitarios y sociales» (Ellsberg, Jansen, Heise, et al. 2008; Varcoe, Hankivsky, Ford, et al. (2011); Montero, Ruiz, Martín, et al. (2011); citados en Sanz, Rey, y Otero, 2014, p. 103).

2.2.3.1. Tipos de violencia. La ONU definió el acto de violencia hacia la mujer en la Resolución de la Asamblea General Resolución 48/104, declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, 1993; como:

todo acto de violencia basado en basado en [sic.] la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada. (citado en ONU Mujeres, 2010, párr. 2)

La violencia de pareja hace énfasis en la categorización de todo acto donde se le genera daño mediante maltrato psicológico, coacción sexual, agresión física e incluso todas aquellas conductas de control sobre la mujer por parte de la expareja o la pareja actual y esta misma (OMS, 2017, párr. 11).

La página web www.MarchaNiUnaMenos.com (2016) señala el temor de las mujeres en la República del Perú por agresiones como: miradas, acercamientos e insultos en la calle y posibles ataques por parte de taxistas (párr. 2); la página recalca en la violencia de género como aquel acto sexista con fines: dañinos sexuales, psicológicos, emocionales, patrimonial, económico, laboral o físico, las amenazas y la privación arbitraria de la libertad sin importar si se da en el ámbito privado o público; los señalamientos expuestos indican 10 tipos de violencia: mediática, psicológica, sexual, patrimonial-económica, simbólica, acosos y hostigamiento, doméstica, laboral, obstétrica e institucional; además cabe señalar la importancia del concepto feminicidio el cual no fue tratado desde la página oficial de la marcha realizada en 2016.

El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina (s.f.) propuso una modalidad más de violencia hacia la mujer como lo es la «física» (párr. 1-2). que no es tratada por separado desde la página www.MarchaNiUnaMenos.com, sino que se integra a las demás tipologías como lo es la doméstica.

2.2.3.1.1. Mediática. Entendida como toda aquella difusión o publicación de imágenes o mensajes que son estereotipadas en cualquier medio de comunicación, la cual de forma indirecta o directa fomenta: una explotación por parte de la mujer o de su misma imagen; injurias, discriminación, deshonra, difamación, humillación o atentado en contra de la dignidad íntegra de niñas, adolescentes o mujeres; pero también mediante el uso de imágenes de contenido pornográfico o mensajes que deslegitiman la igualdad de trato o que genera un patrón sociocultural que reproduce o genera la violencia o la desigualdad (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s. f., párr. 13).

Los medios de comunicación son actores constructores de lo que se conoce como discurso social, los efectos que generan van ligados a la percepción que se da en la sociedad en cuanto a las personas, sus derechos y su dignidad; contribuyendo a la formación de opinión e incluso a las representaciones que presentan ante las tipificaciones de violencia (Gherardi, 2016, p. 32); según la International Women's Media Foundation (IWMMF, 2011) las mujeres están en general ausentes en los escenarios de toma de decisiones en los medios de comunicación masiva (citado en Gherardi, 2016). Son estos medios de comunicación masiva los que se valen de la

reproducción de imágenes degradantes o estereotipadas de la mujer, cosa que aporta a la divulgación de aquella «cultura de comercialización de los cuerpos de las mujeres y la cosificación que los lleva a convertirse en territorio para el ejercicio de la violencia» (Gherardi, 2016, p. 33).

2.2.3.1.2. Psicológica. Siendo aquella que constituye abuso difícil de percibir o que es sutil, toda omisión o conducta activa de menosprecio, descrédito o deshonra hacia la dignidad de la persona o de su valor como esta misma, tratos vejatorios o humillantes, aislamiento, vigilancia constante, negligencia, celotipia, marginalización, abandono, amenazas, comparaciones destructivas y todos aquellos actos que produzcan en las mujeres -víctimas- una disminución de autoestima, a perturbar el sano desarrollo o incluso a perjudicarlo y, además, a conllevar en la depresión o al suicidio (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 7). Se contemplan además aquellos actos que buscan causar: daño emocional, controlar o degradar las acciones de la persona; y toda: decisión, creencia o comportamiento que emplea la manipulación, el aislamiento, el descrédito, la deshonra, la humillación, la restricción, el hostigamiento, el acoso o la amenaza (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s.f., párr. 3). Por ello «se pueden denominar violencia psicológica por generar situaciones de estrés sin llegar a lesionar en forma directa su cuerpo, pero menoscaba a la mujer en su integridad mental» (Burgos, Canaval, Tobo, Humphreys, & Pheils, 2012, p. 387).

Ante la violencia psicológica, se encuentran como comportamientos que exhiben tal conducta: los celos, las acusaciones de infidelidad, la limitación de contacto con familiares, el impedimento de relacionarse o de tener contacto con amigas o amigos, constantemente insiste en conocer el sitio donde se encuentra la persona, el ignorarla, las amenazas mediante argumentos como el abandono o con quitarle los hijos, además de no contar con la mujer para reuniones (Gómez, Murad, & Calderón, 2013, p. 41).

2.2.3.1.3. Sexual. Siendo aquellas conductas de vulneración o amenaza al derecho de decisión libre y voluntaria de su sexualidad contemplando cualquier forma de acceso o contacto sexual -genital o no genital- como: acceso carnal violento, actos lascivos o la violación; generando una situación de intimidación o fuerza en todo tipo de relaciones (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 8); además, entran todo acto de: abuso sexual, trata de mujeres, prostitución forzada, acoso, explotación y esclavitud; incluyendo todo

acto de violación en las relaciones de parentesco o vinculantes con o sin convivencia, incluso aun en los estados de matrimonio; se le vulnera a la mujer su derecho a elegir libremente acerca de su vida sexual o incluso reproductiva mediante el uso de la fuerza, la intimidación, la coerción o las amenazas (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s.f., párr. 4). Es así como se tiene en cuenta ante este tipo de violencia los actos de violación como comportamiento violento por parte de la pareja (Gómez, Murad, & Calderón, 2013, p. 41). De hecho, en esta tipificación se correlacionan en gran medida con la violencia física (Burgos, Canaval, Tobo, Humphreys, & Pheils, 2012, p. 387).

2.2.3.1.4. Patrimonial-económica. Es toda acción omisiva o activa que indirecta o directamente, en privado o público, esté direccionada a causar daño o perjuicio a la propiedad de inmuebles o muebles en «menoscabo» patrimonial de las mujeres que son víctimas de violencia (MarchaNiUnaMenos.com, 2016). También es aquella que está dirigida a crear menoscabo en los recursos patrimoniales o económicos por medio de: la tenencia o propiedad de bienes, perturbación de posesión, sustracción, pérdida, retención o distracción indebida de objetos, destrucción, documentos personales, instrumentos de trabajo, bienes, valores, derechos patrimoniales y documentos personales (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s.f., párr. 5); se incluyen todos aquellos actos que produzcan restricciones económicas para controlar ingresos o incluso la privatización de medios económicos que son indispensable para la vivencia (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 9).

Este tipo de violencia está presente en las leyes de protección integral, generalmente concebida en los tipos de violencia doméstica (Gherardi, 2016, p. 12); y siendo más frecuente en aquellas parejas que están en procesos de divorcio o separación (p. 13). Por otro lado, se tiene como violencia económica la vigilancia en gastos y las amenazas de privación del apoyo económico (Gómez, Murad, & Calderón, 2013, p. 41).

2.2.3.1.5. Simbólica. Es toda aquella que se despliega por: patrones estereotipados, valores, íconos, signos o mensajes que reproducen y transmiten la relación de discriminación, desigualdad y dominación en todas aquellas relaciones sociales que son establecidas en la sociedad y que resulta en la naturalización de la subordinación

por parte de la mujer en esta misma (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s.f., párr. 6). Este tipo de violencia, junto con la violencia mediática, reproducen el discurso público las cuales resultan en la restricción de sectores o espacios como la autonomía política (Gherardi, 2016, p. 5), en algunos países se «incorporaron definiciones de la violencia mediática, como uno de los ámbitos en los que se reproduce la violencia simbólica, concebidas en términos muy similares» (p. 33); Gherardi en su texto *Otras formas de violencia contra las mujeres que reconocer, nombrar y visibilizar* de la serie *Asuntos de Género* expuso un cuadro con las definiciones de violencia mediática y simbólica según las regulaciones establecidas en los países de la República de Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, la República de Panamá y la República Bolivariana de Venezuela:

País	Ley	Definiciones
República de Argentina.	Ley 26.485 de Protección Integral contra la violencia (2009).	<p>Violencia mediática contra las mujeres: aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres</p> <p>Violencia simbólica: La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad.</p>

Estado Plurinacional de Bolivia.	Ley 348 de Protección Integral contra la violencia (2013).	<p>Violencia mediática. Es aquella producida por los medios masivos de comunicación a través de publicaciones, difusión de mensajes e imágenes estereotipadas que promueven la sumisión y/o explotación de mujeres, que la injurian, difaman, discriminan, deshonran, humillan o que atentan contra su dignidad, su nombre y su imagen</p> <p>Violencia simbólica y/o encubierta. Son los mensajes, valores, símbolos, iconos, signos e imposiciones sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas que transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de las mujeres.</p>
República de Panamá.	Ley 82 de Protección integral contra la violencia (2013).	<p>Violencia mediática. Aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que directa o indirectamente, promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, así como la utilización de mujeres en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o que construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres</p> <p>Violencia simbólica. Son mensajes, íconos, o signos que transmiten o reproducen estereotipos sexistas de dominación o agresión contra las mujeres en cualquier ámbito público o privado, incluyendo los medios de comunicación social.</p>
República	Ley Orgánica	Violencia mediática: Es la exposición de la mujer,

Bolivariana de Venezuela.	sobre el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia (2007 reformada 2014).	niña o adolescente, a través de cualquier medio de difusión, que de manera directa o indirecta explote, discrimine, deshonre, humille o que atente contra su dignidad con fines económicos, sociales o de dominación Violencia simbólica: Son mensajes, valores, íconos, signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad.
---------------------------	--	--

Tabla 3 Definiciones de violencia mediática y simbólica según las regulaciones establecidas en algunos países latinoamericanos

Fuente: elaborado por Gherardi (2016), en *Otras formas de violencia contra las mujeres que reconocer, nombrar y visibilizar*, a partir de la base de legislación del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe de la CEPAL.

Los comportamientos vinculados al tratamiento simbólico están ligados a la violencia psicológica, pues esta está dirigida hacia la mujer, personas u «objetos significantes para la relación o la mujer; son expresiones de violencia psicológica que crean un entorno estresante, de miedo, temor e inseguridad. Tales manifestaciones de violencia pueden alterar la salud física y emocional de la persona expuesta» (Burgos, Canaval, Tobo, Humphreys, & Pheils, 2012, p. 379).

2.2.3.1.6. Acoso y hostigamiento. Siendo toda aquella conducta que resulta ser abusiva, entre los que está: palabras, gestos, actos, mensajes o escritos electrónicos que son encausadas a intimidar, perseguir, importunar, apremiar, chantajear, vigilar; y que transgreden la estabilidad de prestigio, integridad física, emocional, dignidad y psicológica, pero también que son de peligro para promoción, el empleo o el reconocimiento por fuera o en el lugar de trabajo (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 11). El acoso u hostigamiento sexual es entendida según la «Ley 8.805 contra el hostigamiento sexual en el empleo y la docencia. Reforma la anterior ley 7446 (2010)» de la República de Costa Rica, como todas aquellos comportamientos o conductas sexuales que no son deseadas por la persona que recibe tal acto, además el concepto

acoge todas aquellas reiteraciones que provocan a la vez efectos que resultan perjudiciales para la persona (Gherardi, 2016, p. 39). Según *Informe mundial sobre la violencia y la salud* (2003) el acoso hacia las mujeres son probablemente un problema mundial ocasionado «por los varones» (Krug, Dahlberg, Mercy, Zwi, & Lozano, 2003, p. 168).

2.2.3.1.7. Doméstica. Para el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina (s.f.) este tipo de violencia no es más que una modalidad o formas como se manifiesta la violencia; al igual que: la violencia institucional, laboral, contra la libertad reproductiva, obstétrica y mediática; la violencia doméstica es aquella conducta que se emplea contra la mujer por parte de un pariente perteneciente al grupo familiar «independientemente del espacio físico donde esta ocurra, que dañe la dignidad, el bienestar, la integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, la libertad, comprendiendo la libertad reproductiva y el derecho al pleno desarrollo de las mujeres» (párr. 8). Todo uso de violencia psicológica o de fuerza física constante o no, activa u omisiva que generan: intimidación, amenaza o persecución en contra de la mujer por un integrante o persona con quien tuvo o tiene una relación afectiva, consanguíneos o de afines, parientes colaterales o por parte de un familiar; sin importar el lugar donde ocurra y que dañe el bienestar, la dignidad, la integridad física o sexual, su estado psicológico, económico o patrimonial, o su libertad (ya sea incluso libertad reproductiva), o en contra del libre derecho al adecuado desarrollo de ella misma (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 12). Gherardi (2016) se refería a la violencia doméstica como un tipo de violencia situadas en el marco de las relaciones familiares, junto con el feminicidio íntimo y el abuso sexual intrafamiliar (p. 9).

2.2.3.1.8. Laboral. Siendo esta la discriminación de la mujer por parte de los centros de trabajo que dificultan su ascenso, estabilidad o acceso a algún empleo; entre estos se recalca la exigencia de requisitos sobre su edad, maternidad, estado civil, apariencia física, solicitud de resultados por parte de laboratorios clínicos; además se añade la suspensión del ascenso, pertenencia o contratación hacia la mujer al ejercicio del empleo; es también aquella discriminación de género en el que se presenta la violación del derecho a igual salario e igual manejo de trabajo; se incluye el hostigamiento

psicológico sistemático hacia una trabajadora con fines de su expulsión de la compañía (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s.f., párr. 13).

La violencia laboral está ligada con el acoso sexual laboral, conceptualizada como la forma discriminatoria por cuestiones de sexo, siendo una violencia a los derechos fundamentales y como una expresión de discriminación que se basa en el género, el acoso sexual resulta a la vez de las «desigualdades estructurales, históricas, sociales y culturales entre varones y mujeres, que están presentes en el entramado de la sociedad y que se expresa, también, en el espacio laboral», este tipo de prácticas son nocivas por el desencadenamiento de escenarios hostiles con efectos perjudiciales sobre el rendimiento, la moral, la confianza y la salud de las personas; resulta pues un tema de salud y de responsabilidades por parte del empleador en brindar las condiciones pertinentes para crear un ambiente seguro que sirva y ayude en el buen desarrollo personal (Gherardi, 2016, p. 37).

2.2.3.1.9. Obstétrica. Es toda aquella apropiación de los procesos reproductivos por parte de personal de la salud mediante tratos deshumanizadores, arbitrarios en la patologización de los procesos naturales y en la medicación; acarreado la deslegitimación autónoma y su capacidad en la toma de decisiones libre sobre su sexualidad y sobre su cuerpo, lo que generará un impacto negativo en la vida de la mujer (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 14).

La subordinación femenina y la dominación masculina han estado ligadas al control que se tiene ante los derechos reproductivos y sexuales que poseen las mujeres convirtiéndose en una forma de discriminación que puede finalizar en violencia institucional; además se pueden vincular con aspectos relacionados a la planificación familiar, la menopausia, el aborto o la anticoncepción (Gherardi, 2016, p. 17); las conductas de violencia están arraigadas a: (i) la violencia física cuando se realizan «prácticas médicas invasivas, y el suministro de medicación no justificada por el estado de salud de la mujer, o cuando no se respetan los tiempos ni las posibilidades del parto biológico»; y a (ii) la violencia psicológica cuando se le proporciona al paciente tratos humillantes, discriminatorio, burlones, groseros o que son deshumanizadores en situaciones en el que se requiera atención o solicitud de asesoramiento, incluso en el

transcurso de prácticas tipo obstétricas (p. 18). Se incluyen también como violencia obstétrica aquellas conductas de omisión o la:

falta de transparencia activa en el deber de informar a la mujer (y/o sus familiares) de un modo comprensible y adecuado por parte del personal de salud respecto de las decisiones que se van tomando en el transcurso del trabajo de parto. (Gherardi, 2016, p. 18)

2.2.3.1.10. Institucional. Es toda aquella que por omisión o acción hechas por los funcionarios o autoridades, personal, agentes de cualquier órgano o ente de institución pública o de profesionales generan un impedimento, una obstaculización o una retención hacia la mujer; impidiendo el acceso al ejercicio de sus derechos legales que velan por una vida libre de violencia (MarchaNiUnaMenos.com, 2016, párr. 16).

En esta categoría entran aquellos actos realizados por parte de agentes, profesionales, funcionarios o cualquier personal vinculado a algún ente institucional público que posee como finalidad el de impedir, obstaculizar o retardar el acceso a las políticas públicas y al libre ejercicio de los derechos establecidos por la ley a las mujeres; además se vinculan aquellos organismos deportivos, empresariales, partidos políticos, sindicatos y de la sociedad civil (Ministerio de justicia y Derechos Humanos de Argentina, s.f., párr. 9).

Por otro lado, la Ley de Protección Integral de los Estados Unidos Mexicanos definen la violencia institucional como:

actos u omisiones de las y los servidores públicos de cualquier orden de gobierno que discriminen o tengan como fin dilatar, obstaculizar o impedir el goce y ejercicio de los derechos humanos de las mujeres así como su acceso al disfrute de políticas públicas destinadas a prevenir, atender, sancionar y erradicar los diferentes tipos de violencia Leyes estatales de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. (Gherardi, 2016, p. 32)

2.2.3.1.11. Femicidio. El concepto femicidio alude al «asesinato de una mujer por razón de su sexo», como una forma de violencia machista», la voz femicidio está formada por la palabra latina femina y el sufijo -cidio; la palabra surge a partir de la voz en inglés femicide, en los países de habla hispana se han incluido en el lenguaje y en la legislación

de países como en la República de Guatemala o en la República de Chile; el término en sustantivo refiere más «al asesinato individual de una mujer como al homicidio sistemático de mujeres, en especial en ámbitos en los que no existe un fuerte reproche social o cultural de estos hechos» (Fundéu, 2016).

Rita Laura Segato (2006) en su obra *Qué es un feminicidio. Notas para un debate emergente* propuso generar una reflexión sobre la palabra en sí misma, pues resultaba ser un tema consecuente y de género, alegando que «género = patriarcado simbólico = violencia fundante» (p. 2); es así como Segato se preguntó si el concepto debe reservarse solo como una categoría estricta o si debería englobar todos los asesinatos a mujeres:

¿es interesante aplicar la categoría feminicidio a todos los crímenes perpetrados contra las mujeres, es decir, todos los estupros seguidos de muerte, todos los asesinatos de esposas y novias, todas las muertes violentas de mujeres en manos de hombres, o vale la pena calificar?. (p. 2)

Por otro lado los teóricos Jane Caputi y Diana Russell (1992) en su texto *Femicide* denominaron la palabra como representación en extremo de un «continuum» anti-femenino de terror la cual incluye variedad en los abusos yéndose desde los físicos a los verbales como: tortura, esclavitud sexual -la prostitución por poner caso-, violación, acoso sexual -en todas sus facetas: por teléfono, presencial, entre otros-, abuso sexual infantil extra-familiar o insustituido, operaciones ginecológicas desnecesarias, golpizas físicas y emocionales, heterosexualidad forzada, maternidad forzada, esterilización forzada, negación de comida en ciertas culturas, psicocirugía, mutilaciones en nombre del embellecimiento y cirugía plástica; si alguna de las anteriores «formas de terrorismo» finalizan en la muerte, será clasificado en feminicidio (citado en Segato, 2006, p. 3).

Russell (2006) propuso el feminicidio dado desde la consideración de «el asesinato de mujeres a manos de hombres debido a que son mujeres» (citado en Bejarano, 2014, p. 14); la constitución y definición logró la conformación del nombramiento a estos asesinatos, un reconocimiento y ubicación ante los espacios de política sexual (p. 14). Para Russell es importante hacer énfasis en el motivo de asesinato a mujeres como el desprecio hacia ellas por parte de los hombres o por la existencia de un sentimiento de

odio, además de una posible existencia de placer por las privatización de vida por el sentimiento de propiedad que puede generar estos actos (citado en Bejarano, 2014, p. 21).

Para la Ley General de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV) en los Estados Unidos Mexicanos, se estableció que la violencia feminicida resultará ser:

(...) la forma extrema de violencia de género contra las mujeres, producto de la violación de sus derechos humanos, en los ámbitos público y privado, conformada por el conjunto de conductas misóginas que pueden conllevar impunidad social y del Estado y puede culminar en homicidio y otras formas de muerte violenta de mujeres. (LGAMVLV, s.f., citado en Bejarano, 2014, p. 27)

La subordinación y la conservación generada por los hombres han sido la representación clara de una reproducción situacional de lo que son los tipos de violencia (Bejarano, 2014, p. 13).

En la introducción a su escrito *El feminicidio es sólo la punta del iceberg* la doctora Margarita Bejarano (2014) refirió el orden social mantenido por los hombres del que se han valido de la violencia para mantener un modelo de vida social y económico en donde las mujeres no puedan transgredirlo, el mecanismo ha sido usado para que así no traspasen más allá de los ámbitos domésticos, lugares donde el hombre no encuentra valor, relegando a la mujer a un espacio privado, a la subordinación del poder masculino (p. 13).

En la última década Ciudad de Juárez, Chihuahua, ha presentado constantes ataques a la integridad de las mujeres, asesinatos que han generado esfuerzos políticos y académicos por el tema criminal hacia la mujer; los movimientos en contra de los actos de violencia situaron el tema de los asesinatos como odio hacia las mujeres junto con la falta de protección hacia ellas por parte de entes estatales encargados de garantizar la seguridad en la región, además de una presencia impunitiva por parte de estos; la academia está buscando configurar un concepto para que de esta forma no sea permeado al momento de impartir justicia por delitos violentos hacia el género femenino (Bejarano, 2014, p. 15). Bejarano propuso en su artículo hacer empleo del término «violencia feminicida» en vez de «feminicidio» puesto

que este primero hace alusión a la «violencia extrema, que incluye los asesinatos de mujeres o los intentos de hacerlo» (2014, p. 15).

Según un artículo periodístico publicado en El Tiempo en todos los países suramericanos existe diferencia en la tipificación del delito de feminicidio como tal, en el artículo se indica que teóricamente el concepto feminicidio hace referencia a todo acto agresivo ejercido sobre el cuerpo de la víctima con actos violentos por parte de un agresor mediante dominio sobre el ser de la persona, la opresión o incluso las instrumentalizaciones sexuales; algunos países de Latinoamérica solo incluyen la tipificación de feminicidio a los asesinatos violentos por la expareja o pareja sentimental, otros países en cambio no hacen reportajes sistemáticos de estos actos e incluso el asesinato por parte de parejas o exparejas sentimentales solo son categorizadas como un tipo de homicidio, pasando a no ser categorizados como feminicidios (Rincón, 2017).

Según cifras expuestas por el artículo 14 países de los 25 con mayor tasa de feminicidios en el mundo son latinoamericanos entre los que se encuentran en primeras instancias los países de: la República Federativa de Brasil, los Estados Unidos Mexicanos -en el que las cifras son extraoficiales o fragmentadas- y la República de Honduras; en el caso particular de Brasil hasta 2017 solo se sabían datos de femicidio hasta 2013; aunque cabe señalar los avances en cuanto a legislación en contra de la violencia a la mujer se trata; en la sociedad colombiana el asesinato de Rosa Elvira Cely en 2012 por parte de un compañero de estudio produjo una reacción en los habitantes la cual generó la creación de la Ley 1761 del 2015 el cual castiga con hasta 40 años de prisión el feminicidio, otro de los casos expuestos fue el ocurrido el 2016 en la República de Ecuador -siendo tipificado el feminicidio desde el 2014- a María José Coni y Marina Menegazzo las cuales fueron asesinadas por dos hombres lo que generó la condena por 40 años de prisión a los culpables del delito, en Brasil la violación de una menor de edad en Río de Janeiro generó marchas y expresiones artísticas en reproche al acto cometido por 33 hombres, en México -la legislación mexicana contempla condenas de entre 40 a 60 años de privación de la libertad- los casos de feminicidios ocurridos en la Ciudad de Juárez han sido casos vinculados o relacionados

con el narcotráfico, en donde muchos de los casos han quedado en la impunidad (Rincón, 2017).

Las inconsistencias en los reportes de cifras es otro de los hechos que dificulta la labor de legalizar y judicializar las agresiones; en 2016, en la República de Argentina se presentaron tres cifras diferentes entre sí, expuestas en un artículo de opinión en la edición digital del *The New York Times*, la Corte Suprema de Justicia de Argentina registró 254 casos, según el Ministerio de Justicia se presentaron 226 casos y según la ONG La Casa del Encuentro indicó que fueron 290 casos de feminicidios; el funcionario Ada Rico de esta última entidad recalcó la importancia de tener en cuenta, además, a las personas transexuales que no han alcanzado a registrar su cambio de género y también «a los feminicidas que se suicidan [...] Unificar estos criterios ayudaría a tener un punto de partida común y demostraría una política de Estado más sólida» (Buscaglia, 2017, párr. 5); en 2017 Argentina presentó hasta 133 casos de feminicidios en los primeros seis meses del año, según los registros de las Mujeres de la Matria Latinoamericana (MuMaLa) una mujer fue asesinada por violencia de género cada 25 horas (párr. 7); para que se generen cambios en la disminución de abusos y crímenes contra la mujer se necesita del compromiso y de los cambios culturales a través del tiempo, acompañado de planes de acción con presupuesto y ordenamiento a largo plazo, en el tiempo; entre las dificultades presentes se encuentra la falta de recursos para erradicar y prevenir la violencia de género, es una falta del Estado en la distribución de recursos en capacitaciones y en educación hacia sectores estatales como el de seguridad y el poder judicial (párr. 9).

Marcela Lagarte (2006, en Bejarano) mencionaba que el «asesinato de una mujer por razón de su sexo» (Real Academia Española, s.f.) también es un tema que se convierte en crimen de Estado -refiriéndose al tema de los crímenes sucedidos en Ciudad Juárez en los Estados Unidos Mexicanos- pues este no garantiza la seguridad y vida de las mujeres en cuanto a los diversos casos de generar violencia hacia la mujer (citado en Bejarano, 2014, p. 22).

El feminicidio propuesto desde la autora Russell (2006) existe bajo dos modalidades: el primero es el feminicidio íntimo de pareja y el segundo es el feminicidio íntimo el cual es cometido por cualquiera de los miembros familiares varones de la víctima (citada en

Bejarano, 2014, pp. 22-23). Otros autores como Monárrez (2000) proponen también distintas categorías para clasificar el feminicidio familiar en infantil e íntimo (citada en Bejarano, 2014, p. 23). Mientras que la sociología propone además tres tipos de feminicidios los cuales a su vez poseen diferentes subtipos, estando clasificados en general entre: familiar, por actividades estereotipadas y el sexual sistémico (p. 23). Es por ello que Bejarano (2014) presenta la tipificación propuesta por Monárrez (2000) pero basada en la información de Núñez (2012):

Tipo	Subtipo
<p>Feminicidio familiar: asesinato de una o varias integrantes de la familia, cometido por un hombre. Está basado en relaciones de parentesco entre la o las víctimas y el victimario.</p>	<p>Íntimo: asesinato de una mujer cometido por un hombre con quien la víctima tenía o tuvo una relación íntima, familiar, de convivencia o afín a éstas.</p>
	<p>Infantil: es el asesinato de niñas, por hombres o mujeres, en el contexto de una relación de responsabilidad, confianza o poder que les otorga su situación adulta sobre la minoría de edad de las menores.</p>
<p>Feminicidio por ocupaciones estigmatizadas: las mujeres son asesinadas por ser mujeres, pero también por la ocupación o el trabajo «desautorizado» que desempeñan. Según este criterio están las que trabajan en bares y centros nocturnos, son bailarinas, meseras y prostitutas.</p>	
<p>Feminicidio sexual sistémico: las mujeres son secuestradas, torturadas y violadas y sus cadáveres semidesnudos o desnudos son expuestos. El Estado, secundado por los grupos hegemónicos, refuerza el dominio patriarcal y sujeta a familiares de víctimas y a todas las mujeres a una inseguridad permanente e intensa, a través de un periodo continuo e</p>	<p>Sistémico desorganizado: puede acompañarse por secuestro, tortura, violación y disposición del cadáver. Es probable que los asesinos maten por una sola vez, en un periodo determinado. Pueden ser hombres desconocidos, cercanos o parientes de las víctimas que las asesinan y las depositan en parajes solitarios, en hoteles o dentro de sus</p>

ilimitado de impunidad.	domicilios.
	Sistémico organizado: el asesinato de las mujeres está acompañado por secuestro, tortura, violación y disposición del cadáver. Los asesinos pueden actuar como una red organizada de feminicidas sexuales con un método consciente y sistemático, a través de un periodo largo e indeterminado, dirigido a la identidad de sexo y de género de las niñas/mujeres.

Tabla 4 Tipologías de feminicidio

Fuente: Núñez (2012), elaborado por Bejarano, M. (2014). *El feminicidio es sólo la punta del iceberg* (p. 24.).

Otros tipos de feminicidio propuesto por Russell en el 2016 es el *feminicidio encubierto* conteniendo «formas encubiertas de asesinar a las mujeres, como [que] se permita su muerte a causa de actitudes o instituciones sociales misóginas.» (Russell, 2006, citado en Bejarano, 2014, p. 23); pero además, será también parte del feminicidio los intentos de atentar contra la vida e integridad de la mujer y en donde la víctima logra sobrevivir a las pretensiones en que se atenta la vida de la mujer (Bejarano, 2014, pp. 25-26).

Los conceptos presentados anteriormente servirán como fuente definitoria para la investigación, la cual se adhiere a la ampliación del término feminicidio a las: acciones violentas en la cual termina en asesinato, pretensión o agresión violenta hacia la mujer por parte de su pareja o compañero sentimental, las cuales están mediadas a agresiones venidas por parte de hombres o de aquellas personas que han decidido hacer una transición de género o cambio de sexo; que poseen una relación sentimental o amorosa con la víctima y que fueron los causantes de la presencia de agresión. Aunque como señaló Bejarano (2014) el asesinato por parte de mujeres a sus semejantes será pues crímenes sexistas; aunque el término feminicidio está señalado en «motivados por un sentido de tener derecho a ello o superioridad sobre las mujeres, por el placer o deseos sádicos hacia ellas, o por la suposición de propiedad sobre las

mujeres» (Russell, 2006, citado en Bejarano, 2014, p. 21) pero no queda definido en su totalidad la tentativa o muerte por parte de una mujer a otra por temas pasionales, amorosos o incluso con motivos de «subordinación que subyacen [...] las desigualdades sociales que enfrentan las mujeres [...]» (p. 21), pues así se amplía el margen de feminicidio a la hora de ejecutar justicia ante los crímenes; o como indicaron Campbell y Runyan (1998) en su momento, todos los asesinatos hacia las mujeres serían categorizados como feminicidios, sin tener en cuenta [esta definición dada] las implicaciones del «motivo o la situación del perpetrador» (citado en Bejarano, 2014, pp. 21-22); es pues así como «femicidio puede ser sólo interpretado como el término femenino de homicidio; es decir, como un concepto que especifica el sexo de las víctimas» (Lagarte, 2006, citado en Bejarano, 2014, p. 22) un significado en donde no se especifican descripciones acerca del victimario (Bejarano, 2014, p. 22).

2.2.3.1.12. Física. Conceptualizada desde lo establecido por la «ley N° 26.485» del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina (s.f.), donde se contempla como el acto de violencia a la que es empleada «contra el cuerpo de la mujer produciendo dolor, daño o riesgo de producirlo y cualquier otra forma de maltrato o agresión que afecte su integridad física» (párr. 2).

2.2.4. Justicia. El autor Piketty (2014) propuso hablar de la justicia enfocada hacia lo social, en el cual:

Los desacuerdos se manifiestan de manera mucho más clara cuando se intenta dar un poco de sustancia a esos derechos sociales y a esas desigualdades. En la práctica, los conflictos se refieren más bien a los medios para hacer progresar real y eficazmente las condiciones de vida de quienes tienen desventajas, a la extensión precisa de los derechos que es posible atribuir a todos (teniendo en cuenta sobre todo las limitaciones económicas y presupuestales, las múltiples incertidumbres vinculadas a ellas), o también a la delimitación exacta

de los factores que los individuos controlan o no. (citado en Hernández, 2015, p. 90)

La explicación dada por Piketty refleja la esencia hecha por el autor del libro *La idea de la justicia*, publicado en 2009 por Amartya Sen, en el que se pretende avanzar hacia la «lucha» justa, por medio la búsqueda de aquellos «mecanismos que permiten luchar contra la injusticia, y por ese conducto contribuir a la realización de la justicia»;

Hernández (2015) plasma la idea del libro que ha sido interpretada por autores que afirman la exposición en contra de las injusticias (pp. 90-91).

Por su parte Sean expone el punto de vista teórico de la «idea fundacional de Rawls» acerca de la justicia relacionada con el deber de «considerarse desde el punto de vista de las exigencias de la equidad»; pero que al igual Hernández (2015) plasma también desde Rawls (1979) que:

el objeto primario de la justicia es la estructura básica de la sociedad o, más exactamente, el modo en que las grandes instituciones sociales distribuyen los derechos y deberes fundamentales y determinan la división de las ventajas provenientes de la cooperación social. (p. 95)

Si referimos al tema de la investigación, el hecho de la generación de la tipificación como tal accionaria de hechos violentos como el feminicidio resulta ser complejo al momento de ser considerada como delito diferente al homicidio, pues su implicación puede generar una investigación del caso a través de una perspectiva de género lo que implicaría que el tema se pusiera en disputa como asunto que tiene relaciones de poder; esa sería una de las formas de garantizar la integridad de las mujeres combatiendo y visibilizando los hechos violentos a las que son sometidas y generando una justicia alternativa; es así pues como se debe generar un concepto amplio que acoja y defina la tipificación legal de feminicidio para así garantizar la objetividad por parte de quienes imparten justicia, por ello se debe profundizar en las motivaciones que hacen que los hombres cometan actos violentos como el feminicidio (Bejarano, 2014, p. 26); además debe hacerse una distinción entre homicidio y feminicidio por parte de la ley, pues el acto de este último envía un mensaje a la sociedad que sustenta la inferioridad de las vidas y cuerpo de las mujeres (p. 30).

2.2.4.1. Impunidad. En 2012 el autor Francisco Javier Álvarez García en su ensayo *impunidad* definía el concepto como «la falta de castigo (impunitas)» o más específico como «la actuación en un ámbito carente de regulación, con imposibilidad, por tanto, de armar cualquier reacción –más allá de la puramente primitiva e individual regida por el placer o displacer- frente a actuaciones en aquél [sic] marco», la definición de la palabra es pues tomada desde la carencia de castigo que da lugar a la falta de regulación ante los estados comportamentales, por su desunión a la norma pues «todo

le está permitido a quien en él actúe, pues nada está regulado, preceptuado», el concepto de manera amplia hace alusión en cuanto a la acción sin limitaciones, un vacío regulatorio en los procesos sociales; las consecuencias y la falta de castigo son reflexiones que se deben generar mediante la definición del concepto en sí (Álvarez F. , 2012, pp. 116-117); pero aun así rectifica que:

El campo de desarrollo del concepto amplio de impunidad es, preferentemente, el de los procedimientos; ello es así porque el derecho, libertad o bien en general al que finalmente se refiera la concreta actuación, está, normalmente, protegido en abstracto y blindado frente a los ataques más burdos; en realidad existen pocos bienes cuya protección no esté invocada por algún tipo de norma. (p. 116)

La impunidad se vincula en cuanto al fiasco en los sistemas sancionatorios y su carencia por parte de los sistemas de control, el despojo de dichos sistemas que no combaten las infracciones se convierten en la forma de alentar las conductas transgresoras e impunitivas (p. 118); «Sin embargo, la impunidad es algo ligado a nuestra vida cotidiana, al ejercicio arbitrario del poder y a la ineficacia del sistema legal y represivo» (p. 117).

El concepto surge en presencia de la transgresión a los derechos de la víctima «enfatisa el descrédito del sistema judicial, fomenta la percepción de inseguridad, y se convierte en amparo para los delincuentes que confían en el no otorgamiento de una condena ejemplar» (Sanabria y Uribe, 2010, citado en Norza, Peñalosa, Coronado, Duque y Castro, 2016, p. 41). En 2007 la Comisión Colombiana de Juristas citó la definición del concepto basado en la declaración que dio la Naciones Unidas en 2005:

Por impunidad se entiende la inexistencia, de hecho o derecho, de responsabilidad penal por parte de los autores de las violaciones, así como de responsabilidad civil, administrativa o disciplinaria, porque escapan a toda investigación con miras a su inculpación, detención, procesamiento y, en caso de ser reconocidos culpables, condena a penas apropiadas, incluso a la indemnización del daño causado a sus víctimas. (Organización de Naciones Unidas, 2005, citado en Norza, et al., 2016, p. 41)

Hablar de la palabra también conlleva a reflexionar sobre el principal problema que posee la definición de la la cual está en la falta de posibilidad en la medición de los

fenómenos como por ejemplo los es la impunidad social en donde las denuncias nunca llegan a manos de los entes de control o judiciales y donde las mediciones conceptuales llegan a generarse en las encuestas de victimización o de percepción dando como resultando la complejidad de la medición de la «impunidad penal, que se relaciona con la criminalidad reportada» (Restrepo y Martínez, citado en Norza, et al., 2016, p. 41).

El origen conceptual tuvo lugar entre las prácticas del perdón, ante el rechazo de disposiciones y de las prácticas de perdón ante las responsabilidades jurídicas de los implicados en crímenes graves esencialmente ante los conflictos armados y las dictaduras (Comisión Internacional de Juristas, 2008, citado en Umaña, 2014, p. 2473). Surge la denominada «lucha contra la impunidad» en donde se pasa de una movilización política que apoya las amnistías de índole delictivas políticas, hacia una que no permite la falta de castigo a aquellos que agreden los derechos humanos, pasando a ser determinado internacionalmente como infracción estatal por no proveer la reparación y la justicia ante la violación de derechos humanos (Organización de Naciones Unidas, 1997, citado en Umaña, 2014, p. 2473) «lo que en el sistema interamericano ha sido entendido como “la falta en su conjunto de investigación, persecución, captura, enjuiciamiento y condena de los responsables de las violaciones de los derechos protegidos por la Convención Americana”» (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2001, citado en Umaña, 2014, p. 2473). La impunidad posee escalonamientos que afectan los estados sociales a niveles: económicos, culturales, sociales, legales y psicológicos (Ventura, 2005, citado en Umaña, 2014, p. 2473): en los estados psicosociales se desarrollan impactos específicos en las víctimas y familiares, así como en la sociedad en general «las omisiones con respecto a las violaciones perpetradas contra las víctimas y sus seres queridos generan, a su vez, una vulneración en su derecho a la integridad psíquica y moral» (Corte IDH, 2007, citado en Umaña, 2014, p. 2473), a niveles sociales se genera todo un impacto a nivel cultural y nacional (CIDH, 1999, citado en Umaña, 2014, p. 2473); a niveles sociales se genera una tensión en torno al miedo del delito y de la ausencia de prevención y represión; los delitos empiezan a cobrar una especie de «vigencia» que son usados como herramientas de control social, lo que genera que las causas sean introvertidas

en la población, a su vez la eliminación de la moral producirá una culpabilidad en las víctimas por lo sucedido, justificando al victimario por sus actos y las violaciones a derechos humanos, normalizándose mediante un miedo generalizado en la población:

Esto, en contextos de violencia política, genera desarticulación de iniciativas asociativas, mengua de libertades básicas de pensamiento, expresión y circulación, desideologización y despolitización de la sociedad, marginación de las víctimas y los sectores a los que pertenecen o representan, aceptación y resignación frente a las condiciones impuestas, y hasta una transmisión generacional de desasosiego y zozobra. [...] en marcos de violencia política las violaciones a los derechos humanos y su impunidad también generan en ciertas personas y sectores una devoción por las ideas, una determinación de lucha por la justicia, una fuerza y movilización decidida y una nueva forma de indignación. (Umaña, 2014, p. 2474)

Camilo Umaña (2014) estaba de acuerdo con el planteamiento donde la práctica de la pena no exigiría impunidad y la práctica de la impunidad no generaría castigo; es así como el Estado posee una serie de obligaciones -a niveles internacionales y nacionales- en cuanto a garantías de derechos humanos la cual entra como al mismo tiempo como responsable, la ilegitimación de los derechos hará al Estado como ente transgresor (p. 2474).

La impunidad en muchos casos proviene de los vacíos o carencias que poseen las leyes para definir conceptos como feminicidio, pues esto genera por parte del Estado la no garantía de seguridad y vida en casos en donde se atenta la integridad de las mujeres (Lagarte, 2006, citado en Bejarano, 2014, p. 28). Surge pues en medio de la falta de un concepto que acoge todos los tipos de violencia que se presentan a las mujeres. Es por ello que en muchos casos la justicia no logra impartir un parte punitivo sobre el o los perpetradores de acciones que solo logran atentar con las mujeres.

2.2.5. Movimiento digital #NiUnaMenos. «¡Somos el grito de las que ya no tienen voz!», lema que posee la página a la marcha de Ni Una Menos (2016) realizada en la República de Perú en 2016, según cifras del mismo medio cada día se denuncian 49 casos por violación sexual, además más de 6 mil denuncias por violencia de pareja o familiar, el movimiento a la marcha surgió en internet donde un grupo de mujeres víctimas de «machismo» decidieron tomarla iniciativa de «apoyar, aconsejar y cuidar de

nuestras hermanas», buscando que dicha página se convirtiera en un medio de escucha en contra de la violencia como golpes, del silencio e incluso a formas como indicaciones del cómo deben de vestir las mujeres.

El surgimiento del movimiento que lucha por los derechos de la mujer en Suramérica ha producido además etiquetas conocidos en el ciber mundo como: #NiUnaMás, #MeToo, #BastaYa, entre otros. Periódicos como El *The New York Times* (2016) registró en su edición virtual las marchas que se ejercieron en la ciudad de Buenos Aires en el conocido «miércoles negro», en el que las mujeres salieron por tercera vez con pancartas con inscripciones que resaltaban los nombres de las víctimas de violencia en la República de Argentina, la organización Ni Una Menos organizó a través de redes sociales lo que sería la tercera manifestación por los derechos de las mujeres, todo esto después de haberse conocido el caso de asesinato y violación de una menor de edad: Lucía Pérez quien murió el 8 de octubre del 2016 a manos de por lo menos dos hombres, Pérez fue una de las 19 víctimas asesinadas a principios de octubre del 2016; la primera manifestación en contra del maltrato hacia la mujer sucedió en junio del 2015; según La Casa del Encuentro entre 2008 y 2015 se produjeron 2094 asesinatos de mujeres por violencia doméstica, es decir una mujer asesinada cada tres horas; las medidas que empezó a tomar el gobierno de Macri [presidente de Argentina en primer mandato desde el 2015 hasta el 2019] antes de que se registraran las manifestaciones sería la incursión de una propuesta en la legislación donde se incluiría una línea telefónica para que las personas denunciaran sin costo alguno sobre abusos, además de mejorar el monitoreo de los abusadores y proporcionar albergues para las víctimas de violencia (Newbery, 2016).

El 19 de octubre de 2016 se realizó un paro nacional en el que por una hora cesaron las actividades y las jornadas laborales, acontecimiento denominado como el Miércoles Negro, hecho que se llevó a cabo en países como la República de Argentina, la República de Perú, los Estados Unidos Mexicanos, la República de Chile, el Estado Plurinacional de Bolivia, entre otros (Rincón, 2017). En 2017 se movilizó la población argentina en medio de protestas que se enfocaron en ir en contra de las fuerzas de seguridad y del poder judicial por la falta de compromiso por parte del estado en el cumplimiento de las leyes sancionatorias por la falta de capacitación por parte de las

personalidades fiscales y por la falta de comisarías que atiendan a las víctimas de intimidación y de la presencia de patrocinio jurídico gratuito para los procesos judiciales (Buscaglia, 2017, párr. 6).

Para el sábado 3 de junio del 2017 se realizó en Buenos Aires otra manifestación en contra de la violencia hacia la mujer; la movilización se acompañó con fotos de mujeres asesinadas, cuerpos con pinturas, banderas, escritos y organizados en grupos; los cuales reclamaban la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, respeto por la diversidad; la conformación de un hecho que reclama en contra del machismo al cual es sometida la mujer a abusos (Buscaglia, 2017); el rechazo generalizado en las marchas en contra de la violencia sexista fue la consigna más eficiente durante la participación; #NiUnaMenos logró que el tema fuera de demanda nacional y de agenda pública, la sociedad argentina ha pasado a ser el ente vigilante y el poder judicial ante las entidades de control para hacer justicia ante casos relacionados con la violencia hacia la mujer: «Hay una fuerza común que se construyó desde la primera marcha y que volvió el dolor individual en un reclamo colectivo» (párr. 4).

‘Ni una menos es un grito colectivo, es meterse donde antes se miraba para otro lado, es revisar las propias prácticas, es empezar a mirarnos de otro modo unos a otras, es un compromiso social para construir un nuevo nunca más’, dice el documento fundacional de #NiUnaMenos, presentado el 3 de junio de 2015 ante una nación conmocionada por tanta violencia. (Buscaglia, 2017, párr. 10)

2.2.5.1. Historia de Ni Una Menos. La poeta Susana Chávez Castillo (1995), quien más tarde en 2011 fuera asesinada, escribió una frase que profecía «Ni una mujer menos, ni una muerta más» (citada en ElComercio.pe, 2018) en forma de reseña ante las altas tasas de feminicidios en la Ciudad de Juárez, en los Estados Unidos Mexicanos, donde se realizarían marchas en contra del asesinato de mujeres que poseían casi los mismos perfiles: «mujeres jóvenes y de escasos recursos» (ElComercio.pe, 2018).

los casos de feminicidio aumentaron en América latina, pero también se hicieron mayores las protestas, la explosión a través de las redes sociales, logró viralizar el lema Ni una menos. El crimen de una muchacha de 14 años en Argentina, fue el salto de la protesta virtual, hacia las calles. Todo cambio se inicia con una voz.

(ElComercio.pe y Bazán, A. (2018). *Día de la Mujer: Ciudad Juárez y el inicio del movimiento Ni Una Menos*. Perú: El Comercio)

La indignación por la muerte de la niña Chiara Paéz impulsó las movilizaciones en las calles por parte de los argentinos:

Chiara Paéz, una adolescente embarazada de tan solo 14 años, era hallada muerta. Su cuerpo había sido enterrado en el patio de la casa de su novio, en Rufino, al sur de Santa Fe. [...] fue víctima de los 286 feminicidios que el país sufrió en el 2015. (Notimerica.com, 2018)

El movimiento se ha extendido a otros países fuera del contexto latinoamericano. La población de países como el Reino de España o la República Italiana han marchado frente a la violencia contra la mujer (Rosso, 2018), o manifestándose con hechos más simbólicos como lo fue la maratón de lectura realizada por escritoras y periodistas en el 2015 en la ciudad de Córdoba, en la República de Argentina; como gesto de repudio ante la muerte de Daiana García (Hoyos, 2015).

2.2.6. Change.org. Desde su conformación la plataforma ha buscado generar cambios sociales por medio de campañas abiertas que sean respaldadas por simpatizantes, quienes pasan a firmar mediante un breve formulario. La organización cuenta con un más de 180 millones de usuarios, convirtiéndola en la mayor plataforma de peticiones del mundo.

Según se indica en la página oficial de Change.org «Casi cada hora, una petición en Change.org logra la victoria» (s.f.) consiguiendo así cerca de 22.385 solicitudes catalogadas como victoriosas en cerca de 196 países. A su vez, la página permite hacer exigencias o solicitudes a los usuarios mediante seis pasos que resumen los procesos de influencia que pueden realizar las propuestas formuladas en la plataforma *web*: iniciar la petición, compartirla, hacer ruido, llegar a los medios de comunicación, reunirse con el destinatario y declarar la victoria de la campaña.

Ben Rattray creó en 2007 un blog que permitía a las personas plasmar sus historias para lograr un cambio en las percepciones de los demás. Rattray, impulsado por el matoneo que sufrió su hermano en el colegio por su orientación sexual, pretendió incentivar el cambio a través de las historias contadas en el sitio *web*. Después de muchos años trabajando en la iniciativa «Change.org identificó su norte y se posicionó

con fuerza como la plataforma gratuita y abierta más grande del mundo para generar transformaciones sociales» (Dinero.com, 2017, párr. 7).

En general, un blog [los inicios de Change.org] es un sitio *web* que tiene actualizaciones de temas constantemente, siendo el autor quien le imprime su estilo de redacción y narración a los contenidos; su principal característica está en su estructura de entradas y novedades publicadas en la parte superior de la página, siendo esta su unidad de publicación, pero en el que el desarrollo propio o posteo de una idea están provistos de enlaces que conectan hacia otros artículos publicados por el o los autores siendo de temáticas internos o externos (Piscitelli, 2005, p. 51).

2.2.6.1. Peticiones. El concepto «petición» tomado desde la Real Academia Española, Real Academia Española, (s.f.) representa la «Acción de pedir. Cláusula u oración con que se pide».

Desde la plataforma Change.org se tiene el concepto clave peticiones como elemento funcional en los usuarios para que expongan su problema y su posible solución. El sistema permite crear un texto y anexar imágenes que permiten exhibir a los demás participantes de Change.org y población externa lo que el usuario demanda mediante la exigencia de la petición. La plataforma ha empleado una variación de este concepto denominado «peticiones promocionadas» que sirven para que los participantes de la plataforma puedan anunciar sus peticiones favoritas «a un gran número de personas que de otra forma podrían no llegar a ellas. [...] las peticiones promocionadas permiten a los usuarios de Change.org pagar para destacar cualquier petición (incluyendo la suya propia) a otros usuarios de la página» (Change.org Inc., s.f.).

Los hechos expuestos referirán su importancia en los elementos semiológicos que se presentes en la petición las cuales harán que la persona que navega por el internet sea intervenida por contenido en el que él mismo analizaría desde las determinantes: sociológicos, psicológicos y económicos. Moragas (2011) expresó que el estudio semiológico aporta los conocimientos necesarios para lograr una adecuada interpretación de los fenómenos desencadenados por la intervención del contenido a niveles de significación (pp. 135-136). Es pues, necesario crear una estructura sólida de significados en los lenguajes multimediales para garantizar el éxito o declive de las

peticiones o las movilizaciones que se desea con las peticiones. En cuanto a los sistemas, estos pasan a entrelazar las diversas semias entre estos mismos, convirtiéndose en una especie de uniones que componen el mero acto de la comunicación. Es por ello que el hecho de abordar las problemáticas desde la plataforma virtual lleva a examinar los elementos semiológicos como propagadores de signos, siendo su campo de estudio todo tipo de sistema de semias o signos -sonora, visual, textual, táctil, entre otras- y de expresión; no consideradas desde el lenguaje sino desde los sistemas de significación; los nuevos medios para la comunicación de masas están en la necesidad de encontrar métodos que permitan lograr un análisis adecuado de sus significaciones, es por ello que la semiología pasa actualmente a responder una necesidad propia de la historia del mundo moderno (Barthes, 1971/1964, citado en Moragas, 2011, p. 136).

La ideología que buscan fundar las peticiones está basada en la influencia hacia la sociedad, como lo explicó Grossberg, Wartella y Whitney (s.f.) la ideología busca descartar y limitar en forma de frontera lo que se es capaz de entender, estas «no son meros sistemas particulares de representación» (citado en Lozano, 2007, p. 162). Al final resulta ser un acto o empeño para que los individuos tengan percepciones estrictas del mundo, según los términos y códigos que han sido establecidos por uno o más personas para que se comporten de una manera deseada o por lo menos con los lineamientos establecidos. Lozano (2007) por su parte se refirió desde un enfoque crítico a los señalamientos que hicieron los teóricos culturistas al abordar los temas de la ideología entre la clase dominante, buscando manipular de cierta forma y por medio de mensajes reproducidos en los medios de comunicación al receptor, advirtiendo un significado preferente a una ideología donde se buscan adoptar actitudes sociales, legitimadas y transmitidas de una visión y unos valores hacia el mundo mediados por los grupos sociales: «los mensajes no tan sólo comunican significados explícitos (manifiestos), sino que también contienen significados latentes» (p. 155).

2.2.6.1.1. Victorias. La página *web* de Change.org cuenta con un concepto que pone a los usuarios en una situación donde se da a entender el alcance de la meta propuesta en las peticiones que se realizan. El concepto es ampliamente usado para expresar que se ha logrado llegar a la meta planteada en las publicaciones. El

diccionario de la Real Academia Española define la palabra como «Superioridad o ventaja que se consigue del contrario, en disputa o lid» (Real Academia Española, s.f.). Es decir, un estado de superioridad que emplea la plataforma de Change.org para dar a saber que la acción conjunta de un líder y una comunidad han logrado superar las falencias que se encuentran en determinadas circunstancias, logrando así una visibilidad e identificación en masa.

Para Change.org la declaración de victoria es un método donde el creador de la petición puede comentar a los seguidores y firmantes de la publicación que lo pedido se ha logrado.

Es pues cuando se logra concretar un cambio en concreto, cuando el objetivo se alcanza, es ahí cuando la campaña debe expresar que ha logrado ser exitosa. Si el usuario creador de la petición necesita expresar una nueva exigencia, deberá hacerlo mediante la creación de una nueva publicación.

Al iniciar sección en la plataforma, el creador de la petición encontrará la opción «Panel de administración», seguido por el botón denominado «Declarar victoria»; cuando este lo crea pertinente de que logró conseguir la victoria deberá escribir brevemente los pasos que hizo para lograr el éxito. Según instancias de la página oficial de Change.org, el administrador de la petición deberá enviar los enlaces donde se haga mención de la publicación en los medios, para que el servicio pase a la instancia de verificación.

El usuario que inició la exigencia obtendrá un cuadro donde se le preguntará:

¿Qué cambios se han producido gracias a tu petición? Tu victoria podría aparecer como destacada en Change.org.

¿Han aparecido noticias sobre esta victoria en medios de comunicación o blogs? Copia y pega los enlaces aquí para ayudar a otras peticiones conseguir victoria también.

¿Cuáles de las cosas siguientes has utilizado para ganar?

- Llamé, me reuní con o mandé un email al destinatario de la petición
- Entregué mi petición al destinatario en persona
- Me comuniqué con los medios de comunicación para pedirles que cubriesen mi petición
- He visto un vídeo que Change.org me envió
- Trabajé con otro creador de petición o usuario de Change.org
- Trabajé con un organizador de campañas de Change.org
- He publicado mi petición en redes sociales (por ej. Facebook o Twitter)
- Ninguna de las anteriores
- Lo que hice no aparece en la lista.

Declarar victoria

Ilustración 2 Declaración de victoria

El sistema recomienda al usuario no declarar victoria con menos de 5 firmas, si no se le notificará a este las formas para que pueda sumar apoyos:

Parece que tu petición no sea lista para declarar una victoria

0	4
RESPUESTAS	FIRMAS

Los creadores de peticiones logran la victoria en el momento en que se cumple el objetivo que estaban buscando, o cuando logran un acuerdo con el destinatario de esa petición. Estas recomendaciones pueden ayudarte a conseguir la victoria.

Difunde tu petición	Incrementa el apoyo a tu campaña
Habla con el destinatario de tu petición	Crea una conversación en las redes sociales

Ilustración 3 Cuadro sugerencias para alcanzar el estado de victoria

Los perfiles que sustentaron la petición con su firma reciben un mensaje de correo electrónico escrito por el creador de la publicación en agradecimiento, además de una actualización publicada en la página de la petición. Change.org sugiere compartir la noticia de victoria en las plataformas de Facebook y Twitter para que los usuarios puedan ver lo sucedido, además, el enviarle tal noticia a los medios de comunicación que siguieron la campaña.

La plataforma como tal recomienda la continuidad con el cambio, aun cuando se ha declarado victoria, y seguir en contacto con los usuarios que firmaron la petición por medio de actualizaciones.

Change.org recomienda después de conseguir victoria:

- Empezar otra petición pidiéndole a otro destinatario pidiendo un cambio similar.
- Animar a tus amigos y familiares para que inicien sus propias peticiones sobre un tema que les importe.
- Ayudar a otros creadores de petición para que ganen sus campañas.

(Change.org, s.f.)

2.2.6.2. Plataformas virtuales. La sociedad a sufrido el paso de ser reconocida como sociedad de la información a ser llamada sociedad del aprendizaje o del conocimiento (Pavón & Casanoca, 2005, p. 26). La llegada de internet a los escenarios mundiales produjo la integración de la información a la *web*, siendo administradas y presentadas mediante enlaces *web*; es por ello que ha surgido un trabajo continuo en el desarrollo de herramientas que faciliten y agilicen la localización de información, entre las nuevas alternativas que se han explorado se encuentra la importancia que está teniendo los asistentes virtuales (Medina, Eisman, & Castro, 2013, p. 41).

Prats (2002) estaba de acuerdo en que la plataforma virtual es:

Un espacio digital (un conjunto de información y de instrumentos tecnológicos de intercambio) no es nada si no va acompañado de un espacio social (una serie de mecanismos de motivación, incentivación y reconocimiento que estimulen a las personas a hacer uso del espacio digital). (citado en Larripa, 2016, p. 18)

Las plataformas digitales están englobadas en la *web 2.0*, un enfoque del internet a lo social y a lo colaborativo/participativo entre usuarios; estas deben poseer: herramientas de distribución en contenido, se le da la capacidad al emisor de poner a servicio, información al receptor por medio de archivos en diferentes formatos; herramientas de seguimiento; herramientas de colaboración síncronas y asíncronas comunicativas, posibilitando la entrada a intercambio de información con instrumentos como los foros; herramientas de asignación de permisos y de administración, dándose por medio de la «autenticación con nombre de usuario y contraseña para usuarios registrados»; herramientas complementarias, el usuario tiene la capacidad de hacer búsquedas de contenido o de foros, entre otros tipos de información presente en la plataforma; e instrumentos de creatividad y de organización (Sánchez, 2005, citado en Larripa, 2016, pp. 20-21). La escritora de pedagogía Begoña Gros (1997) opina que las plataformas digitales son un medio para que los usuarios trabajen «juntos, ayudándose unos a otros, usando una variedad de instrumentos y recursos que permitan el desarrollo de los objetivos, actividades y estrategias para su aprendizaje» (citada en Larripa, 2016, p. 20).

De acuerdo con Sánchez (2005) sus opiniones sobre las plataformas apuntaban a que basaban su importancia en el uso que se le daba a esta, mas no tanto por porla posibilidades que esta posee; se distingue además la importancia que se le da a la capacidad que se desarrolla por el amplio número de funcionalidades que han sido puestas más por las exigencias de los usuarios (p. 19).

La *web social* ha expuesto la *web* como una «plataforma de trabajo», la *web 2.0* ha significado un uso fácil para los individuos quienes se convierten en los creadores de contenido, es decir en sus propios protagonistas (González, 2012, p. 13), «es el escenario en que convergen los usuarios, los servicios, los medios y las herramientas, es un nuevo escenario donde podemos interactuar con los contenidos, donde la clave es participar, conversar e interactuar» (Castaño, Maiz,Palacio, Villarroel, 2008, citado en González, 2012, p. 13).

El uso de herramientas digitales como las redes sociales han permitido elaborar «nuevas formas de poder que amenazan y mueven las bases del poder hegemónico», es decir que el poder como concepto ha sufrido una resemantización a causa de los

hechos sociales ocurridos en espacios conocidos como plataformas digitales (Roveda, 2015, citado en Trillo y Soto, 2018, p. 66). Las plataformas virtuales se han convertido en el lugar de expresión libre sin estar ligados al «poder establecido», como sí lo pueden estar los medios tradicionales, escenario de expresión a través del descontento social y sin fronteras establecidas geográficamente, pues los medios de comunicación funcionan con libre acceso a la información en casi cualquier instancia geográfica; los «discursos alternativos» han realizado movilizaciones de gente, las plataformas virtuales de redes sociales abrieron canales de reunión de ideales «para que actúen en defensa de sus derechos y que, a su vez, desean reivindicar un cambio político y social que mejore su calidad de vida» (Sanabria, 2015). Para Paul Mason, periodista de la BBC, aquellas redes sociales que brindan video y fotos poseen la funcionalidad de «proporcionan un medio para dar evidencia inmediata de las informaciones que se van publicando en las otras redes sociales como Facebook o Twitter. Son las “pruebas” que atestiguan lo que estamos relatando» (Mason, parafraseado en Sanabria, 2015).

2.2.6.2.1. Plataformas de activismo. El autor Francisco Gutiérrez (2012) en su obra *Un Patrón de Diseño para plataformas de software de apoyo a comunidades online* hizo aclaraciones sobre las nociones que se generan en la incursión de las compañías en cuanto a la creación de sitios *web* con funcionalidades sociales; plataformas que permiten la integración de comunidades virtuales y que agrupan a un número indeterminado de personas con mismos intereses, facilitadores de la interacción mutua y que han basado su fundamentación en las guías para la conformación de las plataformas de una forma conductual ante las comunidades; aspectos que han sido ligados a ámbito de las ciencias sociales como: la participación, la privacidad, la gobernabilidad, entre otros (p. i).

Según las teorías en psicología social las motivaciones a participar que sufren los miembros de la comunidad virtual están dadas mediante:

1. Una reciprocidad anticipada, es decir, los participantes activos tendrán a menor lapso una respuesta en su contribución de información o a su inquietud expuesta en la comunidad, que a comparación de los participantes desconocidos no tendrán (Kollok, 1999, citado en Gutiérrez, 2012, p. 6).

2. Un aumento en reconocimiento, es decir, los individuos quieren que sean reconocidas por sus contribuciones. Es así como a mayor número de contribuciones, mejorará progresivamente hasta que alcance un reconocimiento como autor del cambio (Rheingold, 2000, citado en Gutiérrez, 2012, p. 6).

3. Un sentido de eficacia, es decir, la contribución que puede generar un miembro de la comunidad en cuanto a información valiosa. Se tiene en cuenta las contribuciones de alta calidad y regulares (Bandura, citado en Gutiérrez, 2012, p. 6-8).

4. Sentido de comunidad, es decir, generará una percepción al individuo de estabilidad-dependencia, similitud, independencia reconocida, conocimiento de necesidades comunes y compromiso para solucionarlas en y con el otro (Sarason, 1974; parafraseado en Gutiérrez, 2012, p. 8).

- *Ciberactivismo*. El autor Juan Sebastián Fernández (2012) denominó en su artículo *Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida* como la e-protest o protesta electrónica a la acción realizada a través del internet con resultados en temas políticos que no son convencionales. En 1992, el teórico Rucht definió la acción política no-convencional como comportamientos amplios que no son correspondientes a las costumbres o normas definidas en un régimen particular; acciones como las concentraciones, las reivindicaciones, los bloqueos, las campañas, los sabotajes, la desobediencia civil, las marchas, entre otros; que salen predominando en ámbitos de aquellos movimientos sociales nuevos (citado en Fernández, 2012, p. 634). E-protest resulta ser un sinónimo de ciberactivismo o activismo digital (Fuentes, 2007, parafraseado en Fernández, 2012, p. 634).

Por su parte el autor De Ugarte en 2007 señaló la definición desde su perspectiva de lo que refería ciberactivismo tomándolo como estrategia en donde se:

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 difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del 'boca a boca' multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal. (citado en Costa y Piñeiro, 2011, p. 1462)

Schuschny (2009) opinaba que el ciberactivista experimentado usaba las «potencialidades» que ofrece la *web* para lograr una difusión del discurso, otorgando así a los demás de los instrumentos, mecanismos y herramientas inevitables para lograr el recobro del poder que ha sido monopolizado por «las instituciones formales» (citado en Costa y Piñeiro, 2011, p. 1462). En 2005 el teórico Rheindgold se refirió a lo que serían las «multitudes inteligentes» o los «*smart mobs*» que tendrían importancia en lo que denominó la «adhocracia del futuro», pues estas resultan ser inteligencias que están autoorganizadas con cabida para instaurar lo que serían las nuevas maneras de «acción colectiva de carácter descentralizado» (citado en Costa y Piñeiro, 2011, p. 1462).

En el activismo digital contemporáneo, expresado por Evgeny Morozov (2018) en su escrito *El impacto del activismo digital en la política de la post Guerra Fría*, posee problemas en la comprensión de sus efectos múltiples, esto debido a que «la visión de su potencial depende mucho de cómo se interprete [en el caso del artículo:] el final repentino de dicho prolongado conflicto», es por ello que el autor propone generar una pregunta como la relacionada con la Guerra Fría: «¿Qué fue exactamente lo que derribó al muro de Berlín?» (p. 129). Son estos tipos de preguntas las que posibilitan las cuestiones y preguntas sobre los actos sucedidos y transmitidos que consideramos luego en una postura regia o dinámica frente a estas situaciones divulgadas por medios tradicionales, es así como se alimenta instancias en el cual el sujeto se hace preguntas mediante la información que se le ha suministrado.

La masificación de las TIC en contextos como la comunicación política generó la presencia de nuevos términos para definir las nuevas manifestaciones que se estaban dando (Costa & Piñeiro, 2011, p. 1460); tanto es el caso del denominado activista 2.0 delegando un significado hacia aquella persona que manifiesta interés en la participación política activa valiéndose de los instrumentos ofrecidos por las TIC para conseguir dicho objetivo (Caldevilla, 2009, citado en Costa y Piñeiro, 2011, p. 1461). Así y muchas otras palabras que han diversificado los términos a los nuevos actores y actos que están ocurriendo en ambientes poco explorados desde la mirada investigativa.

Las autoras Carmen Costa y Teresa Piñeiro (2011) señalaron en su tesis el acontecimiento de la «ciberturba» ocasionada en el movimiento del 15M en el Reino de España, manifestaciones ocurridas ante los escenarios presentes en la política y en las situaciones sociales por la que pasaban las principales ciudades, caracterizándose por una base alimentada por un colectivo en la *web* que actuaba más específicamente en contextos de redes sociales; junto a esto se recalca la importancia del empoderamiento colectivo ante situaciones o escenarios desalentadores con elementos relacionados a la política y/o sociales, presentándose como «esperanza de cambio democrático»; el medio digital en este caso presentó un incremento prolongado y a corto tiempo en la aglutinación de personas auto organizadas y gestionadas «a través del medio digital» (p. 1463); las autoras enfatizaron la importancia de herramientas como la «comunicación instantánea» o las propuestas o comentarios en plataformas como Twitter y Facebook que constituyeron la base comunicativa del movimiento (p. 1464), logrando así en «apenas cinco días después de su arranque, el movimiento había conseguido 200.000 seguidores en Facebook y más de 500 tweets a la hora en las horas centrales del día» (La Vanguardia, s.f., citado en Costa y Piñeiro, 2011, p. 1465). De Ugarte (2007) dijo que los movimientos, con apoyo del internet, como «la culminación en la calle de un proceso de interacción social llevado a cabo en el medio digital [que] supone la ruptura de fronteras marcadas entre ambos espacios y, con ésta, la división establecida entre ciberactivistas y movilizado», y que además denominó al fenómeno «ciberturbas» en el que no hay entre estas «un “organizador”, un “grupo dinamizador” responsable y estable» (citado en Costa y Piñeiro, 2011) y en que la misma plataforma digital desarrolla el ciberactivismo sin jerarquizaciones y con la presencia de «un orden espontáneo, que lucha por hacerse ver tanto online como offline» (p. 1465).

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto aborda el estudio de las interacciones comunicativas bajo el paradigma investigativo histórico-hermenéutico, denominándose desde la Escuela de Frankfurt (citado en Ramírez, Arcila, Buriticá, y Castrillón, 2004), por cuanto se reconstruye desde la hermenéutica los hechos, situaciones, momentos y acciones; se trata de darles una interpretación, de comprenderlos, de darles el sentido que tienen para el grupo que está comprometido con esa praxis social. Pero esa comprensión tiene mayor sentido cuando se realiza con el acompañamiento de la historia pues en la tarea de reconstruir hechos, textos, versiones, visiones, interpretaciones lo que se logra es reconstruir un “todo-con-sentido”. (Ramírez, Arcila, Buriticá, & Castrillón, 2004)

Los aspectos fundamentales que presenta la disciplina anteriormente mencionada están dados en: «1. El trabajo con la historia como eje. 2. Se hace énfasis en el aspecto hermenéutico pues la idea que predomina es la de interpretar la situación». Tomando lo anterior como precedente para la investigación *Comunidades virtuales generadoras de interacciones comunicativas en plataformas digitales. Caso: publicaciones de Change.org en Twitter con el #NiUnaMenos*, se señala la relación en concreto entre el estudio y el paradigma por la importancia que estas les dan a tres elementos principales como lo son: «el lenguaje, la comunicación y la interacción social» pues a estas el paradigma histórico-hermenéutico recurre para tratar de «reconstruir las circunstancias históricas, de reconstruir las partes, los momentos y luego armar la totalidad de manera integrada» (Ramírez, Arcila, Buriticá, & Castrillón, 2004, p. 121).

Para generar debidamente la dirección del estudio se optó abordarse desde el enfoque metodológico cualitativo que se cuenta como objetivo el «obtener una visión holística y completa, empleando un abanico amplio y flexible de elementos: datos, documentos, grabaciones, observaciones, entrevistas, historia de casos, incluso [utilizando] datos cuantitativos» (Ramírez, Arcila, Buriticá, & Castrillón, 2004, p. 62); caracterizándose por la «conceptualización de lo social como una realidad construida que se rige por leyes sociales (Mooney y Singer, 1988, citado en Bonilla y Rodríguez,

2013) [...] lo cualitativo hace posible indagar por qué lo social toma forma» (Bonilla-Castro & Rodríguez, 2013, pp. 69-70).

La correlación existente entre la investigación y el enfoque están mediados por las «aproximación global de las situaciones sociales para explicarlas, describirlas y comprenderlas de manera inductiva» (Bonilla, 1989, citada en Bonilla y Rodríguez, 2013, p. 70) por medio de un análisis a las interacciones comunicativas presentes en las publicaciones en casos de violencia contra la mujer en Twitter, bajo los perfiles oficiales de Change.org y el #NiUnaMenos; es por ello que resulta relevante conocer el postulado en que se presenta:

Hoy en día no se puede pensar que no hay una interacción entre el sujeto y el objeto de conocimiento. Si algo moviliza a la ciencia es ese interactuar entre el objeto y el sujeto y esa dinámica de los procesos es lo que genera los temas y los problemas de la misma ciencia. De aquí que [...] [el] enfoque cualitativo busque interrogarse por la realidad social humana y busca construirla conceptualmente, guiada siempre por un interés teórico y una postura epistemológica. (Ramírez, Arcila, Buriticá, & Castrillón, 2004, p. 53)

Para el tipo de investigación se emplea el denominado estudio de caso el cual «mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado» (Yin, 1989, citado en citado en Martínez, 2006), abierta a la recolección de datos por medio de «documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos» (Chetty, 1996, citado en Martínez, 2006, p. 167). El autor Yin (1989) proponía abordar las investigaciones con el estudio de caso cuando el investigador «Examina o indaga sobre un fenómeno contemporáneo en su entorno real» o en el cual «Se utilizan múltiples fuentes de datos»; esta misma está contemplada como «aquella que puede -y suele- recurrir a diseños metodológicos que combinan procedimientos cuantitativos y cualitativos» (Yin, 1994, Meyer, 2001, citados en Vasilachis, et al., 2006) «enfaticando la preeminencia de los últimos, y que tiene por objetivo la construcción de teoría de diferente alcance y nivel, para interpretar y explicar la vida y organización social» (Eisenhardt, 1989, Dooley, 2002, citados en Vasilachis, et al., 2006, p. 223). Yin (1994) definía el estudio de caso como la «estrategia de investigación destinada a responder ciertos tipos de

interrogantes que ponen su énfasis en el «¿Qué? ¿Cómo? y ¿Por qué?» (Díaz, Mendoza, & Porras, 2011, p. 5).

En definitiva, como lo expuso Yin, se concibe este tipo de estudio como «[...] una estrategia de investigación que comprende todos los métodos con la lógica de la incorporación en el diseño de aproximaciones específicas para la recolección de datos y el análisis de éstos» (Arzaluz, 2005 citado en Díaz, Mendoza y Porras, 2011, p. 5).

Así es como el estudio del fenómeno publicaciones de Change.org en Twitter con el #NiUnaMenos que están bajo la modalidad temática de violencia contra la mujer, enfocada hacia las comunidades virtuales generadoras de interacciones comunicativas en plataformas digitales se vislumbra desde el análisis -o estudio- de caso donde se permite tomar la investigación cualitativa como técnica en el que se «puede construir explicaciones que vinculan fenómenos y procesos en términos causales, referidos a un determinado contexto y expresados en términos narrativos» (Vasilachis, et al., 2006, p. 222); y por el cual se abordarán los objetivos como búsqueda de análisis ante las interacciones comunicativas que se deben abordar desde la «finalidad descriptiva y explicativa» (Yus, 1994, citado en Díaz, Mendoza y Porras, 2011, p. 5) de las unidades de investigación, las cuales están enmarcadas desde los tuits y expuestas mediante las herramientas de soporte que ofrece el sitio de microblogging Twitter.com; será en estas a enfatizar de forma descriptiva el uso que se da por parte de los usuarios mediados por toda una composición desde las mismas publicaciones.

3.2 DELIMITACIÓN

La investigación aborda el fenómeno de las interacciones comunicativas presentes en los tuits publicados por las 4 cuentas en español de Change.org, una organización que publica en el sitio de microblogging las peticiones creadas en «La mayor plataforma de peticiones del mundo» (Change.org, s.f.).

Cada tuit posee la posibilidad que los usuarios interactúen a través de los botones *reply* o comentario, *like* o me gusta, retuit, retuit con comentario -el cual no se tendrá en cuenta para la investigación pues este solo se «compartirá con todos tus seguidores como un Retweet con comentario» (Twitter.com, s.f.), es decir que no quedará registrado en la publicación originaria del tuit-, mensaje directo -tampoco se tendrá en

cuenta para la investigación por la privación en la cual se genera este tipo de interacción-, hilo, uso de *hashtag*; y en la cual cada tuit se compondrá de una información textual de un límite máximo de 280 caracteres, en el que además se podrá anexar imágenes, video e incluso inserción de enlaces a páginas externas.

Los tuits a analizar son los arrojados por la herramienta de búsqueda avanzada que ofrece el sitio de microblogging: www.twitter.com/search-advanced?lang=es a través de una serie de filtros o criterios de búsqueda que facilitan la identificación de las publicaciones a analizar.

3.2.1 Objeto de investigación. La premisa a analizar está constituida en las expresiones creadas por los ciber usuarios mediante las interacciones comunicativas producidas en los 80 tuits generados en las 4 cuentas de Change.org en Latinoamérica del sitio de microblogging Twitter.com, a través del periodo estipulado en la delimitación; las publicaciones fueron arrojadas por la herramienta de búsqueda avanzada ofrecida desde el mismo sitios *web* de microblogging, en el cual se buscarán establecer cuáles son las interacciones que se están generando en los tuits que trabajan el tema de violencia contra la mujer, estos están enmarcados en acciones como: comentario, retuit, retuit con comentario, me gusta, mensaje directo, hilo, menciones, uso de etiquetas -o *hashtag*-, enlaces e imágenes.

3.2.2 Tiempo y escenario. La premisa de tiempo y escenario constituye la importancia en la investigación de establecer momentos que se invertirán en el estudio del fenómeno a investigar por medio del análisis a generar. El tiempo estipulado para el proyecto está dividido en dos partes, las parciales y la completa; se tiene como punto de inicio el segundo semestre del 2017 cuando se planteó el tema a analizar por medio de las clases destinadas a la finalidad de establecer los fenómenos, proyectos o problemas a analizar, para la implementación del diseño metodológico y ejecución del trabajo de campo se tuvo estipulado realizarlo en el transcurso del primer semestre del 2019, después de finalizarse el marco referente conceptual y haberse establecido el diseño metodológico hasta el 18 de abril del año anteriormente mencionado, se pasó a ejecutarse y ponerse a prueba los instrumentos de investigación en los objetos de investigación hasta el 9 de mayo del mismo año. La investigación culminará en el primer semestre del 2020, con los resultados, análisis y productos pertinentes.

El escenario de ejecución del estudio es la plataforma de Twitter, siendo más específicamente un «microblogging», en el cual se le brinda servicios a los usuarios donde estos «comparten información, comentan noticias y mantiene conversaciones», es decir:

Un servicio web que permite la publicación de mensajes cortos, simulando a los mensajes enviados a través de los móviles, limitados a alrededor de 140 caracteres [aunque Twitter permite actualmente generar hasta 280 caracteres]. En estos mensajes es posible agregar enlaces con referencia a imágenes, videos y otras webs. Este servicio también es conocido como nanoblogging. (Azorín, 2012, p. 11)

El surgimiento del microblogging se dio por medio del traslado del «formato SMS de los teléfonos móviles a internet, pero basándose en el intercambio de información a través de mensajes cortos desde diferentes plataformas, sin limitarlo solo a los ordenadores personales para extenderlo a dispositivos móviles» (Azorín, 2012); de ahí que la «popularidad del microblogging es debida a la combinación de ligereza del blogging y la capacidad de compartir información en la red social» (Java, Song, Finin y Tseng, 2007, citados en Azorín, 2012, p. 11).

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis de los procesos de interacción comunicativa dados en entornos digitales, en este caso presentado en los tuits, se aborda desde el diseño no experimental. No se manipulan «deliberadamente variables», se hace referencia a un tipo de estudio «en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables» (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 152); es decir, desde la investigación no se intervendrán, ni manipularán variables, lo que sí pasa en los diseños de investigación experimental.

Desde el tipo de diseño de investigación, se aborda el no experimental desde una clasificación de tipo transversal en el cual se recolectarán «datos en un solo momento, en un tiempo único» (Liu, 2008 y Tucker, 2004, citados en Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 154), siendo el principal objetivo «describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado» (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 154); el estudio está enmarcado en un periodo definido desde el 2 de junio de

2015 al 8 de marzo del 2019; un lapso en el que la investigación no estuvo presente en la evolución del fenómeno que se va a investigar, ya que las interacciones comunicativas seguirán desarrollándose a través del tiempo por medio de las publicaciones en contra de la violencia contra la mujer que se encuentran delimitadas con el #NiUnaMenos en las cuentas de Twitter en español de la organización Change.org. Desde el diseño metodológico se trabajó bajo las etapas respectivas:

Surgimiento idea:

- selección temática a abordar en la investigación,
- definición objeto o fenómeno a estudiar,
- revisión escritos anteriores.

Delimitación fenómeno:

- planeación problema a investigar,
- establecimiento de los objetivos a lograr en la investigación.

Aborde teórico:

- determinación variables y teóricos funcionales,
- precisión teórica.

Incursión lugar de investigación:

- recolección de información,
- contraste teórico y fenómeno observado,
- análisis variables emergentes,
- análisis recolección de información.

Sistematización:

- organización información analizada,
- contraste de lo hallado con los objetivos,
- presentación resultados.

3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Desde la investigación se maneja la técnica de recolección de información que mejor se acopla al estudio del fenómeno a investigar: las *interacciones comunicativas generadas a través de las publicaciones relacionadas con los casos de violencia contra la mujer en las cuentas oficiales de Twitter de la organización Change.org bajo el #NiUnaMenos*. Es por ello que se consideró pertinente trabajar el primer objetivo

«Identificar los contenidos relacionados con los casos de violencia contra la mujer que se encuentran bajo el #NiUnaMenos» y el segundo objetivo «Caracterizar las interacciones comunicativas de las publicaciones en la plataforma digital de Twitter» bajo la técnica que muchos teóricos e instituciones han denominado observación no participante (VIU, 2018)(VIU, 2018, párr. 1), observación (Corbetta, 2007, citado en Rojo, Ramírez, Picasso, Moreira, Mascheroni, Bertoni, Alesina, 2011, p. 88), totalmente observador (Galeano, 2004, p. 45) u observador completo (Angrosino, 2012, p. 80). La técnica de observación no participante permite «la recopilación de datos sobre el comportamiento no verbal» (Corbetta, 2007, citado en Rojo, et al., 2011, p. 88), y «llevar a cabo el estudio de la materia u objeto estudiado sin participar con él» según lo destacado por la Universidad Internacional de Valencia (VIU, 2018, párr. 1), dicha recolección de información se maneja desde el rol técnico de totalmente observador en la cual «se tiene ningún contacto con los actores sociales [...] la observación ocurre de una forma unidireccional» (Galeano, 2004, p. 45), el investigador «se mantiene lo más distante posible del entorno que se estudia» (Angrosino, 2012, p. 80); la escogencia pertinente de la técnica está dada por el entorno en que se manifiestan las publicaciones, el cual es un entorno totalmente atemporal y donde no se cuenta con una mediación digital para acceder a los contenidos de estudio. El tercer objetivo el cual es «Contrastar los elementos de contenido que estimulan mayores interacciones», no será abordado desde las técnicas de recolección de información puesto que este mismo se desencadena mediante los objetivos específicos del primer y segundo a través de la selección de información.

La derivación de la técnica que se emplea está basada desde la observación indirecta abordada desde el «el estudio del objeto a investigar [...] a partir de documentación relacionada con dicho objeto, ya sean documentos gráficos, literarios, fotografías, trabajos de investigación anteriores, o cualquier otro tipo de documentación relacionada con el objeto investigado en cuestión» (VIU, 2018, párr. 2); según Yolanda Gallardo y Adonay Moreno (1999) la observación indirecta no puede limitar el estudio a lo que el entorno le ofrece visualmente, sino que se ocupará de cosas que no pueden ser observadas directamente, bien por problemas especiales –no se puede acceder–, bien por problemas temporales –acontecimientos que pueden apreciarse con la

concentración o dilatación del tiempo—, lugares inaccesibles para la visión humana, o por tratarse de una conexión con otras tecnologías —telescopios, microscopios—, o de acceso difícil, costoso o peligroso. (p. 117)

Su relación con los objetivos específicos se da a través de la observación del objeto de estudio por medio de una digitalización de la información presentada, el investigador no podrá intervenirlas, mediarlas o alterarlas; se descartan otros tipos de técnicas por no configurarse la investigación en un contacto con el creador y generador de las publicaciones hechas en el sitio de microblogging de Twitter.

Como lo expresó el teórico Ricardo R. Contreras (2004) «La naturaleza de los hechos a investigar exige el desarrollo de instrumentos, que como prolongación de los sentidos, permiten al investigador indagar y precisar en detalle los hechos» (p. 46); en la escogencia del instrumento de análisis se tuvo presente las condiciones que demandaron los objetivos de la investigación, es por esto que se decidió escoger la ficha de análisis el cual comprende «El procedimiento para la recolección de información» (Gallardo & Moreno, 1999, p. 56); debido a que permite la identificación de los elementos que componen las interacciones y a su vez las publicaciones, como también «el registro e identificación de las fuentes de información, así como el acopio de datos o evidencias» (Robledo, s. f., p. 1); además de poder albergar información y evidencias que se generan bajo los mensajes que se han emitido con el #NiUnaMenos.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

La información recolectada mediante el trabajo de campo es manejada por medio de técnicas que son de amplia ayuda para el análisis de lo encontrado; entre estas se emplearon matrices, por la cual se buscara hallar bivariaciones en la información encontrada, asimismo contradicciones y/o convergencias, lectura cruzada, multivariaciones, patrones repetidos, recurrencias en la información, triangulación, univariabilidad. y entre otros elementos que ayuden a la concreción pertinente de lo que conformará una aplicabilidad teórica a la práctica.

La verificación de los datos es gestionada por medio del método de triangulación entre el marco de referente conceptual, abarcando así lo que son las variables establecidas y las denominadas variables emergentes en el proceso de inmersión al

campo de trabajo investigativo; igualmente se aplica un cruce entre los análisis arrojados a través de la observación al objeto de estudio.

3.6 PARTICIPANTES

Las interacciones a analizar están ligadas a las publicaciones ofrecidas desde la plataforma de microblogging www.twitter.com, entorno a cuatro diferentes cuentas de la organización Change.org en español, de las cuales solo la cuenta @Change_Mex cuenta hasta el momento de investigación con el estatus de verificación; los perfiles para la investigación fueron elegidos por tratar temas en relación a la violencia contra la mujer y que se han visto inmersos en el uso de #NiUnaMenos; dichas cuentas son debidamente escogidas por la sección *People* o Personas arrojada por la misma plataforma.

Los perfiles y el número de tuits son: @Change_Mex con 5 publicaciones, @ChangeorgCO con 29 publicaciones, @ChangeorgAR con 27 publicaciones y @ChangeorgLatino con 19 publicaciones; es decir: 4 cuentas con 80 tuits. El total de los tuits fueron arrojados por la herramienta: www.twitter.com/search-advanced?lang=es, también denominada como búsqueda avanzada. Entre los criterios de exploración que aporta la herramienta están búsqueda por palabras compuesta como: todas estas palabras, esta frase exacta, cualquiera de estas palabras, ninguna de estas palabras, estos *#hashtag* y escrito en -idioma en que fue se hizo la publicación-; búsqueda por personas compuesta por: desde estas cuentas, para estas cuentas y mencionando estas cuentas; búsqueda por lugares compuesta por: cerca de este lugar; y búsqueda por fechas compuesta por: de esta fecha. Los criterios de selección de tuits fueron aplicados con la búsqueda de cuenta y de *hashtag*.

Se tuvo en cuenta los mensajes emitidos desde el 2 de junio de 2015, día en que se registró la primera publicación de tuit en la cuenta Change.org en español bajo el #NiUnaMenos; hasta el 8 de marzo del 2019, fecha en que se conmemoró el Día Internacional de la Mujer.

Los enlaces arrojados por la herramienta de Twitter aplicada en las cuentas fueron:

* Cuenta: @Change_Mex. Enlace:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChange_Mex&src=typd&lang=es

* Cuenta: @ChangeorgCO. Enlace:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChangeorgCO&src=typd&lang=es

* Cuenta: @ChangeorgAR. Enlace:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChangeorgAR&src=typd&lang=es

* Cuenta: @ChangeorgLatino. Enlace:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChangeorgLatino&src=typd&lang=es

3.7. PLAN DE TRABAJO

Semestres del año	Primer semestre del 2019						Segundo semestre del 2019						Primer semestre del 2020					
Semestres cursados	Octavo semestre						Noveno semestre						Décimo semestre					
Meses (expresados en números)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
Actividades																		
Revisión, trabajo investigativo:		X																
Focalización del objeto a estudiar:		X																
Ajustes necesarios para la consolidación de la		X																

Materiales	Papelería	Recursos propios	Total fotocopias: \$0				\$24.000
	Lapiceros	Recursos propios	Lapicero negro, unidad: \$1.000				\$6.000
	Cuadernos	Recursos propios	Cuaderno 1 materia, por unidad: \$2.500				\$26.900
Equipos	Costo electricidad	Recursos propios	\$64.500	64.500	\$62.012	\$62.000	\$1.524.742
	Costo internet	Recursos propios	\$97.138	\$97.000	\$97.562	\$95.050	\$2.121.070
Transporte	Transporte público	Recursos propios	\$11.500	\$11.500	\$11.500	\$11.500	\$691.000
Otros	Refrigerio	Recursos propios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$480.000
Total gastos acumulados en semestres expuestos anteriormente:							\$7.643.100

Tabla 6 Presupuestos y costo total de la investigación

4. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para observar debidamente el proceso de sistematización, remitir al anexo en .xlsx en el cual se recolectó la información del trabajo de campo. A continuación, se presentan partes de lo que se encontrará en el archivo anexo:

4.1 TABULACIÓN DE DATOS Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA EL ANÁLISIS

Proceso seguido de haber organizado en celdas el contenido arrojado en el trabajo de campo, se plasmaron en gráficas las variables de la investigación y la información numérica obtenida con los instrumentos de recolección de información. La tabulación de datos y la organización de la información para el análisis también se podrá visualizar en el documento anexo en formato .xlsx en el cual se podrá encontrar el trabajo de campo.

- **Objetivo 1.**

Objetos de observación			Categorías y descripción de observación												
Perfil virtual	Número de tuit	Inserción del tuit	Mediática	Psicológica	Sexual	Patrimonial-económica	Simbólica	Acoso y hostigamiento	Doméstica	Laboral	Obstétrica	Institucional	Feminicidio	Física	Se sale de las tipologías a aplicar
Total tuits:	80	Total tuits enmarcados en tipologías:	1	0	4	0	2	1	2	2	0	4	25	25	45

Tipologías	Porcentajes	
Se sale de las tipologías a aplicar.	45	40,54%
Feminicidio.	25	22,52%
Física.	25	22,52%
Sexual.	4	3,60%
Institucional.	4	3,60%
Simbólica.	2	1,80%
Doméstica.	2	1,80%
Laboral.	2	1,80%
Mediática.	1	0,90%
Acoso y hostigamiento.	1	0,90%
Psicológica.	0	0%
Patrimonial-económica.	0	0%
Obstétrica.	0	0%
Total:	111	100%

Tabla F.01.1. Tipologías de violencia contra la mujer, presentada cuantitativa

Notas: se aclara que las publicaciones seleccionadas son 80, pero debido a que algunos tuits cumplen más de una tipología, se trabajó bajo el total de 111, que es el resultado de la totalidad tipológica encontrada.

Graficación:

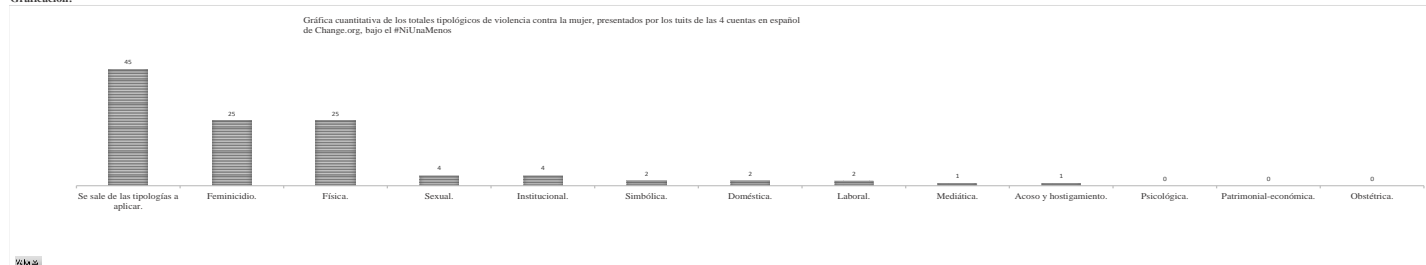


Gráfico F.01.1. Total de 111 tipologías de violencia contra la mujer, presentados en 80 tuits.

Ilustración 7 Tabulación objetivo 1

Objetivo 2.

Tabulación y graficación:

Total tuits	80	Número de seguidores
Total interacciones cuenta @Change_Mex	144	94.7 mil seguidores
Total interacciones cuenta @ChangeorgCO	406	41.4 mil seguidores
Total interacciones cuenta @ChangeorgAR	677	59.9 mil seguidores
Total interacciones cuenta @ChangeorgLatino	37	21.1 mil seguidores
Total interacciones registradas en las 4 cuentas:	1154	

Total me gusta	Total comentarios
537	34

Total retuits	Total interacciones registradas	Total hilos
733	1154	1

Total tuits en general	Total menciones	Total respuestas
0	4	30

Tabla F.02.1. Total de interacciones presentado en general y por individual en las cuatro (4) cuentas: @Change_Mex, @ChangeorgCO, @ChangeorgAR, @ChangeorgLatino.

Valores	Porcentajes
Tuits en general	0%
Reply o comentario	3%
Retuit	54%
Total	59%

Tabla F.02.2. Total de interacciones presentado porcentualmente en general y por individual en las cuatro (4) cuentas: @Change_Mex, @ChangeorgCO, @ChangeorgAR, @ChangeorgLatino.

Valores	Porcentajes
Tuits en general	0%
Reply o comentario	3%
Retuit	54%
Total	59%



Gráfico F.02.1. Se expone porcentualmente los tipos de interacciones

Tabla F.02.3. Total categorías de las interacciones presentadas por comentario, en general y porcentualmente en los 80 publicaciones.

Valores	Porcentajes
Hilo	2%
Tuit en general	0%
Mención	11%
Respuesta	86%
Total	100%

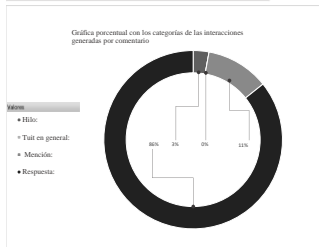


Gráfico F.02.2. Se expone porcentualmente, las categorías de las interacciones generadas por comentario.

Ilustración 8 Tabulación objetivo 2

Objetivo 3.

Total de tuits que usaron hashtags en su textualidad	Total de tuits que usaron enlaces	Total de tuits que usaron videos	Total de tuits que usaron menciones
15	15	0	6
Total de tuits que usaron hashtags en sus imágenes			
3			

Total de tuits que usaron imágenes	Total de tuits que usaron documento de audio	Total de tuits que usaron gráficos interactivos	Total de tuits que usaron el S. O. Android para hacer sus publicaciones	Total de tuits que usaron el S. O. IOS para hacer sus publicaciones	Total de tuits que usaron el Twitter web client para hacer sus publicaciones	Total de tuits que usaron un cliente externo para hacer sus publicaciones
13	0	0	0	0	11	4

Tuits que aplicaron la redacción suelta	Tuits que evidenciaron comparación	Tuits que evidenciaron uso de verbos directos	Tuits que evitan el uso de expresiones negativas	Tuits que jerarquizaron la información	Tuits que evidenciaron el uso de hechas en vez de discursos necesarios	Tuits que evidenciaron subtítulos	Tuits que usaron palabras significativas desde la publicación textual	Tuits que usaron las listas de información	Tuits que usaron enlaces a páginas externas	Tuits que usaron botones en vez de textos	Tuits que evitan el uso de abreviaciones, siglas o jerga técnica	
15	12	10	15	1	10	4	20	2	15	0	11	
							Tuits que usaron palabras significativas desde la imagen					
							3					

Tabulación y graficación:

Múltiples formatos de redacción para sitios digitales	Sucinto:	15
	Comprensión:	12
	Verbos directos:	10
	Evitar expresiones negativas:	14
	Jerarquización informática:	1
	Hechos en vez de discursos:	10
	Subtítulos destacados:	4
	Palabras significativas en el texto:	10
	Palabras significativas en la imagen:	3
	Listas:	2
	Enlaces a otras páginas:	15
	Botones en vez de textos:	0
	Sin abreviaciones y jerga técnica:	11

Tabla F_O3. 1. Datos obtenidos de los múltiples formatos de redacción propuesto por Camus (2009), para sitios digitales.

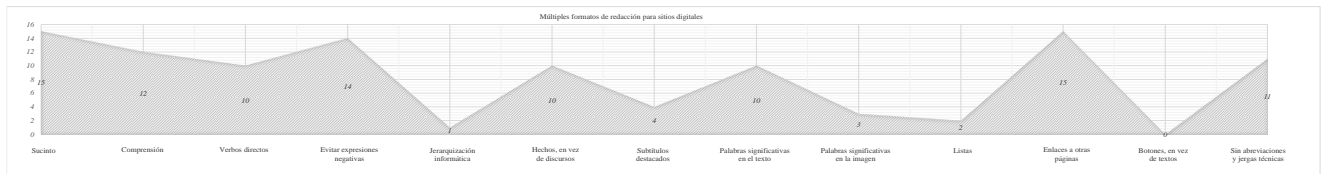


Gráfico F_O3.1. Se exponen los datos con los múltiples formatos de redacción propuesta por Camus (2009), presentado en los 80 bits.

Características y descripción de contenido	Hashtags en el texto:	15	
	Hashtags en la imagen:	3	
	Enlace:	15	
	Video:	0	
	Menciones:	6	
	Información textual:	15	
	Imagen:	13	
	Documentos de audio:	0	
	Gráficos interactivos:	0	
	Smartphones	Android:	0
		Iphone:	0
	Twitter web client:	11	
	Cliente externo:	4	

Tabla F_O3. 2. Datos obtenidos con las características y descripciones de contenido.

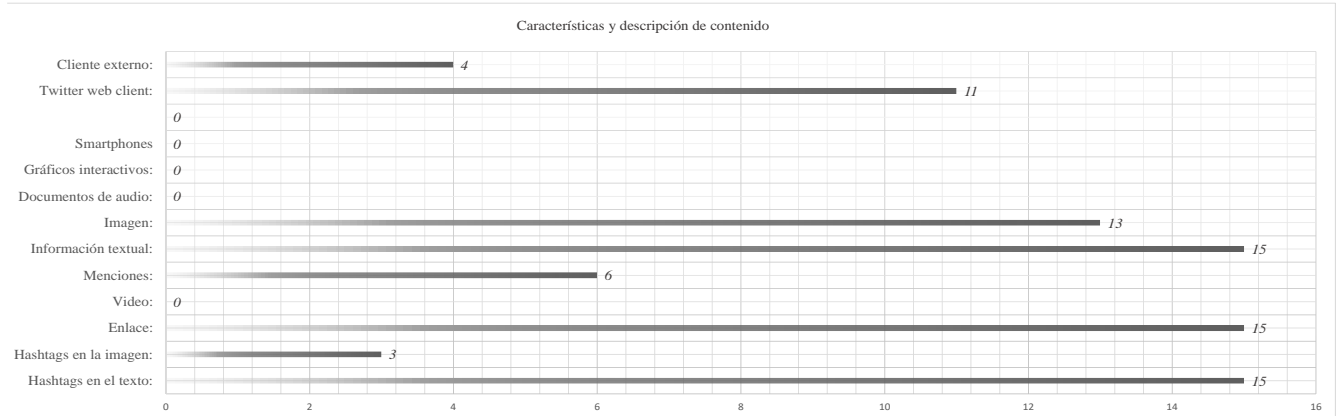


Gráfico F_O3. 2. Se exponen los datos obtenidos con las características y descripciones de contenido.

Bifurcación	Alcanzaron ponderación alta, en cuanto a interacciones	Alcanzaron ponderación baja, en cuanto a interacciones
Abreviaciones o jergas		
Sí usó:	5	6
No usó:	3	1
Listas		
Sí usó:	0	2
No usó:	13	0
Palabras significativas		
Sí usó:	6	6
No usó:	1	2
Subtítulos		
Sí usó:	2	2
No usó:	6	5
Hechos, en vez de discursos		
Sí usó:	5	5
No usó:	2	3
Jerarquización		
Sí usó:	1	0
No usó:	7	7
Expresiones negativas		
Sí usó:	0	0
No usó:	8	7
Verbos directos		
Sí usó:	6	4
No usó:	2	3
Comprensión		
Sí aplicó:	7	5
No aplicó:	1	2
Imagen		
Sí usó:	8	5
No usó:	0	2
Texto, con contexto		
Sí usó:	7	2
No usó:	1	5
Texto que acompaña la imagen		
Sí usó:	7	4
No usó:	0	4
Menciones		
Sí usó:	5	1
No usó:	3	6

Tabla F_O3. 3. Datos obtenidos de ponderaciones altas y bajas, presentado en las interacciones.

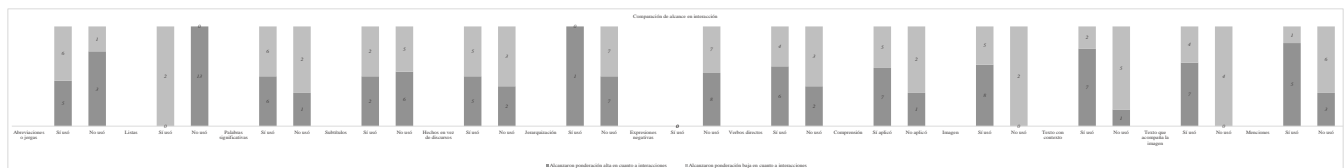


Gráfico F_O3. 3. Datos obtenidos de las ponderaciones altas y bajas generadas en las interacciones.

5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los procesos de sistematización, tabulación y organización de los datos arrojados en el trabajo de campo; han permitido concretar un panorama que se planteó en la pregunta problematizadora. De acuerdo con los hallazgos del primer y segundo objetivo respectivamente: «Identificar los contenidos relacionados con los casos de violencia contra mujer que se encuentran bajo el #NiUnaMenos» y «Caracterizar las interacciones comunicativas de las publicaciones en la plataforma digital de Twitter» se encontró, mediante la obtención de información por instrumento de recolección de información, con las fichas F_O1 y F_O2, cuatro instancias:

- **Primero.** Los tuits que fueron sometidos a la recolección de la información, mediante F_O1, tuvieron de primera instancia el uso del #NiUnaMenos, tal y como se estableció en el primer objetivo «Identificar los contenidos relacionados con los casos de violencia contra mujer que se encuentran bajo el #NiUnaMenos», en el periodo comprendido del 2 de junio de 2015 al 8 de marzo del 2019; alcanzándose a recolectar un total de 80 tuits.

El total de tuits que se enmarcan en la categorización de violencia contra la mujer propuestas desde la página web [www. MarchaNiUnaMenos.com](http://www.MarchaNiUnaMenos.com) (2016) y el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina, fue de 35. Dejándose por fuera el restante 45 de publicaciones que no cuentan con algún elemento que las identifique con lo propuesto en el primer objetivo.

Una de las preponderancias que se halló mediante el trabajo de campo, fue la categorización de tuit individuales ubicadas en varias tipologías. Es por ello que aunque el total de tuits enmarcados en la tipologías fue de 35, se registraron solo 66 aplicaciones. Esto se debe a que conceptos como feminicidio, incluyen otros tipos de abuso, tales como los verbales y físicos, por la cual se puede producir la muerte de la persona (Caputi & Russell, 1992, citadas en Segato, 2006, p. 3).

Los casos en los que se registra el concepto feminicidio explícita o implícitamente, fueron de 25, al igual que la física; en la sexual, se encontraron 4; institucional, 4; simbólica, 2; doméstica, 2; laboral, 2; mediática, 1; acoso y hostigamiento, 1; el resto de tipologías como la psicológica, patrimonial-económica y obstétrica, no presentaron alguna tipología.

- **Segundo.** Partiendo de las interacciones generadas en Twitter, se señala la poca acción de los espectadores en las publicaciones. Se percibe la libertad del usuario en el contenido a través de la textualidad que se publica en los comentarios como respuesta a tuits, se genera una caracterización de las interacciones comunicativas de las publicaciones en la plataforma de microblogging. Es así como se presentó un acto desde el botón «retuit», conformando 733 interacciones de este tipo, es decir el 54% del total de dichas acciones en las publicaciones. Dejando de lado cerca del 43%, un total de 587 reacciones desde lo que conforma el botón «*like* o me gusta»; cerca a la mitad del total completo de lo porcentualmente presentado. El resto del porcentaje fue relegado a «*reply* o comentario», es decir 34 interacciones con la publicación, o lo que sería el 3% restante de la totalidad porcentual, como lo menciona Camus (2009), este tipo de elementos se convierten en la «etapa» con mayor interacción por tratarse de un tema de producción de contenidos, además por poseerse una «personalidad virtual» (p. 26), pero lo alcanzado a registrar, demuestra que se convierte en el elemento menos usado, a comparación de otros valores como el «*like* o me gusta» o el «retuit». Lo que sí resalta, es el uso de «comentarios informales», como «discurso [...] escrito en el que se exponen opiniones, puntos de vista o críticas, acerca de un determinado tema», en la que se «tiende a ser, por lo general, coloquial: se [sic.] utiliza un lenguaje sencillo, claro, vivo, penetrante y variado», es así como «son las emisiones [...] espontáneas que obedecen al interés psicológico del hablante quien conduce sus opiniones, adecuándolas al contexto y a la situación comunicativa, al improvisar e incorporar nuevos datos» (UAM Azcapotzalco, p. 1). Para ejemplificar, se trae a acotación el comentario del tuit n.º 56, de F_O2, con:



Ilustración 10 Ejemplar tuit

Se aprecia un uso del lenguaje informal, en el cual se da un nuevo dato hacia la marcha «#12A. Marcha por la justicia».

En esta última, que como se dijo anteriormente es la que puede llegar a consolidar el fuerte de la expresión de los usuarios, es limitada únicamente a la cantidad de caracteres. Resulta convertirse en el menos usado por los ciber usuarios, superado solo por el empleo de «publicar "nuevamente un Tweet"», es decir, «la compartición rápida con todos los seguidores de un tuit, esta acción sirve tanto para retuitear las publicaciones de otras personas» (Twitter.com, s. f.).

Como lo planteaba Tobón (2007), la interacción genera «un proceso interpretativo desarrollado por la persona, al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso». En este, surgen dos instancias en la que el usuario se indica a sí mismo el enfoque de sus actos «luego, pasando por la interpretación, hace uso de los significados de las cosas, analizando, contrastando y transformando los significados, en consonancia con la valoración de la situación que ha de afrontar» (p. 18). En conclusión, se generó una participación de 1 354 formas repartidas entre las cuatro cuentas, presenciándose mayor interactividad en @ChangeorgAR, seguido de @ChangeorgCO, @Change_Mex, y de últimas @ChangeorgLatino. Esto como muestra del proceso por el que pasan los usuarios ante ciertas temáticas, en la cual el «agente» se hace indicaciones acerca de cuáles han de ser «las cosas» a las que debe «encaminar sus actos, se convierten en

un «proceso social interiorizado» (Blumer, 1982, p. 4). «La persona selecciona, verifica, suspende, reagrupa y transforma el significado a la luz de la situación en la que se encuentra y la dirección de la acción» (pp. 66-67). Es decir, las reacciones que fueron tomadas mediante «*like* o me gusta», el «retuit» o el «*reply* o comentarios».

- **Tercero.** Entre los tipos de interacciones presentados en F_O2, solo 1 fue un hilo generado desde la cuenta misma de @ChangeorgCO, entre las mismas *reply* o comentarios -34 en total- se generaron solo 4 menciones externas a las respuestas de las cuentas. En las publicaciones de respuesta se anexa de forma sistemática el «@» más el nombre al que está asociada la cuenta a la cual se comenta. Desde esta perspectiva, no se estiman aquellos tuits que exponen la expresión «En respuesta a @[...]» como un tipo de mención, pues como lo denomina Twitter: «respuesta a los tuits que son generados por otros usuarios» (Twitter.com, s.f.).

En la recolección de datos se encontró que el total de los «*Reply* o comentarios» -34- no resultaron ser los mismos que el total presentado en las «Respuestas» -30-, pues al final se evidenció irregularidades encontradas en los comentarios. Las cuatro interacciones faltantes fueron borradas en las publicaciones hechas por Change.org, caso contrario con los 5 comentarios que aparecieron como «Este Tweet no está disponible» en las publicaciones categorizadas como n.º 4, n.º 8, n.º 16, n.º 17 y n.º 32; otra particularidad presenciada, está en respuesta a uno de los comentarios de la publicación n.º 53, el cual resulta también en la categoría de «Este Tweet no está disponible».

- **Cuarto.** En cuanto a la composición de las características que poseen las intervenciones de «*Reply* o comentario», se puede decir que solo 2 enlazaron sus publicaciones con sitios *web* externos, el primero de este se presenta en el tuit n.º 8 con un texto y enlace hacia una petición en Change.org. Allí se hace una especie de invitación a firmar la petición de la usuaria @AguilarFlor62; el segundo se encuentra en la publicación n.º 10 con un enlace que redirige hacia un video de YouTube acompañado también de texto, este fue producido por la usuaria anteriormente mencionada, dándose una especie de continuidad de lo expuesto en el segundo comentario de la publicación n.º 8. El enlazar a medios externos se constituye en una de las características que emplean los usuarios para que las personas, a través de un

hipervínculo vayan «directo al contenido de su interés, sin usar la página principal o portada del sitio web, implicando que dicha página de resultados del buscador se habrá transformado en el punto inicial de contacto con el sitio web» (Camus, 2009, p. 26).

En el comentario de la publicación n.º 53 se evidencia una imagen en la que se lee «Hay hombres que necesitan ser violados [...] pero, en la cárcel», este no va acompañado de un texto explícito en el tuit de respuesta sino con dos menciones. Caso contrario en el comentario de la publicación n.º 56, se da un texto con una imagen que invita a la «marcha por la justicia», denominándose «#12A», no se da una contextualización más allá de la que se expresa en la imagen, ni siquiera en el breve texto que lo acompaña. Como lo señaló Camus (2009), la generación de contenido, por parte de los usuarios, conforma una de las interacciones más completa, por la adquisición de una personalidad virtual, pues las personas se sienten con privilegios y con la sensación de ejercerlas, empiezan a proporcionar participación mediante registro de lo que es su punto de vista en las plataformas digitales que usa (Camus, 2009, pp. 26-27).

Solo tres tuits de respuesta se acompañaron del uso de numerales o *hashtags*, 15 solo se basaron de una composición meramente textual. Hubo una visibilización en tuits hacia temas de movilizaciones, de injusticia -aplicando la justicia-, en disposición de firmar o de expresar que ya está firmada la petición en Change.org; hay otro en la que se expone en general casos de violación y aborto por parte de grupos guerrilleros y narcotraficantes en lo que se entendería de localidad colombiana.

- **Descripción objetivo 3**

El tercer objetivo fue abarcado mediante la F_O3, con la cual se pretendía «Contrastar los elementos que hacen parte del contenido que estimulan mayores interacciones», para empezar, es pertinente señalar que @ChangeorgLatino posee solo un tuit con menor número de interacciones puesto que fue el único que presentó alguna posibilidad de interacción, es decir, que las otras publicaciones poseen 0 -cero- interacciones.

Los hallazgos demostraron pocos elementos que permitan determinar aquellas composiciones del tuit que se configuran como resaltables para generar un estímulo en la audiencia para que este genere una reacción hacia las publicaciones. Cabe señalar

que en ciertas instancias los 15 tuits cumplen a cabalidad con las mismas, entre estas se encuentran: el uso de *hashtag*, enlaces a otras páginas, información textual y sucinto al momento de redacción. Por otra parte, se evitó el uso de la configuración del hilo, el anexo de videos, documentos de audio, gráficos interactivos, expresiones negativas -aquí hay que hacer una aclaración, el tuit n.º 7 indica una frase «NO LIBEREN» pero Camus (2009) hace referencia hacia «se debe evitar que la explicación se refiera a lo que no hay que hacer» (p. 85), el cual no es el caso- e incluso el uso de botones en vez de textos. Los anteriores son elementos que no conforman expresiones individuales, sino generales.

6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Las publicaciones en Twitter cuentan con características que solo el individuo que publica puede otorgarles, lo que ciertamente genera que algunos elementos resalten por encima de otros *posts*. Las 4 cuentas en español de Change.org generan tuits para difundir las peticiones. Entre las publicaciones seleccionadas con mayor y menor número de interacciones se presenta que el 100% posee un enlace en su contenido, es decir, las 15 publicaciones seleccionadas, siendo 12 los que redireccionan a la plataforma de Change.org, 1 fue un retuit con comentario hacia una publicación que sí posee un enlace hacia una petición y 2 redireccionan hacia portales de noticia.

Otros elementos que se encuentran entre las publicaciones con mayor y menor número de interacciones son:

- Evitar el uso de abreviaciones o jergas: se configuró con 5 abstinencias al uso de abreviaciones y jergas de mayor interacción, contra 6 de menor. Entre los usos de estas, 3 son de mayor interacción y 1 de poca. Como Camus señala (2009), el uso de este tipo de elementos, genera que no haya una «plena seguridad que los usuarios entiendan de qué se está hablando a través de esas palabras» (p. 86).
- El empleo de listas: 2 de las publicaciones la usaron en lo que es la imagen que acompaña el tuit y alcanzaron un número bajo de interacciones. En este caso, se presenta una lista de palabras como «#Justicia. #NiUnaMenos. #VivasNosQueremos. #AlertaMichoacan. #AltoALosFemicidios». Aquí hay que señalar que se contradice con lo sugerido por Camus en cuanto a las «recomendaciones que se estiman claves a

la hora de escribir para sitio web», pues expresa: «ofrecer la información no en párrafos largos de datos, sino que preferentemente en listas de elementos» (p. 86).

- Palabras significativas: el uso de esta logró que 6 de los 12 usos alcanzaran una mayor intervención de los usuarios, es decir que esta se configura en cerca del 50% del total de los usos, lo que no deja claro en un posible estímulo para los cibernautas. Para Camus, esto es «conveniente destacar las palabras que sean más importantes de cada párrafo, para que sirvan como “anclas” en las que se sitúen los ojos del usuario en el recorrido visual de la página» (p. 86). Pero, lo contrastado, arroja igualdad en si se usa o no este tipo de elementos.

- Subtítulos: su uso generó una mayor interacción en dos de las publicaciones que la emplearon, es decir la mitad del total de las publicaciones que la emplearon, lo que no se configura en un posible estímulo por sí mismo. Caso contrario el no uso de este generó 6 publicaciones con mayor número de interacciones, en contra de 5.

- Hechos en vez de discursos: el empleo de palabras que indican lo que debe hacer el usuario en 5 tuits, lograron un mayor número de reacciones en contra de 5 que también lo emplearon pero que no lograron una reacción mayor. Es por esto que se configura como elemento variable en la estimulación el «entregar datos concretos» que le permitan realizar acciones al internauta (Camus, 2009, pp. 85-86).

- Jerarquización de la información: solo 3 tuits aplican la denominada pirámide invertida sugerida por Camus (2009, p. 85) en el sentido de la narrativa informática, es decir empezando desde lo que se podría conocer como un abordaje de lo contextual en orden descendente, de lo más importante a lo menos. Entre el total de las publicaciones se encontró que 3 empezaban desde alguna de las 2 primeras palabras con «#», 2 empiezan con una mención y 2 con cifras; esto sin distinción alguna entre mayor o menor interacción en la publicación.

- Verbos directos: 10 tuits emplearon verbos como «FIRMA Y COMPARTE», «cuando se escribe es preferible usar menos palabras y por ello los verbos deben aparecer en forma directa para expresar la acción que se está indicando» (Camus, 2009, p. 85). Entre el uso de estos, solo 4 se configuraron en cantidad de reacciones menores. Es así como el uso de estos verbos clave pueden trascender en acciones

concretas de las personas, la cual en este caso se encaminó en una interacción en la publicación.

- **Comprensión:** este ítem es uno de los más trascendentes, pues se ofrece «sólo una idea por párrafo», lo que generó que de hecho 7 de los tuits que eran claros con la información suministrada, alcanzaron un mayor número de interacciones, en contra de 5 publicaciones que no lo lograron.
- **Imagen:** solo 2 tuits no publicaron imágenes de alguna índole, lo que alcanzaron en menor número de reacciones, del resto, 8 tuits que sí pusieron imágenes alcanzaron las ponderaciones altas. De estas últimas, 1 de 8 mostraban la foto con la familia de la víctima de desaparición; 6 de 8 poseen la imagen de la mujer víctima en algún tipo de violencia; 1 de 8 poseen una ilustración en la que se aprecia el rostro de una mujer. Por el contrario, 3 de 5 de los que no alcanzaron ponderación alta usaron la foto de la víctima, 1 de 5 usaron una ilustración representativa y 1 de 5 usó la foto del hombre victimario.
- **Menciones:** no se ve como elemento que genere un estímulo hacia las reacciones, puesto que 6 publicaciones usaron la mención y no alcanzaron un número alto, y solo 3 que lograron mayores interacciones no lo poseían; de los que sí, solo 5 lograron un número alto de participación, en contra de 1 que tenía, pero logró una ponderación baja.
- **Textos:** es claro que los 15 tuits poseen texto, pero algunos hicieron uso de este elemento en lo que es la imagen como anexo que acompaña la publicación. Desde la primera instancia, 7 de 15 tuits constituyeron una contextualización de la situación abordada en el tuit desde la violencia hacia la mujer, tratado usualmente desde un personaje que se vuelve en parte expuesta, en este caso la víctima, o quienes la rodean -como por ejemplo familiares-; estos fueron los que se tuvieron una ponderación alta. Por su parte, solo 2 publicaciones que contextualizaban, alcanzaron ponderación baja, una de estas era enfocado hacia el victimario. Solo 6 tuits no desarrollaron dicha herramienta, de la cual 1 alcanzó ponderación alta. Es por ello que esta se configura en uno de los elementos más fuertes como estímulo para lograr mayores interacciones en las publicaciones.

Respecto al uso de texto en la imagen, se evidenció que 11 tuits lo hicieron, de los cuales 7 alcanzaron interacciones altas. De los que no aprovecharon el uso de texto en la imagen solo 4 alcanzaron interacciones altas, caso contrario de los faltantes 4 -que no la usaron- que lograron un número de interacciones baja.

Ponderaciones	Alcanzaron ponderación alta en cuanto a interacciones	Alcanzaron ponderación baja en cuanto a interacciones
Abreviaciones o jergas		
Sí usó	3	1
No usó	5	6
Listas		
Sí usó	0	2
No usó	13	0
Palabras significativas		
Sí usó	6	6
No usó	1	2
Subtítulos		
Sí usó	2	2
No usó	6	5

Ponderaciones	Alcanzaron ponderación alta en cuanto a interacciones	Alcanzaron ponderación baja en cuanto a interacciones
Hechos en vez de discursos		
Sí usó	5	5
No usó	2	3
Jerarquización		
Sí usó	1	0
No usó	7	7
Expresiones negativas		
Sí usó	0	0
No usó	8	7
Verbos directos		
Sí usó	6	4
No usó	2	3
Comprensión		
Sí aplicó	7	5
No aplicó	1	2

Ponderaciones	Alcanzaron ponderación alta en cuanto a interacciones	Alcanzaron ponderación baja en cuanto a interacciones
Imagen		
Sí usó	8	5
No usó	0	2
Texto con contexto		
Sí usó	7	2
No usó	1	5
Texto que acompaña la imagen		
Sí usó	7	4
No usó	0	4
Menciones		
Sí usó	5	1
No usó	3	6

Ilustración 11 Elementos de los contenidos en los tuits que alcanzaron ponderaciones altas y bajas en cuanto a interacciones.

Ciertamente, estos elementos configuraron la presencia de un total de 1 354 formas de interacciones entre los ciber usuarios y los 4 perfiles en español de Change.org alrededor del #NiUnaMenos.

Total tuits:	80	Número de seguidores
Total interacciones cuenta @Change_Mex:	144	94,7 mil seguidores
Total interacciones cuenta @ChangeorgCO:	496	45,4 mil seguidores
Total interacciones cuenta @ChangeorgAR:	677	59,9 mil seguidores
Total interacciones cuenta @ChangeorgLatino:	37	25,1 mil seguidores
Total interacciones registradas en las 4 cuentas:	1354	

Ilustración 12 Total de interacciones presentado en general y por individual en las cuatro (4) cuentas @Change_Mex, @ChangeorgCO, @ChangeorgAR, @ChangeorgLatino.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se concreta a modo de epílogo, una serie de elementos que constituyen una configuración de estímulo que pueden tender a generar mayor número de reacciones frente a una publicación en un entorno como Twitter, donde se suele limitar ciertas características de contenido. Desde el instrumento se arrojó que estos son: la textualidad contextualizada desde un personaje, usualmente la víctima, incluso el texto en las imágenes es un factor que genera dichas reacciones; la comprensión o claridad con que se escribe la publicación; uso de verbos directos como «FIRMA Y COMPARTE», por poner un ejemplo. Entre los elementos restantes que pueden conformarse en variabilidades, están: el uso de hechos en vez de discursos, es decir que se exponga qué es lo que se busca o debe hacer el usuario que ve la publicación y el uso de palabras significativas con recursos como el *hashtag*.

Las recomendaciones están puestas hacia la ampliación de la investigación de interacciones comunicativas en otras plataformas digitales, y con sígo, cómo interactúan las personas con las publicaciones que poseen elementos que pueden convertirse en formas llamativas hacia estos, y que puede llegar a ocasionar en cierta forma las interacciones esperadas. Sería interesante aliarse con otras áreas de la ciencia, como la Psicología, y conocer cómo se desarrolla y manifiestan las posiciones ideológicas en las personas frente a las publicaciones. A su vez, cómo esta interacción digital puede llegar a afectar el contacto físico-social, mediante la creación de espacios para las comunidades por fuera de las pantallas.

8. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

8.1. PRESENTACIÓN

Al final de la investigación se decidió por plasmar el contenido del estudio a través de un artículo que sustente en pocas palabras y hojas, lo que se logró concretar en todo el presente trabajo. Es por eso que resulta vital el condensar los resultados encontradas en relación a los elementos que permitieron presenciar un mayor aumento de interacciones entre las publicaciones.

El artículo investigativo se encuentra repartido en temáticas que muestra el avance en el estudio, entre estas los antecedentes y teóricos que la sustentan, e incluso los

alcances pertinentes mediante el trabajo de campo logrado en el sitio de microblogging Twitter.

8.2. JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Se decidió por la creación de un artículo, debido a la simplicidad que implica la creación de uno mismo; a su vez, por la facilidad que acarrea en modo de síntesis informativo y puesto que no se utilizan herramientas tecnológicas que pueden dificultar la elaboración de un producto por la falta de creatividad o conocimiento del *software* a emplear al momento de la creación del producto final.

Sirve así, como contenido para revistas de investigación en las que son ampliamente válidos el uso de textos, evitando hasta cierta medida el empleo en cuanto a otras expresiones audiovisuales y multimediales. Por lo anterior, se consideró la pertinencia del desarrollo de un artículo investigativo para difusión en medios investigativos por fuera de la propia Universidad Católica Luis Amigó.

8.3. DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

El producto denominado *Change.org y la interacción de tuiteros con #NiUnaMenos* fue elaborado con base a 7 elementos que permiten condensar la información necesaria para el público interesado en conocer los alcances logrados en la investigación. Entre los anteriores, se encuentran: elaboración de sumario; descriptores o palabras clave; introducción al artículo investigativo; la ruta conceptual usada en el estudio, como lo son el interaccionismo simbólico, la interacción a través de la virtualidad y las tipologías de violencia contra la mujer; ruta metodológica, tomado desde el paradigma histórico-hermenéutica con enfoque metodológico cualitativo y del tipo de investigación enmarcada desde el estudio de caso, presentándose un diseño no experimental; le siguen los resultados y al final la discusiones y conclusiones.

Este esquema fue tomado desde lo que maneja la revista Comunicar (www.revistacomunicar.com) para la realización de artículos investigativos, y así, condensar la información. Además, surge como un modelo manejado desde el programa de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño en la Universidad Católica Luis Amigó.

REFERENCIAS

- Aguado, J., Martínez, I., & Cañate-Sanz, L. (2015, noviembre-diciembre). Tendencias evolutivas del contenido digital en aplicaciones móviles. *El profesional de la información*, 24(6), 787-795. Retrieved from <http://eprints.rclis.org/30299/1/10.pdf>
- Álvarez, F. (2012, marzo-agosto). Impunidad. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*(2), 115-120. Retrieved 01 09, 2019
- Álvarez, J., & Jurgenson, G. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México, D. F., Estados Unidos Mexicanos: Editorial Paidós Mexicana, S. A. Retrieved from <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>
- Anduiza, E., Cantijoch, M., Gallego, A., & Salcedo, J. (2010, mayo). *Internet y participación política en España*. Retrieved from Opiniones y Actitudes: <https://libreria.cis.es/static/pdf/OyA63a.pdf>
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Madrid, España: Ediciones Morata, S. L.
- Azorín, D. (2012). *Análisis cibernético de los contenidos de Twitter en España (2011)*. Universitat Politècnica de València, Madrid. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10251/17326>
- Bacigalupe, G., & Camara, M. (2011). *Adolescentes digitales: el rol transformador de las redes sociales y las interacciones virtuales*. Retrieved 01 05, 2019, from Bizkailab: <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2012/04/5749-Report-01-artículo-Adolescentes-Digitales.pdf>
- Barrachina, S., Fabregat, G., León, G., Mayo, R., Castillo, M., Fernández, J., . . . Montoliu, R. (2015). *Introducción a la arquitectura de computadores con QtARMSim y Arduino*.
- Bejarano, M. (2014). El feminicidio es sólo la punta del iceberg. *Región y Sociedad*(4), 13-44. Retrieved 12 25, 2018

- Blanco, P., Camarero, J., Fumero, A., Warterski, A., & Rodríguez, P. (2009). *Metodología de desarrollo ágil para sistemas móviles. Introducción al desarrollo con Android y el iPhone*. Universidad Politécnica de Madrid, Madrid.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: HORA, S. A.
- Bonilla-Castro, E., & Rodríguez, P. (2013). *Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias*. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Diegoan. Retrieved diciembre 9, 2018
- Burgos, D., Canaval, G., Tobo, N., Humphreys, J., & Pheils, P. B. (2012). Violencia de pareja en mujeres de la comunidad, tipos y severidad Cali, Colombia. *Revista de Salud Pública*, 14, 377-389.
- Burgos, E., Cerezo, J., Cortés, M., de la Cruz, X., Garolera, E., Gil, J. M., . . . Tejedor, R. (2009). *Del 1.0 al 2.0: claves para entender el nuevo marketing*. España. Retrieved from <http://emprenderioja.es/files/recurso/clavesdelnuevomarketing.pdf>
- Buscaglia, T. (8 de 06 de 2017). ¿A dónde debe ir #NiUnaMenos? *The New York Times*. Recuperado el 23 de 12 de 2018, de <https://www.nytimes.com/2017/06/08/a-donde-debe-ir-niunamenos>
- Bustos, J., & Ruiz, F. (2016). La imagen en Twitter como nuevo eje de la comunicación política. *Opción*(especial 7), 271-290. Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/310/31048480018/>
- Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos*. Retrieved from <http://tienes5segundos.cl/pdfs/libro-tienes5segundos-final.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Change.org. (s.f.). *Abrir nuevamente una petición cerrada*. Recuperado el 03 de 08 de 2018, de Change.org: <https://help.change.org/s/article/Reopen-a-closed-petition?language=es>

- Change.org. (s.f.). *Declara la victoria*. Recuperado el 02 de 02 de 2019, de Change.org: <http://guide.change.org/declaralavictoria/>
- Change.org. (s.f.). *Impacto*. Recuperado el 07 de abril de 2018, de Change.org: <https://www.change.org/impact>
- Change.org Inc. (s.f.). *Change.org*. Obtenido de Change.org: Change.org
- Change.org. (s.f.). *La mayor plataforma de peticiones del mundo*. Recuperado el 06 de 03 de 2019, de Change.org: <https://www.change.org>
- Chimarro, V., Mazón, B., & Cartuche, J. (2015). *La usabilidad en el desarrollo software*. Ecuador.
- Colmenar, A. (s. f.). *El sonido digital: formatos, captura, edición, manipulación, conversión y grabación*. Retrieved from ieec.uned.es:
www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ocw.innova.uned.es/mm2/tm/contenidos/pdf/tema3/tmm_tema3_sonido_digital_presentacion.pdf&ved=2ahUKEwistoeDqbrhAhWwrFkKHW1rDS8QFJAAegQIBBAB&usg=AOvVaw02_dcLlWIXOD-r3s9_Z9Sw
- Contreras, R. (2004, 12). El paradigma científico según Kuhn. Desarrollo de las ciencias: del conocimiento artesanal hasta la ciencia normal. *Revista VI Escuela Venezolana para la Enseñanza de la Química*, 43-51.
- Costa, C., & Piñeiro, T. (2011, diciembre). Activismo social en la web 2.0. El movimiento 15M. *Revista de Comunicación Vivat Academia*(117), 1458-1467. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752959097>
- Cruz, E. (2015). Opinión pública y ciberespacio: una reflexión sobre sus potencialidades y límites. *Trans-pasando Fronteras*(7), 107-124.
- David, P. (2006). Clio y la economía del QWERTY. *RAE: Revista Asturiana de Economía*(37), 23-34.
- Díaz, S., Mendoza, V., & Porras, C. (2011, 04). *Una guía para la elaboración de estudio de caso*. Retrieved from Razón y Palabra.

Dimuro, J. (2014). *Guía usabilidad web*.

Dinero.com. (23 de marzo de 2017). *Change.org cumple 10 años de luchas y victorias sociales contra el poder*. Recuperado el 07 de abril de 2018, de Dinero.com:
<http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/changeorg-peticiones-para-generar-cambios-sociales-en-el-mundo/243168>

ElComercio.pe. (08 de marzo de 2018). *Ciudad Juárez y el inicio del movimiento Ni Una Menos*. Recuperado el 07 de abril de 2018, de ElComercio.pe:
<https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/ciudad-juarez-inicio-lucha-derechos-mujer-america-latina-video-noticia-503008>

Elizari, F. (12 de 09 de 2017). Los hilos, el nuevo fenómeno de Twitter. *ElMundo.es*. Recuperado el 04 de 04 de 2019, de
<https://www.elmundo.es/television/2017/09/12/59b8266d46163f17788b467a.html>

Escobar, N. (2015, agosto 21). *Movimientos sociales en Internet Caso Anonymous Colombia: análisis de las publicaciones de los activistas en Facebook*. Retrieved abril 07, 2018, from Repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana:
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/17110>

Europa Press. (07 de 11 de 2017). Twitter amplía el límite de caracteres por tuit a 280 para todos sus usuarios. *La Vanguardia*. Obtenido de
<https://www.lavanguardia.com/redes-sociales/20171107/432706667101/twitter-280-caracteres-tuit-usuarios.html>

Fainholc, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 1-12. Retrieved from
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54718738003>

Feixa, C., Fernández-Planells, A., & Figueras-Maz, M. (2016). Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(1), 107-120. Retrieved from
<https://www.redalyc.org/pdf/773/77344439006.pdf>

- Fernández, J. (julio-agosto de 2012). Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida. *Arbor*. doi: 10.3989/arbor.2012.756n4001
- Fernández, L., & Herrera, E. (2014). Diseño de objetos gráficos-interactivos. *Icono 14*, 12(1), 139-163. doi:10.7195/ri14.v12i1.656
- Fernando, A. "La nueva sintaxis". Prólogo. (2008). *Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción 'online'*. Franco, G. Retrieved from https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf
- Flores, D. (2017, enero-febrero). La búsqueda del cambio social en la era digital: activismo y expresión pública en internet. *Disertaciones*, 10(1), 125-138. Retrieved from <http://revistas.uosario.edu.co/index.php/disertaciones>
- Fundéu. (19 de 10 de 2016). *Feminicidio es el asesinato de mujeres por razón de su sexo*. Recuperado el 10 de 12 de 2018, de Fundéu BBVA: <https://www.fundeu.es/recomendacion/feminicidio-es-el-asesinato-de-mujeres-por-razon-de-su-sexo/>
- Galán, M., & Carratalá, A. (2016). Estrategias comunicativas en Twitter de los ayuntamientos españoles gobernados por plataformas ciudadanas Twitter. *F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5772177>
- Galeano, M. (2004). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro de la mirada*. Medellín: La Carreta Editorial E. U.
- Gallardo, Y., & Moreno, A. (1999). *Módulo 3: recolección de la información. De la serie Aprende a Investigar*. Santa Fe de Bogotá, D. C., Colombia: ARFO Editoriales LTDA.
- Gherardi, N. (2016). *Otras formas de violencia contra las mujeres que reconocer, nombrar y visibilizar*. Publicación de las Naciones Unidas. Retrieved from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40754/4/S1601170_es.pdf

- Giraldo, J. (2016). *Análisis de contenido de los textos emitidos por cinco empresas para gestionar su imagen y reputación corporativa en Facebook y Twitter*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10495/6111>
- Gómez, C., Murad, R., & Calderón, M. (2013). *Historias de violencia, roles, prácticas y discursos legitimadores. Violencia contra las mujeres en Colombia 2000-2010*. Retrieved from <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/INV/7%20-%20VIOLENCIA%20CONTRA%20LAS%20MUJERES%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- González, M. (2012). *Construir la Historia juntos: la web 2.0 y la didáctica de las Ciencias Sociales*. Retrieved from biblioteca Universidad de la Rioja: https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000164.pdf
- Gumucio, A. (2011, enero-junio). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58), 36. Retrieved 8 22, 2018, from <http://www.redalyc.org/html/860/86020038002/>
- Gutiérrez, F. (2012, julio). *Un patrón de diseño para plataformas de software de apoyo a comunidades online*. Retrieved septiembre 29, 2018, from Repositorio académico de la Universidad de Chile: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/111972>
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona, Cataluña, España: Herder Editorial. Retrieved 01 03, 2019
- Hernández, J. (2015, julio-diciembre). La justicia social desde un nuevo enfoque de la justicia. Análisis del mandato de la organización internacional del trabajo conforme al concepto moderno de la justicia. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 21, 85-120. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870467015000196#fn0050>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D. F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A. DE C. V.
- Herrera, N. (2017). *Un análisis retórico del plebiscito sobre el acuerdo entre el gobierno y las FARC -EP a través de la red social Twitter, entre el 29 de*

- septiembre y el 2 de octubre*. Retrieved from <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/36148>
- Hoyos, S. (26 de 03 de 2015). Organizan una maratón de lectura contra los femicidios en Argentina. *Minuto30.com*. Obtenido de <https://www.minuto30.com/organizan-una-maraton-de-lectura-contralos-femicidios-en-argentina/321479/>
- Jácome, L., Jadán, J., & Chango, G. (2016). Teclado Virtual para Apoyar la Comunicación de Niños con Discapacidad Motriz. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 5(1), 85-96. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6163738.pdf>
- Krug, E., Dahlberg, L., Mercy, J., Zwi, A., & Lozano, R. (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Washington, D. C.: Publicación Científica y Técnica No. 588. Retrieved from <http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/725/9275315884.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lago, S. (2015, abril-julio). Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red. *Chasqui*(128). Retrieved agosto 13, 2018, from <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2304/2452>
- Larkin, K., & Finger, G. (abril de 2010). Investigating Student Netbook Usage Using Activity Theory. *Proceedings of the 2010 Australian Computers in Education Conference (ACEC 2010)*.
- Larripa, E. (s.f.). *Plataformas Virtuales: una nueva forma de enseñar*. Obtenido de Biblioteca de la Universidad de la Rioja: https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001324.pdf
- Lopera, J., Quiroz, A., & Zapata, C. (2015). *¿Cuál ha sido el impacto de twitter en la generación de contenidos propagandísticos sobre el proceso de paz en Colombia durante el periodo presidencial de Juan Manuel Santos 2013-2014?*

- López, J. (2006). Fundamentación teórica, metodológica y operativa de la línea de Investigación en Comunicación-Educación. *Textos y Argumentos.*, 8, 16. Retrieved abril 09, 2018
- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas* (Segunda ed.). (L. Gaona Figueroa, Ed.) México: Pearson Educación. Recuperado el 30 de abril de 2018
- Mancera, A. (2014). *Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores.*
- MarchaNiUnaMenos.com. (2016). #NiUnaMenos #BastaYa. Recuperado el 12 de 2018, de Marcha Ni Una Menos: <https://marchaniunamenos.com/>
- Martínez, F. (2013). *Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales. Análisis y aplicación de las redes sociales en los medios digitales españoles.* Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo II, Madrid.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y gestión*(20), 165-193. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/646/64602005/>
- Medina, J., Eisman, E., & Castro, J. (2013, julio - diciembre). Asistentes virtuales en plataformas 3.0. *IE Comunicaciones. Revista Iberoamericana de Informática Educativa*(18), 41-49.
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de Argentina. (s.f.). *Violencia de Género. Tipos y modalidades de violencia.* Recuperado el 02 de 2019, de Presidencia de la nación de Argentina. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos: <http://www.jus.gob.ar/areas-tematicas/violencia-de-genero/tipos-y-modalidades-de-violencia.aspx>
- Moragas, M. (2011). Teorías de la sociedad de la información y la globalización. In M. d. Spá, *Interpretar la comunicación; investigaciones sobre medios en América Latina y Europa.* Barcelona, España: Gedisa. Retrieved abril 30, 2018

- Moragas, M. (2011). Teorías de la sociedad de la información y la globalización. In M. d. Spá, *Interpretar la comunicación; investigaciones sobre medios en América Latina y Europa*. Barcelona, España: Gedisa. Retrieved abril 30, 2018
- Morales, R., & Ugarte, R. (2012). *Tutela de los derechos de la personalidad virtual y protección de datos de carácter personal en las redes sociales online*. Universidad de Costa Rica, Facultad de Derecho.
- Morozov, E. (2018). El impacto del activismo digital en la política de la post Guerra Fría. In BBVA, *La era de la perplejidad. Repensar el mundo que conocíamos*. Madrid, ESpaña: Penguin Random House Grupo Editorial. Retrieved 01 04, 2019
- Morris, M. (1994). *Arquitectura de computadoras* (tercera ed.). Pearson Educación. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2wWZyKu60cAC&oi=fnd&pg=PR17&dq=partes+de+la+computadora&ots=DSIJe06oBt&sig=zSIsYPD1LFaHLPo-emuM1A5WmjM#v=onepage&q=teclado&f=false>
- Movimiento #NiUnaMenos. (2018). *Movimiento #NiUnaMenos*. Recuperado el 2018 de 12 de 20, de Change.org: <https://www.change.org/m/niunamenos-en-sudamerica>
- Moya, P. (2017). *Campañas políticas en Twitter: un análisis de las dinámicas de información en la elección a la Alcaldía de Bogotá de 2015*.
- Newbery, C. (20 de 10 de 2016). Bajo las consignas 'Ni una menos' y 'Queremos vivir', miles de argentinas marcharon contra la violencia. *The New York Times*. Recuperado el 23 de 12 de 2018, de <https://www.nytimes.com/es/2016/10/20/bajo-las-consignas-ni-una-menos-y-queremos-vivir-miles-de-argentinas-marcharon-contra-la-violencia/>
- Norza, E., Peñalosa, M., Coronado, J., Duque, B., & Castro, D. (julio-diciembre de 2016). Percepción de Impunidad: Precipitante del Crimen en Bogotá. *Revista de Dinero*(42), 39-70. Recuperado el 09 de 01 de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85147561003>

- Notimerica.com. (05 de marzo de 2018). *¿Recuerdas cuándo surgió el movimiento latinoamericano feminista #NiUnaMenos?* Recuperado el 07 de abril de 2018, de Notimerica.com: <http://www.notimerica.com/sociedad/noticia-recuerdas-cuando-surgio-movimiento-latinoamericano-feminista-niunamenos-20180305140131.html>
- Olave, A. (2012). *La movilización ciudadana de Chao Pescao, en redes sociales de internet "El caso Barrancones"*. Retrieved abril 07, 2018, from Repositorio académico de la Universidad de Chile: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/134276>
- ONU Mujeres. (2013). *Elementos esenciales de planificación para la eliminación contra la violencia de mujeres y niñas*. Obtenido de <http://www.endvawnow.org/es/articles/295-definicion-de-la-violencia-contra-las-mujeres-y-de-.html?next=296>
- Opazo, V. (2005). Los pda en educación y su utilización en el aprendizaje de la geometría. *Horizontes Educativas*, 85-93. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=24374715&lang=es&site=ehost-live>
- Organista, J., McAnally, L., & Lavigne, G. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica. *Apertura*, 5(1). Obtenido de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/372/311>
- Organización Mundial de la Salud. (2017). *Violencia contra la mujer*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>
- Ortiz, R. (2016). Los cibermovimientos sociales: una revisión del concepto y marco teórico. *Communication and Society*, 29(4), 165-183. Retrieved septiembre 29, 2018, from https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=598
- Pavón, F., & Casanoca, J. (2005). *Revista Latinoamericana de Tecnología educativa*, 4(1), 25-36. Retrieved from http://www.unex.es/didactica/RELATEC/sumario_4_1.htm

- Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona, España: Gedisa, S.A. Retrieved abril 27, 2018
- Pratt, K. (2010). *Netbook, eReader, or iPad?—that is the question*. Retrieved from Computers in New Zealand Schools: Learning, Teaching, Technology: <https://www.otago.ac.nz/cdelt/otago064503.pdf>
- Puebla, B., & Gomes-Franco, F. (2015). Estrategias comunicativas de la prensa en Twitter. Una comparativa entre España y Portugal. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 8(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5115/511553138009/html/index.html#fn3>
- Putosa, I. (2015). Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político. *Chasqui*, 197-214.
- Ramírez, L., Arcila, A., Buriticá, L., & Castrillón, J. (2004). *Paradigmas y modelos de investigación. Guía didáctica y módulo*. (segunda ed.). Medellín, Colombia. Retrieved from <http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/repositorioarchivos/2011/02/0008paradigmasymodelos.771.pdf>
- Real Academia Española. (s.f.). Definición de feminicidio. España. Recuperado el 26 de 12 de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=Hjt6Vqr>
- Real Academia Española. (s.f.). *Definición de petición*. Recuperado el 5 de 11 de 2018, de rae: <http://dle.rae.es/?id=SpqrZIT>
- Real Academia Española. (s.f.). *Definición de taumaturgia*. Recuperado el 30 de abril de 2019, de Rae: <https://dle.rae.es/?id=ZGDbWRD>
- Real Academia Española. (s.f.). *Definición de victoria*. Recuperado el 03 de 02 de 2019, de RAE: <http://dle.rae.es/?id=bldIWGI>
- Rincón, D. (4 de 5 de 2017). 'Ni una menos': el grito de las mujeres latinoamericanas. *El Tiempo*. Recuperado el 22 de 12 de 2018, de <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/ni-una-menos-marcha-en-latinoamerica-50943>

- Robledo, C. (s. f.). *Técnicas y Proceso de Investigación*. Retrieved from <https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/fichas-de-trabajo.pdf>
- Rodríguez, R., Peña, P., & Sáenz, C. (2014). *Crisis y cambio social en Chile (2010-2013): el lugar de los medios de los movimientos sociales y de los activistas digitales*. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/anqr/v12n24/v12n24a5.pdf>
- Rojo, V., Alesina, L., Bertoni, M., Mascheroni, P., Moreira, N., Picasso, F., & Ramírez, J. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial*. Montevideo, Uruguay: Universidad de la República Uruguay.
- Romero-Haupold, A. (2017). *El poder de los 140 caracteres. La retórica y el impacto de las redes sociales*. Retrieved from <https://eprints.ucm.es/40869/>
- Rosso, L. (04 de 06 de 2018). Por un nuevo grito que desborde. *pagina12*. Obtenido de <https://www.pagina12.com.ar/119199-por-un-nuevo-grito-que-desborde>
- Ruano, L., Congote, E., & Torres, A. (2016). Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*, 15-31. doi:<http://dx.doi.org/10.17013/risti.19.15-31>
- Sanabria, C. (31 de 01 de 2015). Las plataformas virtuales como un medio para el activismo político. *Universidad Nacional Autónoma de México*. Recuperado el 31 de 01 de 2019, de <http://blogs.acatlan.unam.mx/smacatlan/2015/01/31/las-plataformas-virtuales-como-un-medio-para-el-activismo-politico/>
- Sánchez, A. (2012). Reflexiones iniciales sobre comunicación digital. *Estrategias para la interacción virtual en contextos educativos y de teletrabajo*.
- Sánchez, J. (2005). Plataformas tecnológicas para el entorno educativo. *Acción Pedagógica*, 18-24. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2968980.pdf>

- Sánchez, W. (2011). La usabilidad en Ingeniería de Software: definición y características. *Revista Ing-novación*, 7-21. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/47264961.pdf>
- Sanz, B., Rey, L., & Otero, L. (2014, marzo-abril). Estado de salud y violencia contra la mujer en la pareja. *Gaceta Sanitaria*, 28, 102-108. Retrieved from [https://pdf.sciencedirectassets.com/277692/1-s2.0-S0213911113X0007X/1-s2.0-S0213911113001684/main.pdf?x-amz-security-token=AgoJb3JpZ2luX2VjELP%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJIMEYCIQCmkL8TIPpC9kIYNy7XNnHC3FBK5xgWFLSV1c5Mcyt1QlhAMtJRPLmdzQX](https://pdf.sciencedirectassets.com/277692/1-s2.0-S0213911113X0007X/1-s2.0-S0213911113001684/main.pdf?x-amz-security-token=AgoJb3JpZ2luX2VjELP%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJIMEYCIQCmkL8TIPpC9kIYNy7XNnHC3FBK5xgWFLSV1c5Mcyt1QlhAMtJRPLmdzQX)
- Segato, R. (2006). Qué es un feminicidio. Notas para un debate emergente. Retrieved from <http://cuentaconmigo.org.mx/articulos/segato.pdf>
- Soengas-Pérez, X., & Assif, M. (2017). El ciberactivismo en el proceso de cambio político y social en los países árabes. *Comunicar*, 50-59.
- Tejada, C., & Bellido, D. (enero-febrero de 2017). Twitter: ¿el nuevo PubMed? *Nutrición Hospitalaria*, 34(1). Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112017000100002
- Tobón, F. (2007). Perspectiva teórica del interaccionismo simbólico. El pensamiento de Herbert Blumer. *Revista Fundación Universitaria Luis Amigó*, 14-24.
- Torres, L. (14 de 05 de 2015). ¿Quién programa las redes sociales en internet? El caso de Twitter en el movimiento #YoSoy132 en México. *Revista Internacional de Sociología*, 73(2). doi:<http://dx.doi.org/10.3989/2013.05.29>.
- Trillos, J., & Soto, J. (julio-diciembre de 2018). El poder de los medios masivos tradicionales y las plataformas digitales en el activismo político. *Encuentros*, 16(02), 62-78. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/encuent.v16i02.1440>
- Twitter.com. (2019). *Cómo crear un hilo en Twitter*. Obtenido de Centro de ayuda: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/create-a-thread>

Twitter.com. (2019). *Cómo marcar un Tweet como Me gusta*. Recuperado el 10 de 03 de 2019, de Centro de ayuda: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/liking-tweets-and-moments>

Twitter.com. (s.f.). *Centro de ayuda*. Recuperado el 10 de 03 de 2019, de Información sobre las conversaciones en Twitter: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/twitter-conversations>

Twitter.com. (s.f.). *Cómo twitear*. Obtenido de Centro de ayuda: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/how-to-tweet#source-labels>

Twitter.com. (s.f.). *Glosario*. Recuperado el 10 de 03 de 2019, de Centro de ayuda: <https://help.twitter.com/es/glossary>

Twitter.com. (s.f.). *Información sobre los diferentes tipos de Tweets*. Recuperado el 10 de 03 de 2019, de Centro de ayuda: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/types-of-tweets>

Twitter.com. (s.f.). *Preguntas frecuentes sobre los Retweets*. Recuperado el 10 de 03 de 2019, de Centro de ayuda: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/retweet-faqs>

UAM Azcapotzalco. (n.d.). *Comentario de un texto*. Retrieved from <http://lenguas.azc.uam.mx>:
<http://lenguas.azc.uam.mx/investigacion/redaccionU/word/comentario.pdf>

Umaña, C. (2014). Reflexión sobre la impunidad. ¿Existe impunidad cuando hay castigo? *Inguruak*(57-58). Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4940059>

Universidad Católica Luis Amigó. (2020). Conceptualización de la línea. En P. y. Facultad de Comunicación. Medellín.

Uribe, S. (2011, enero-diciembre). Hipervínculo como forma de referencia: reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es usado en relaciones referenciales. *Revista KEPES*(7), 203-227. Retrieved from http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/Revista7_12.pdf

- Vasilachis, I., Ameigeiras, A., Chernobilsky, L., Giménez, V., Mallimaci, F., Mendizábal, N., . . . Soneira, A. (2006). *Estrategia de investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Vázquez, J. (2012). *Arquitectura de computadoras i*. Red Tercer Milenio. Retrieved from http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/sistemas/Arquitectura_computadoras_I.pdf
- Vercelli, A. (2013). *El derecho de copia. análisis y construcción del derecho humano a copiar y disponer de la cultura común*. Retrieved from <http://www.telam.com.ar/advf/documentos/2013/09/523cd6582b9c9.pdf>
- VIU. (21 de 03 de 2018). *¿Qué es la observación no participante y qué usos tiene?* Obtenido de Universidad Internacional de Valencia: <https://www.universidadviu.com/la-observacion-no-participante-usos/>
- Voces, R. (12 de 2008). *El contenido audiovisual: otro reto para la accesibilidad web*. Obtenido de Bid. textos universitarios de biblioteconomía i documentació: <http://bid.ub.edu/21/voces2.htm>
- Yus, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona, España: Ariel Letras. Retrieved from <https://personal.ua.es/francisco.yus/site/ciber2.pdf>
- Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*(108), 179-191. Retrieved from http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_14-nuevas-formas-consumir-informacion.pdf
- Zuluaga, J., & Rentería, A. (2017). *Análisis de los contenidos de la red social Twitter en la cuenta @GobAntioquia durante el mes de octubre de 2015 del programa de gobierno: Antioquia la más educada para determinar las características del mensaje educativo*.

Anexos

Corpus de investigación

El corpus de análisis está sujeto a los resultados arrojados por la herramienta www.twitter.com/search-advanced?lang=es, ofrecida desde el sistema de Twitter. Se tendrán en cuenta los mensajes emitidos hasta el 08 de marzo del 2019, fecha en que se realiza la búsqueda para la investigación, acorde al primer objetivo. Las publicaciones son tomadas de acuerdo a las cuentas: @Change_Mex, @ChangeorgCo, @ChangeorgAR y @ChangeorgLatino.

Cuenta: @Change_Mex

- Total de tuits: 5

Enlace arrojado por la búsqueda avanzada:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChange_Mex&src=typd&lang=es



C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 20 sept. 2017
Betsy fue secuestrada y abusada. Necesita justicia y protección
[change.org/justiciaparabe...](#) #niunamas #RomperElSilencio #NiUnaMenos



🗨️ 9 🍷 7 ✉️

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 30 ago. 2017
Súmate ahora al Facebook Live con Maisa Covaledo para hablar de
#NiUnaMenos y #RomperElSilencio



Change.org
Hola! Estamos compartiendo con Maisa Covaledo, quién compartirá su experiencia en la lucha por justicia y derechos de las mujeres.
[facebook.com](#)

🗨️ 4 🍷 2 ✉️

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 28 jul. 2017
¡El asesino de Nati y Sofi sigue LIBRE! Cuenta Stella y pide tu ayuda
[change.org/p/justiciapara...](#) #NiUnaMenos



🗨️ 9 🍷 4 ✉️

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 28 abr. 2017
Basta de feminicidios en Colombia pide @casa_la [change.org/p/juanmasantos...](#)
#NiUnaMas #NiUnaMasNiUnaMenos #NiUnaMenos #Femicidio



🗨️ 3 🍷 4 ✉️

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 25 abr. 2017
Sarita de 3 años fue abusada, torturada y asesinada. Piden #JusticiaParaSarita
#NiUnaMas #NiUnaMenos [change.org/justiciapara...](#)



#JusticiaParaSarita

🗨️ 1 🍷 19 🍷 20 ✉️

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 12 abr. 2017
Piden crear Fiscalía Especializada en Delitos contra las Mujeres
change.org/todassomosclau... #NiUnaMenos #niunamas #TodasSomosClaudia



1 26 37

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 11 abr. 2017
+200mil piden #JusticiaParaMicaela y que juez q dejó libre a su asesino sea destituido change.org/pormicaela #NiUnaMenos



3 7

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 3 mar. 2017
¿Sexo débil? Piden a la RAE quite la definición de "sexo débil" y "sexo fuerte"
change.org/sexodebil #machismo #NiUnaMenos



12 9

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 28 feb. 2017
Camila, joven madre asesinada. Su asesino se encuentra libre. Su hermana pide
#Justicia change.org/justiciaporcam... #NiUnaMenos



9 2

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 19 dic. 2016
+5000 piden justicia para Hedna, salvajemente golpeada frente a sus hijas
change.org/hedna #NiUnaMenos #niunamas



14 10

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 17 nov. 2016
¡justicia ya, no más impunidad! Piden x Cindy Arlette Contreras
change.org/p/niunamenos-n... #NiUnaMenos change.org/niunamenosarle...

C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 19 oct. 2016
#NiUnaMenos #VivasNosQueremos Basta de #ViolenciaMachista Firma, crea tu petición, marcha! change.org/niunamenos



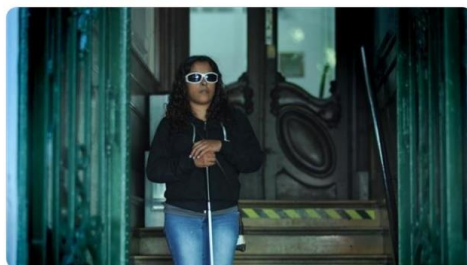
C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 31 ago. 2016
Colombia: 8020 femicidios Piden declarar Crisis Humanitaria de Mujeres
#NiUnaMenos change.org/crisishmujeres



C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 23 ago. 2016
#NiUnaMenos en Sudamérica - ¡Muestra tu apoyo a este movimiento!
change.org/m/niunamenos-e...



C. Change.org Colombia @ChangeorgCO · 10 ago. 2016
Susana, quedó ciega tras ataque de su ex, pide q no bajen pena al agresor
#NiUnaMenos change.org/susana



Change.org Colombia @ChangeorgCO · 29 mar. 2017
 Hoy se conoce condena a Rafael Uribe Noguera asesino de #Yuliana +37mil piden #Justicia change.org/yuliana #NiUnaMenos



1 2

Change.org Colombia @ChangeorgCO · 27 mar. 2017
 Piden q Armero NO participe de @FCFSeleccionCol x caso violencia a la #mujer change.org/armero #ArmeroNoEsMiHeroe #NiUnaMenos



1 2

Change.org Colombia @ChangeorgCO · 17 feb. 2017
 @MinMujer @blancaePSUV #JusticiaParaAnyuri asesinada por su pareja #NiUnaMenos - ¡Firma la petic... change.org/p/minmujer-bla...

1 2

Change.org Colombia @ChangeorgCO · 14 oct. 2016
 Excelente nota de @elciudadanoweb sobre Movimiento #NiUnaMenos elciudadano.cl/2016/10/12/331... ..



3 2

Change.org Colombia @ChangeorgCO · 28 jul. 2016
 Esther perdió a su hermana en femicidio, pide aprobación de Ley Contra la Violencia Doméstica #NiUnaMenos change.org/niunamenossth...

1 4 5

Change.org Colombia @ChangeorgCO · 25 jul. 2016
 Justicia para Arlette Contreras #NiUnaMenos #NiUnaMenosPerú change.org/justiciaarlette



1 6 8



Anexo 2 Corpus de trabajo cuenta @ChangeorgCO

Cuenta: @ChangeorgAR

- Total de tuits: 27

Enlace arrojado por la búsqueda avanzada:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChangeorgAR&src=typd&lang=es



C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 11 abr. 2018
 Carolina se indignó al enterarse de que el hombre que acabó con la vida de #Micaela tenía libertad condicional gracias al Juez Rossi, así que inició una petición pidiendo su juicio político.
 ¿La ayudás a hacer presión con tu firma y RT?
[Change.org/pormicaela](https://change.org/pormicaela)
 #NiUnaMenos

Change.org/pormicaela



Firmá la petición!! change.org

3 106 35

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 10 abr. 2017
 Juicio político y destitución al juez Carlos Rossi #micaela #niunamenos - ;Firmá la Petición! change.org/p/juicio-pol%C3%A9mico-carlos-rossi vía @ChangeorgAR



Firmá la Petición
 Juicio político y destitución al juez de Ejecución Penal Carlos Rossi
change.org

1 29 20

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 19 oct. 2016
 #NiUnaMenos #VivasNosQueremos En el Obelisco y en la web lanacion.com.ar/1948423-niunam...

10 11

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 10 ago. 2016
 Suprama Corte BA: No le bajen la pena a la persona que me dejó ciega a golpes #NiunaMenos change.org/p/suprama-cort... vía @ChangeorgAR

1 12 9

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 5 jun. 2016
 ¿AFA discrimina? Jugadoras impulsan el #NiUnaMenos en el fútbol viariosario.com/futbol/jugador... vía @viariosario

8 3

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 3 jun. 2016
#NiUnaMenos en el fútbol: jugadoras denuncian discriminación de la AFA |
#NiUnaMenos - go.shr.lc/1t6GhC7 via @minutounocom

🗨️ 4 🍵 1 ✉️

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 3 jun. 2016
#NiUnaMenos: en el último año hubo 275 femicidios y hoy habrá otra
movilización infob.ae/1TMWmmk via @infobae

🗨️ 2 🔄 23 🍵 9 ✉️

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 2 jun. 2016
#NiUnaMenos Mapa de la violencia contra las mujeres en Argentina - ¡Firmá la
Petición! change.org/p/niunamenos-m... via @ChangeorgAR

🗨️ 6 🔄 71 🍵 35 ✉️

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 30 oct. 2015
En respuesta a @fetcheves
@fetcheves @MirtaArmesto #NiUnaMenos Importante difundir
change.org/karina para arrasar con el apoyo nacional



🗨️ 1 🍵 ✉️

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 29 oct. 2015
#NiUnaMenos @KarinaAbregu Podés sumarte a la marcha firmando
change.org/karina



🗨️ 5 🍵 5 ✉️

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 28 oct. 2015
 En respuesta a @Cris_noticias
 @Cris_telefe @telefenoticias #NiUnaMenos por favor difundir apoyo a Karina Abregú para que el país la apoye change.org/karina GRACIAS

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 28 oct. 2015
 @fetcheves @todonoticias #NiUnaMenos #KarinaAbregu #Justicia Clave apoyo hoy para llamar a los ciudadanos a apoyar change.org/karina

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 28 oct. 2015
 #NiUnaMenos #KarinaAbregu "La incendió y le dejó el 55% de su cuerpo quemado" change.org/karina Urgente firmar



C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 13 oct. 2015
 ¡Llegamos a las 10 mil firmas! #NiUnaMenos change.org/p/acompa%C3%B1a...
 vía @ChangeorgAR

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 6 oct. 2015
 Decimos: #NiUnaMenos Decimos: #JuntosContraLaViolenciaMachista Firmamos:
change.org/luchemostodos Dibujo de @pedripol



1 6 1

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 3 jun. 2016
#NiUnaMenos facebook.com/Change.orgArge...

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 2 jun. 2016
#NiUnaMenos m.facebook.com/story.php?stor...

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 12 jun. 2015
#NiUnaMenos ¡Victoria! change.org/p/niunamenos-L... vía @ChangeorgAR

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 3 jun. 2015
@MabelBianco @Marcelitaojeda #NiUnaMenos Más de 8000 firmas en change.org/niunamenos "Empecemos por algo concreto"



C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 3 jun. 2015
@fetcheves Más de 8.000 firmas en change.org/niunamenos Por favor difundir. "No quiero ser una más" #NiUnaMenos

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 3 jun. 2015
En respuesta a @Laoncediez
@Laoncediez @damianglanz @NadieDuerme1110 Por favor difundir change.org/niunamenos con más de 8.000 firmas de apoyo #NiUnaMenos

C. **Change.org Argentina** @ChangeorgAR · 2 jun. 2015
#NiUnaMenos "Mi historia es, desgraciadamente, un ejemplo de la desprotección que sufrimos las víctimas" change.org/niunamenos

Volver arriba 1

Anexo 3 Corpus de trabajo cuenta @ChangeorgAR


Cuenta: @ChangeorgLatino

- Total de tuits: 19

Enlace arrojado por la búsqueda avanzada:

www.twitter.com/search?l=&q=%23NiUnaMenos%20OR%20%23AND%20OR%20%23niunamenos%20from%3AChangeorgLatino&src=typd&lang=es



-  **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 24 ago. 2016
El movimiento **#NiUnaMenos** está creciendo en América Latina. Las mujeres de Colombia, Argentina y Perú,... youtu.be/RR3NZtP5Vyo?a
-    1 
-
-  **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 13 oct. 2016
El "Movimiento **#NiUnaMenos** y su efecto en la plataforma de [Change.org](https://change.org), lee la nota en [@El_Ciudadano](https://elciudadano.cl/2016/10/12/331...). elciudadano.cl/2016/10/12/331...
- 

The world's platform for change
Change.org is the world's largest petition platform, using technology to empower more than 200 million users to create the change they want to see.
change.org
-    1 
-
-  **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 19 oct. 2016
#NiUnaMenos **#NosotrasParamos** La Marcha Regional change.org/m/1169/u/878?r... vía [@ChangeOrgCO](https://twitter.com/ChangeOrgCO)
-    
-
-  **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 2 jun. 2015
¡Basta! Más presupuesto para terminar la violencia de género **#NiUnaMenos** pide Laura desde Argentina change.org/niunamenos
-    
-
-  **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 26 nov. 2016
#NiUnaMenos Un relato de las mujeres a través de América Latina y su lucha. youtube.com/watch?v=6w-r9A... **#niunamas**
- 

Movimiento #NiUnaMenos
El 25 de noviembre se celebra el Día Internacional De la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer. Miles de mujeres dicen ¡Basta! y hoy lideran el Movimie...
youtube.com
-   3  1 

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 11 abr. 2017
 Entra en change.org/todassomosclau... y pidamos a @JuanManSantos una fiscalía especial para los delitos de la mujer. #NiUnaMenos



alter eddie @altereddie
 #TodasSomosClaudia que el caso de Claudia Rodríguez no sea una estadística más

🗨️ 🔄 2 📧

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 24 ago. 2016
 #NiUnaMenos únete al movimiento en [Change.org/niunamenos](https://change.org/niunamenos)
youtu.be/RR3NZtP5Vyo vía @YouTube

🗨️ 🔄 1 📧

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 21 sept. 2018
 #NiUnaMenos - La historia de la poetisa que inició esta lucha (y que murió por ser mujer) eldefinido.cl/actualidad/mun... vía @eldefinido



#NiUnaMenos - La historia de la poetisa que inició esta lucha (y que ...
 Su nombre es Susana Chávez. Mexicana, poeta y activista que denunció los asesinatos sistemáticos de mujeres en Ciudad Juárez. En 1995 inició las ...
eldefinido.cl

🗨️ 🔄 1 📧 3

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 12 ago. 2016
 Arlette, te invita decir #NiUnaMenos: youtu.be/1VBYYQ2HruY?a via @YouTube

🗨️ 🔄 📧

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 9 may. 2018
 @MuniicaOficial @Mimp_Peru @FCillonizB Construyan la Comisaría de Mujeres para Ica, Alto a los feminicidios.

Ayúdalas a lograrlo, Firma en chn.ge/2I7eUPW
 #ChangeOrg #Peru #NiUnaMenos



🗨️ 🔄 📧

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 19 feb. 2018

"¡Justicia para Arlette Contreras! Su agresor quedó absuelto el pasado viernes de los cargos de los delitos de tentativa de feminicidio y tentativa de violación sexual". Hoy, miles se unen para Alto a la impunidad judicial. @NiUnaMenosPeru #NiUnaMenos

RT



Firma la petición
 #NiUnaMenos #JusticiaParaArlette
 change.org

1 8 9

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 24 nov. 2016

Movimiento #NiUnaMenos: youtu.be/6w-r9AjNpcg?a via @YouTube



Movimiento #NiUnaMenos
 El 25 de noviembre se celebra el Día Internacional De la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer. Miles de mujeres dicen ¡Basta! y hoy lideran el Movimie...
 youtube.com

8 9

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 24 nov. 2016

Movimiento #NiUnaMenos: youtu.be/vikb0ujBeiA?a via @YouTube

8 9

C. **Change.orgLatino** @ChangeorgLatino · 24 nov. 2016

Movimiento #NiUnaMenos: youtu.be/TPc-UMQXTs0?a via @YouTube

8 9

Anexo 4 Corpus de trabajo cuenta @ChangeorgLatino

Matriz categorial

- **Encabezado.**

Investigación
Comunidades virtuales generadoras de interacciones comunicativas en plataformas digitales. Caso: publicaciones de Change.org en Twitter con el #NiUnaMenos.
Pregunta problema
¿Qué interacciones comunicativas se generan a través de las publicaciones relacionadas con los casos de violencia contra la mujer en las cuentas oficiales de Twitter de la organización Change.org bajo el #NiUnaMenos?
Objetivo general
Analizar las interacciones comunicativas generadas a través de las publicaciones relacionadas con los casos de violencia contra la mujer, en las cuentas oficiales de Twitter de la organización Change.org, bajo el #NiUnaMenos.
Objetivos específicos
<ul style="list-style-type: none"> a) Identificar los contenidos relacionados con los casos de violencia contra la mujer, que se encuentran bajo el #NiUnaMenos. b) Caracterizar las interacciones comunicativas de las publicaciones, en la plataforma digital de Twitter. c) Contrastar los elementos que hacen parte del contenido que estimulan mayores interacciones.

- Primera variable.

Variables	Categorías	Subcategoría 1		Subcategoría 2	Subcategoría 3	Subcategoría 4	Subcategoría 5	
Interacciones comunicativas	Interaccionismo simbólico	Tipos de interaccionismo simbólico según Blumer	Primera premisa	Cosas	Significado			
			Segunda premisa	Surgimiento del significado	Tradición realista			
					Tradición idealista			
		Tercera premisa	Proceso de interpretación	Enfoque del interaccionismo simbólico				
				Etapa 1				
					Etapa 2			
		Imágenes radicales	Naturaleza de la vida en las sociedades y grupos humanos					
			Naturaleza de la interacción social	Actos				
				Formas de interacción en la sociedad humana según Mead	Interacción no simbólica			
			Interacción simbólica	Gestos				
	Naturalez de los objetos							
	El ser humano considerado como organismo agente		El auto-objeto					
	Naturaleza de la acción humana							
	Interconexión de la acción							
	Interacción	La interacción dirige las visitas	El usuario elige sus contenidos	Navegación como necesidad				
				Elección de contenido	Elementos ofrecidos por la interfaz			
					Usabilidad del sitio web	Herramienta interactiva simple	Buscador	
			Otros orígenes (enlaces)					
			El usuario usa aplicaciones que producen contenidos					
			El usuario genera contenidos	Personalidad virtual	Participación registrada	Suscripción	Ingreso de datos	Opinión
	Twitter	Comunicación en Twitter	Sincrónico					
			Asincrónico					
		Características de Twitter	Tuit o extensión del texto	Tuits en general				
				Menciones				
				Respuestas				
			Hashtag					
Botones de interacción			Reply o comentario					
			Like o Me gusta					
			Retweet	Retweet con comentario				
Mensaje directo								
Hilo								
Imagen								

▪ Segunda variable.

Variables	Categorías	Subtegoría 1	Subcategoría 2	Subcategoría 3	Subcategoría 4	Subcategoría 5	
Contenidos digitales	Características del contenido digital	Actualización					
		Múltiples medios o multimedia	Contenidos audiovisuales	Documentos de audio			
				Imágenes			
				Video			
				Gráficos interactivos			
		No lineal					
		Personal					
		Múltiples dispositivos de acceso	Computador personal	Consumo de información interactiva	Sistemas visuales		
					Sistema de sonido		
					Sistema de ingreso de datos	Teclado	
					Sistema de almacenamiento de información	Mouse	
			Dispositivos móviles	Smartphones			
				Personal Digital Assistants			
		Televisión					
		Consolas de juego					
		Contenidos que se relacionan	Hipervínculo				
		Los usuarios distribuyen el contenido	Producción de copias				
			Distribución				
		Los contenidos adquieren múltiples formatos	Formatos cortos de escritura para la web	Redacción para sitios web	Sucinto		
					Comprensión		
					Verbos directos		
					Evitar las explicaciones negativas		
					Jerarquización informática		
					Hechos en vez de discursos		
					Subtítulos destacados		
					Palabras significativas		
					Listas		
Enlaces a otras páginas							
Botones en vez de textos							
Sin abreviaciones y jerga técnica							
Conocimiento de la audiencia	El uso de logs						
	Establecimiento de marcas de código						

Anexo 7 Instrumento de generación y recolección de información. Segundo objetivo

▪ Tercer objetivo.

Objeto de descripción										Especificación de unidades de medida										
...

Anexo 8 Instrumento de generación y recolección de información. Tercer objetivo

Anexo del presupuesto de la investigación del 5 al 9 semestre

Rubros	Fuente	Función en el proyecto	Dedicación	Fuente	Valor en tiempo			
					Semestre 5			
					Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Personal	Autor	Tiempo destinado por parte del investigador por fuera de la academia, para avanzar la investigación.	48 horas por semestre.	Recursos propios	Horas dedicadas de trabajo individual: \$300.000			
	Formación académica	Aprendizaje que adquiere el investigador para generar un debido proceso investigativo como demanda la comunidad	48 horas por semestre (desde el octavo semestre aumenta el número de créditos, pero	Fondo EPM	Costo curso 1. Historia de las Sociedades y Modelos de la Comunicación/Horas dedicadas: 48 horas \$329.884			

		científica para este tipo de proyectos.	las horas dedicadas exclusivamente para el trabajo investigativo es de 3 horas por semana).		
Materiales	Papelería	Insumos que sirven para contextualizar y adentrarse a la labor investigativa.	Es variable.	Recursos propios	Total de fotocopias: \$22.000
	Lapiceros	Soportes que ayudan como instrumentos para plasmar las ideas en bruto de la investigación, antes de ser puestas con el proceso de rigurosidad en los sistemas pertinentes para hacer el proceso investigativo.	Permanente.	Recursos propios	Lapicero negro, unidad: \$1.000
	Cuadernos	Herramienta en la cual se	Permanente.	Recursos propios	Cuaderno 5 materias, unidad: \$5.500

		condensa los conocimientos expuestos en la academia, y que serán de amplia ayuda para corroborar procesos y etapas del proyecto.						
Equipos	Costo electricidad	Permite la función debida de los equipos que permiten la función vitalicia de plasmar las ideas condensadas en archivos digitales, los cuales permitirán la corrección y concreción del trabajo investigativo.	Permanente.	Recursos propios	\$71.054	\$60.122	\$59.677	\$62.241
	Costo internet	Permite la incursión y estudio a trabajos y teorías que	Permanente.	Recursos propios	\$84.645	\$84.645	\$84.645	\$84.645

		están almacenadas en el amplio mundo de la web.						
Transporte	Transporte público	Posibilita el acceso necesario del investigador a la academia, a su formación, y a la búsqueda oportuna en las bibliotecas y bases de datos.	Se hace necesario el uso mínimo de 2 veces por semana, es decir unas 32 veces por semestre.	Recursos propios	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000
Otros	Refrigerio	Sirve como proporción de nutricional y calórica al investigador, para que lleve a cabo adecuadamente su labor de estudio del fenómeno.	Una vez por día invertido, es decir necesariamente 16 veces por día invertido a la investigación.	Recursos propios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000

Anexo 9 Presupuesto de la investigación del 5 semestre

Rubros	Fuentes	Valor en el tiempo			
		Semestre 6			
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4

Personal	Autor	Recursos propios	Horas dedicadas de trabajo individual: 48 horas: \$300.000			
	Formación académica	Fondo EPM	Costo curso 2. Epistemología de la Educomunicación/Horas dedicadas: 48 horas: \$329.884			
Materiales	Papelería	Recursos propios	Total de fotocopias: \$2.000			
	Lapiceros	Recursos propios	Lapicero negro, unidad: \$1.000			
	Cuadernos	Recursos propios	Cuaderno 5 materias, unidad: \$5.300			
Equipos	Costo electricidad	Recursos propios	\$76.552	\$60.864	\$55.175	\$89.487
	Costo internet	Recursos propios	\$89.645	\$89.645	\$89.645	\$89.645
Transporte	Transporte público	Recursos propios	\$42.000	\$42.000	\$42.000	\$42.000
Otros	Refrigerio	Recursos propios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000

Anexo 10 Presupuesto de la investigación del 6 semestre

Rubros	Fuentes	Valor en el tiempo			
		Semestre 7			
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4

Personal	Autor	Recursos propios	Horas dedicadas de trabajo individual: 48 horas: \$300.000			
	Formación académica	Fondo EPM	Costo curso 3. Teorías Cognitivas y del Aprendizaje/Horas dedicadas: 48 horas: \$329.884			
Materiales	Papelería	Recursos propios	Total fotocopias \$0			
	Lapiceros	Recursos propios	Lapicero negro, unidad: \$1.000			
	Cuadernos	Recursos propios	Cuaderno 5 materias, unidad: \$5.600			
Equipos	Costo electricidad	Recursos propios	\$73.798	\$61.753	\$63.048	\$61.336
	Costo internet	Recursos propios	\$89.645	\$89.645	\$89.645	\$89.645
Transporte	Transporte público	Recursos propios	\$42.000	\$42.000	\$42.000	\$42.000
Otros	Refrigerio	Recursos propios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000

Anexo 11 Presupuesto de la investigación del 7 semestre

Rubros	Fuentes	Valor en el tiempo			
		Semestre 8			
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4

Personal	Autor	Recursos propios	Horas dedicadas de trabajo individual: 48 horas: \$300.000			
	Formación académica	Fondo EPM	Costo curso 4. Semiótica de la Educomunicación/Horas dedicadas: 80 horas: \$494.826			
Materiales	Papelería	Recursos propios	Total fotocopias \$0			
	Lapiceros	Recursos propios	Lapicero negro, unidad: \$1.000			
	Cuadernos	Recursos propios	Cuaderno 5 materias, unidad: \$5.500			
Equipos	Costo electricidad	Recursos propios	\$67.134	\$53.660	\$66.147	\$52.912
	Costo internet	Recursos propios	\$94.645	\$94.645	\$94.645	\$94.645
Transporte	Transporte público	Recursos propios	\$26.400	\$26.400	\$26.400	\$26.400
Otros	Refrigerio	Recursos propios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000

Anexo 12 Presupuesto de la investigación del 8 semestre

Rubros	Fuentes	Valor en el tiempo			
		Semestre 9			
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4

Personal	Autor	Recursos propios	Horas dedicadas de trabajo individual: 48 horas: \$300.000			
	Formación académica	Fondo EPM	Costo curso 5. Etnografía de la Comunicación-Educación/Horas dedicadas en asesorías: 20 horas: \$494.826			
Materiales	Papelería	Recursos propios	Total fotocopias \$0			
	Lapiceros	Recursos propios	Lapicero negro, unidad: \$1.000			
	Cuadernos	Recursos propios	Cuaderno 1 materia, unidad: \$2.500			
Equipos	Costo electricidad	Recursos propios	\$60.650	\$52.000	\$62.120	\$62.00
	Costo internet	Recursos propios	\$95.000	\$95.000	\$95.000	\$95.000
Transporte	Transporte público	Recursos propios	\$11.000	\$11.000	\$11.000	\$11.000
Otros	Refrigerio	Recursos propios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000

Anexo 13 Presupuesto de la investigación del 9 semestre

Fichas textuales de artículos y tesis de investigación

Descripción. Artículo realizado por: Soengas-Pérez, X., y Assif, M. (2017). El ciberactivismo en el proceso de cambio político y social en los países árabes. Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación, 49-57.

<p>Obtenido de: Revista Comunicar: https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar53.pdf</p>
<p>Localización: revista científica de comunicación y educación Comunicar.</p>
<p>Ficha núm. 1.</p>
<p>Tipo de ficha: textual.</p>
<p>No. clasificación: artículo de revista. Comunicar n.º 53.</p>
<p>Palabras claves: ciberactivismo, cambio político, países árabes, regímenes, cambio, censura oficial, protestas, empoderamiento ciudadano, gobiernos, hermanos musulmanes, comportamiento autoritario, protestas, democracia, redes sociales, educación, tolerancia, pluralidad, costumbres, WhatsApp, denunciar, injusticias, sociedad, convulsa, plataforma, tradición, transversalidad, la Red.</p>
<p>Contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El hecho de que exista oficialmente democracia en un país no garantiza un desarrollo pleno de las libertades individuales, ni colectivas, porque en varios países árabes permanecen soterrados elementos y esquemas de funcionamiento que favorecen y toleran comportamientos autoritarios” (Soengas-Pérez & Assif, 2017). • Cuando existe un control político y social excesivo se reduce la pluralidad y no se garantizan los derechos fundamentales, que son la base de la democracia, y los ciudadanos se rebelan y protestan, y buscan fórmulas para esquivar el autoritarismo y denunciar las injusticias. (Soengas-Pérez & Assif, 2017) • Los sectores más inconformistas de la sociedad han encontrado en Internet y en las redes sociales un instrumento ideal para ejercer el ciberactivismo, desde donde pueden canalizar las críticas contra los abusos de poder de las autoridades, programar y realizar acciones reivindicativas” (Majdoubi, 2012, Ortiz- Galindo, 2015, citados en Pérez y Assif, 2017). En este contexto es donde procede situar y analizar las claves del empoderamiento ciudadano de la sociedad de Túnez, de Egipto y de Libia (Peña-López, 2009; Tufte, 2015).

“una actitud que forma parte del proceso renovador emprendido en 2011 con gran implicación de una parte importante de los ciudadanos, especialmente los jóvenes, que tenían referencias de otras formas de gobierno y de convivencia y, además, conocían las claves de la lucha activa gracias a los contactos que mantenían con los movimientos de ciberactivismo de Europa y de América. (Soengas-Pérez & Assif, 2017, p. 50)

- El contacto con otras culturas es un factor determinante cuando se inicia un proceso de cambio porque permite conocer otros modos de vida” (Ortiz-Galindo, 2014, citado en Pérez y Assif, 2017). “En este sentido, Internet y las redes sociales posibilitaron relaciones con el exterior y contribuyeron, primero, al despertar social que desembocó en las revueltas árabes de 2011. (Dahlgren, 2011; Roces, 2011, citado en Pérez y Assif, 2017, p. 50)
- Sus propuestas se identifican con unos valores que defienden la igualdad económica y social de todos los ciudadanos y rechazan los privilegios históricos que existen todavía en países como Túnez, Egipto y Libia, que benefician a sectores muy concretos y fomentan la desigualdad. Y estos ciudadanos han encontrado en el ciberactivismo un instrumento adecuado para canalizar sus ideas y luchar por sus objetivos. (Tascón y Quintana, 2012, Pérez y Assif, 2017, p. 51)
- se ha entrevistado a 30 jóvenes de Túnez, de Egipto y de Libia, 10 de cada país, con edades comprendidas entre 25 y 30 años, que participaron a través de Internet y de las redes sociales en el proceso que impulsó las revueltas de 2011 y que siguen siendo ciberactivistas desde entonces. [...] El 72% de los jóvenes entrevistados mantiene una ciberactividad constante en Internet y en las redes sociales desde el comienzo de las revueltas árabes, como mínimo tres días a la semana, con mayor intensidad cuando existen problemas puntuales que requieren una atención especial, por ejemplo, si se aprueba alguna ley restrictiva o si se practican detenciones arbitrarias. El 20% redujo su participación después de 2011 durante más de un año, pero ha vuelto a retomarla progresivamente al ver que los gobiernos no realizaban la mayoría de los cambios anunciados inicialmente. Y el 8% también mantiene la

fidelidad a las redes sociales, pero colabora de forma puntual, normalmente en momentos en los que se intensifican las acciones para presionar sobre algún tema concreto. (Soengas-Pérez & Assif, 2017, pp. 51-52)

- El 81% asegura que está comprometido con el proceso de modernización de su país por responsabilidad, por convicción y por obligación, y considera que el ciberactivismo es necesario porque es eficaz, relativamente seguro, puede operar al margen de los controles políticos y de la censura del régimen, y es asequible para la mayoría de los ciudadanos. Además de un instrumento de lucha, para el 62% Internet y las redes sociales son una vía de liberación porque les permiten canalizar sus inquietudes y compartirlas con otros ciudadanos que tienen las mismas preocupaciones [...] Y el 81%, como se apuntaba antes, cree que es una obligación luchar para mejorar la sociedad, y una forma de hacerlo es convertir el ciberactivismo en portavoz de los ciudadanos más desprotegidos y utilizar los conocimientos, los recursos y la experiencia de los que están en una posición más cómoda para denunciar el autoritarismo de los gobiernos y acabar con la corrupción y con las desigualdades. (Soengas-Pérez & Assif, 2017, p. 52)
- “El 65% valora la unidad de acción, pero el 52% sostiene que una persona, para sentirse útil, primero necesita desarrollar su potencial como individuo y, luego, como miembro del entorno al que pertenece” (Soengas-Pérez & Assif, 2017, p. 53).
- Los choques de sentimientos, de valores y de normas, propios de una sociedad en la que conviven tradición y modernidad, generan numerosos conflictos personales y sociales, que afectan de una forma determinante al desarrollo del proceso de cambio y a la construcción de una sociedad moderna. Y en este contexto el ciberactivismo juega un papel determinante. (Soengas-Pérez & Assif, 2017)
- En Túnez, en Egipto y en Libia todavía no se han realizado todos los cambios que estaban previstos y consensuados y, mientras no se consoliden las estructuras propias de un Estado moderno que garantice a los ciudadanos libertades individuales y derechos colectivos plenos, es importante que exista

una ciudadanía crítica activa. (Soengas-Pérez & Assif, 2017)

- Por primera vez el flujo comunicativo que se generaba en Internet y en las redes sociales estaba fuera del control del Gobierno porque en la Red cada ciudadano tiene la posibilidad de ser emisor y receptor y, además, hacerlo desde cualquier lugar y en cualquier momento, y esta circunstancia convierte a las redes sociales en incontrolables. Y aquí es donde radica parte del valor del ciberactivismo porque los gobiernos no pueden luchar contra una plataforma que trasciende sus capacidades. (Soengas-Pérez & Assif, 2017)
- Muchos de los jóvenes entrevistados, que son representativos de un amplio sector de la población, no se sienten valorados ni protegidos por las autoridades de su propio país, a las que acusan de tener unos intereses incompatibles con el servicio público. Y la marginación ha generado un descontento que ha derivado en un proceso de empoderamiento ciudadano y en un movimiento propio de una sociedad crítica, que canaliza sus inquietudes a través del ciberactivismo para transformar las reivindicaciones personales en una lucha colectiva. (Soengas-Pérez & Assif, 2017, p. 55)
- Al no haber estabilidad política, no hay estabilidad social. Los gobiernos de Túnez, de Egipto y de Libia no son estables y no tienen libertad de acción porque dependen de otros gobiernos extranjeros, especialmente de EEUU, a quien acusan el 56% de los ciberactivistas de imponer valores occidentales incompatibles con muchas de las tradiciones culturales árabes. Estos mismos jóvenes califican a sus gobiernos como autoritarios ante los ciudadanos y débiles ante las presiones internacionales. (Soengas-Pérez & Assif, 2017)
- “Su filosofía y su proyecto social consisten en buscar un equilibrio donde sea posible incorporar los cambios necesarios para mejorar el bienestar de los ciudadanos, sin perder la identidad” (Soengas-Pérez & Assif, 2017, p. 56).

Observaciones: las revueltas sociales generadas en el año 2011 en los países árabes -República Árabe de Egipto, República Tunecina y el Estado de Libia-, son muestra clara de que los jóvenes están tomando control de acciones que generen el cambio social. Esta toma de acciones ocurre cuando los gobiernos privilegian a una minoría, dejando de lado las necesidades que tienen el resto

de la sociedad. Es por medio del inconformismo en redes sociales que las personas pasan a expresarlas públicamente por medio de manifestaciones para el cambio de políticas, que puedan garantizar la libertad individual y el bien común. Después de la primavera árabe, los jóvenes han aumentado su participación en la red, pero también ha aumentado la crítica ante el adoctrinamiento de políticas “occidentales”, políticas que muchas veces atentan o van en contra de las tradiciones de dichos países, distorsionándola y hasta incluso inhibiéndolas.

Fecha: 07 –10 – 2017.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 14 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 1

Descripción. [Mancera, A. \(2014\). Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores.](#)

Obtenido de: Revista de Filología de la Universidad de La Laguna, 2014.

Localización: depósito de investigación Universidad de Sevilla.

Ficha núm. 2.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: artículo de revista. Revista de filología de la Universidad de La Laguna, 32, 163-180.

Palabras claves: caracteres, Twitter, interacciones, periodistas, prosumidores, web 2.0, discurso mediado por ordenador, cortesía.

Contenido.

- El propósito de este artículo es analizar las interacciones entre los periodistas españoles con mayor notoriedad en la Web 2.0 y los seguidores de sus perfiles en la red social Twitter. Estos últimos pueden considerarse prosumidores, pues han logrado abandonar la postura pasiva que durante décadas ha caracterizado a las audiencias de los medios de comunicación, para convertirse en productores de contenidos. Mediante el análisis de un corpus de más de mil tuits, en este trabajo se trata de demostrar cómo algunos principios en los que se basan las últimas investigaciones sobre el

discurso mediado por ordenador son sacrificados en beneficio de la cortesía cuando se da una finalidad interactiva, en la que la protección y el refuerzo de la imagen social son las principales metas. (Mancera, 2014, p. 163)

- De acuerdo con el ranking de Burson-Marsteller, el primer lugar en la clasificación de los tuiteros con mayor influencia en España lo ocupa Jordi Évole⁴ —@jordievole, con un «índice Klout» de 76 puntos—, seguido muy de cerca por Ignacio Escolar —@iescolar, con 74 puntos— y por Pedro J. Ramírez —@pedroj_ramirez, con 73 puntos— y Ana Pastor —@_anapastor_, con 72 puntos—. A continuación, en las posiciones séptima y octava de la lista se sitúan respectivamente Julia Otero⁵ —@julia_otero, con 68 puntos— y Fernando Garea⁶ —@Fgarea, con 66 puntos—. Dada la objetividad de los parámetros en los que se basa el estudio mencionado, he decidido fundamentar mi investigación en el análisis de los mensajes publicados en los perfiles de estos seis periodistas. Y es que, al encontrarse entre los comunicadores con mayor notoriedad en Twitter, sus actividades de imagen podrían considerarse representativas de este grupo profesional. Así, he recopilado un corpus que abarca los tuits difundidos por dichos periodistas durante las dos semanas que transcurrieron entre el 28 de enero y el 11 de febrero de 2013. La selección de este corpus me ha parecido lo suficientemente representativa, pues abarca un total de 1.980 tuits. Esta cifra engloba, por una parte, los mensajes redactados por cada periodista⁷, que constituyen un total de 990 tuits. Por otra parte, he recopilado también el mismo número de textos redactados por los seguidores⁸ de estos perfiles, para poder analizar las interacciones entre ambos. (Mancera, 2014, p. 166)
- Como han puesto de manifiesto Herring (2001) o Crystal (2008), el DMO no puede considerarse de manera homogénea, sino en función de las peculiares características de cada género. Por tanto, es preciso tener en cuenta los principales rasgos que condicionan el desarrollo del discurso en Twitter. Así, la comunicación en esta red social suele definirse como

simétrica y polifónica (Menna, 2011), ya que cualquier usuario es un potencial emisor de contenidos, y sus mensajes son susceptibles de ser comentados por cualquier otro en cualquier momento. De forma que aunque las coordenadas espacio-temporales del enunciador y sus enunciatarios difieren, la inmediatez en el envío y en la recepción de los mensajes crea la impresión de que el canal se encuentra permanentemente abierto. Esto resulta muy positivo para la imagen del periodista, pues le ayuda a presentarse como un individuo cercano a sus lectores, siempre disponible para cualquier consulta vinculada con la actualidad noticiosa. (citados en Mancera, 2014, pp. 166-167)

- El desarrollo de la Web 2.0 podría conducirnos a una nueva interpretación de la teoría de la agenda-setting (McCombs y Shaw, 1972), de acuerdo con la cual las audiencias de los medios de comunicación han abandonado su actitud pasiva para interactuar con los periodistas incidiendo en el propio discurso informativo. En el caso de Twitter, aunque las peculiaridades del canal permiten tan solo una comunicación asíncrona, en la que no tienen cabida ni los elementos prosódicos ni los rasgos proxémicos y cinésicos característicos de la interacción cara a cara, los periodistas y sus seguidores han desarrollado una serie de estrategias para recrear la ecología conversacional. En este contexto la cortesía y las actividades de imagen desempeñan un papel muy importante, tanto más cuanto que las estrategias habituales en situaciones cara a cara pueden ser hasta cierto punto transferibles al DMO. (citados en Mancera, 2014, pp. 166-167)
- Por ejemplo, he tratado de poner de manifiesto cómo a través de su perfil en esta red social los periodistas tratan de acortar la distancia interpersonal mediante una serie de actividades de gestión de la imagen encaminadas a paliar en cierta medida las consecuencias de la distancia física que los separa de quienes les siguen en Twitter. Así, al tiempo que se muestran como personas conscientes de las exigencias que su rol profesional conlleva —preocupadas por informar al ciudadano y disponibles en todo momento para aclarar sus dudas sobre la actualidad noticiosa—, expresan

sus opiniones y sentimientos, y se presentan como individuos abiertos al diálogo, para los que las observaciones de sus seguidores resultan de gran relevancia. Además, con el doble objetivo de tomar el pulso a la opinión pública y de contar con un índice Klout más elevado, es frecuente que planteen desde su perfil cuestiones que incentivan el debate. (Mancera, 2014, pp. 166-167)

- Por su parte, los prosumidores dedican también al periodista numerosos tuits en los que predominan los actos de alabanza hacia su imagen, en forma de halagos que ponderan su inteligencia o su capacidad de trabajo. A ellos cabe añadir las múltiples manifestaciones de acuerdo con lo dicho o hecho por estos, lo que redundará por tanto en beneficio de la llamada cortesía de solidaridad. De esta forma se refuerza —de manera directa o indirecta— la imagen de los destinatarios de este tipo de tuits, en los que los seguidores de estos a los que podríamos denominar líderes de opinión hacen uso de una cortesía valorizante, al tiempo que exhiben una pretendida familiaridad¹⁸ con ellos, potenciando así su necesidad de afiliación. (Mancera, 2014, p. 177)

Observaciones: para Ana Mancera (2014) los seguidores de los perfiles en la red social de Twitter son prosumidores pues abandonan las posturas pasivas de los medios de comunicación para luego ser los creadores de contenido, la autoría del artículo *Cortesía en 140 caracteres: interacciones en Twitter entre periodistas y prosumidores*, analizó un total de más de mil tuits basado en «demostrar cómo algunos principios en los que se basan las últimas investigaciones sobre el discurso mediado por ordenador son sacrificados en beneficio de la cortesía» en donde el fin ha de ser la interacción y en donde el refuerzo de la imagen social y la protección son las metas primordiales (p. 163); Twitter ofrece a los periodistas generar una conexión directa con su audiencia o lectores, los periodistas Pedro J. Ramírez, Ana Pastor o Ignacio Escobar han usado la estrategia de dedicar publicaciones en la contextualización de contenidos generados por estos mismos, además de brindar intercambio de opiniones e información personal con aquellos usuarios que los siguen

(Noguera, 2012, citado en Mancera, 2014), dichas prácticas o interacciones de forma repetida les ha generado notoriedad en Twitter según el estudio conceptual de influencia bajo el modelo Klout, teniéndose en cuenta la cantidad cuantitativa de seguidores que posee el perfil, también las interacciones o menciones que se genera en internet (p. 165). El discurso mediado por ordenador (DMO) no debe tomarse de forma homogénea, sino en las características principales «de cada género» (Hering, 2001 y Crystal, 2008, citado en Mancera, 2014), en Twitter por ejemplo la comunicación es polifónica y simétrica (Menna, 2001, citado en Mancera, 2014) pues cualquier persona es tomada como «potencial emisor de contenidos, y sus mensajes son susceptibles de ser comentados por cualquier otro en cualquier momento» dicho medio crea un entorno donde hace creer que el periodista es cercano a sus receptores por la inmediatez que se da en los procesos de emisión y recepción de publicaciones «crea la impresión de que el canal se encuentra permanentemente abierto» (pp. 166-167).

Fecha: 07 –05 – 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 15 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 2

Descripción. Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo y pensamiento, 26-39.

Obtenido de: Redalyc: <http://www.redalyc.org/html/860/86020038002/>

Localización: Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, Redalyc.

Ficha núm. 3.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: artículo de revista. Signo y Pensamiento, vol. XXX, n.º 58.

Palabras claves: comunicación, Segunda Guerra Mundial, cambio social, teorías, Estados Unidos de América, tercer mundo, modernización, Latino América, participación, medios masivos, comunicación educativa, URSS, colonias, recursos naturales, independencia, cooperación militar, estrategias, países industrializados, Europa, África, mercadeo social, comunicación alterna,

hegemonía.

Contenido.

- Dos corrientes principales se distinguen durante las cinco décadas pasadas: por una parte, una comunicación inspirada en las teorías de la modernización y en técnicas derivadas de las estrategias de información utilizadas por el gobierno de Estados Unidos de América durante la Segunda Guerra Mundial y por la industria norteamericana para publicitar sus productos comerciales; por otra, una comunicación nacida de las luchas sociales anticoloniales y antidictatoriales del Tercer Mundo, que tienen su referente académico en las teorías de la dependencia. (Gumucio, 2011)
- Una de sus premisas principales es que la información y el conocimiento son en sí factores de desarrollo, y que las tradiciones y las culturas locales constituyen una barrera para que los países del Tercer Mundo alcancen niveles de desarrollo similares a aquéllos de los países industrializados. (Gumucio, 2011)
- las causas del subdesarrollo son estructurales, tienen que ver con la tenencia de la tierra, con la falta de libertades colectivas, con la opresión de las culturas indígenas, con la injusticia social y otros temas políticos y sociales, y no solamente con la carencia de información y conocimiento. Estos modelos promueven cambios sociales colectivos antes que individuales, y acciones de comunicación desde las comunidades y no para las comunidades. (Gumucio, 2011)
- —la modernización y la participación— se han desarrollado en paralelo durante varias décadas, a veces en abierta confrontación, tanto en el ámbito teórico como en el terreno de la práctica. A fines de la década de 1990, sin embargo, pudieron rescatarse algunos elementos de convergencia en modelos que combinan el uso de los medios masivos con la comunicación educativa y participativa. (Gumucio, 2011, p. 28)
- Las nuevas estrategias que surgieron para mantener la influencia de los países industrializados en el Tercer Mundo incluyen la cooperación militar y

la ayuda para el desarrollo, lo cual tiene como función conservar los lazos políticos y económicos de las potencias con sus ex colonias, y, al mismo tiempo, abrir nuevos. (Gumucio, 2011)

- Francia, Bélgica e Inglaterra —por medio de acuerdos de cooperación— mantienen un control casi absoluto de sus ex colonias en África, y cuando es necesario usan a dirigentes locales muy dóciles para exterminar a quienes se oponen al modelo neocolonial, como sucedió con Patrice Lumumba y tantos otros líderes progresistas [...] La cooperación internacional se desarrolla en los “patios traseros” de las potencias occidentales, con el doble fin de colocar su producción industrial y de mantener su influencia política y económica. (Gumucio, 2011, p. 29)
- En esencia, nada ha cambiado hasta el día de hoy en los planteamientos sobre el desarrollo. El argumento central es que los países pobres necesitan tecnificarse, adquirir nueva tecnología para mejorar su producción e incrementar su producto nacional bruto; y para ello tienen que renunciar a sus tradiciones cuando éstas representan un freno para el concepto de desarrollo que quiere imponer Occidente. El desarrollo es concebido —ahora y entonces— como la necesidad de modelar las naciones pobres a imagen y semejanza de los países industrializados. (Gumucio, 2011)
- Estiman que la introducción de nuevas tecnologías y de nuevos “conocimientos” en los países pobres debería ser el camino por seguir para modernizar a campesinos “analfabetos e incultos”. Esta premisa supone que el “conocimiento” es un privilegio de los países ricos, y que los países pobres carecen de él. La transferencia de información —decían los defensores de la difusión de innovaciones— permitiría mejorar la calidad de vida de los pobres. (Gumucio, 2011, p. 30)
- En el proceso de contrarreforma agraria, la comunicación dirigida desde la agencia norteamericana de información echó mano de todos los recursos disponibles: radio, cine, televisión, carteles, en un intento de convencer a las mayorías indígenas de que debían aceptar las medidas dictadas por los

militares golpistas. Aunque dominante en América Latina, el modelo de la difusión de innovaciones no benefició a las poblaciones rurales, sino a los terratenientes. (Gumucio, 2011, p. 31)

- Los defensores del mercadeo social afirman que se originó en una voluntad de la industria y de la academia de Estados Unidos de América de mostrar una mayor sensibilidad hacia los temas sociales. En el contexto político de la década de los sesenta, marcado por las manifestaciones de estudiantes contra la guerra de Vietnam, contra el racismo y a favor de mayores libertades civiles, la industria y el propio Estado comprendieron que debían atender también los temas sociales. (Gumucio-Dragon, 1991, citado en Gumucio-Dragon, 2011)
- “Los mensajes producidos con la tecnología de punta tenían por misión persuadir, no educar” (Gumucio, 2011, p. 32).
- El aspecto fundamental en la comunicación alternativa es la apropiación de los medios. Esto no quiere decir —aunque hubo casos— que los medios privados fueran tomados por asalto. El sentido de “apropiación” debe entenderse como un modo de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales. (Gumucio, 2011, p. 36)
- El concepto central que define a la comunicación para el cambio social ha sido encapsulado de esta manera: es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos. (Communication for Social Change Consortium, 2003, citado en Gumucio-Dragon, 2011, p. 37)
- Participación comunitaria y apropiación: sobran las experiencias de comunicación, en el contexto de los cambios sociales y del desarrollo, que han fracasado debido a la falta de participación y compromiso de los actores y sujetos del cambio. Las experiencias de “acceso” a los medios son claramente insuficientes y con frecuencia resultan en manipulaciones interesadas. (Gumucio, 2011)
- Uso de tecnología apropiada: la fascinación por las novedades

tecnológicas, que a veces se presentan como condiciones indispensables para el desarrollo, puede derivar en una mayor dependencia. Innumerables proyectos han fracasado porque fueron dotados de tecnología que no podían amortizar, ni renovar, ni controlar. (Gumucio, 2011, p. 38)

Observaciones: después de la Segunda Guerra Mundial, varios países proclamaron su independencia de las grandes potencias europeas (Francia, Inglaterra y Portugal). Con Europa casi destruida en su totalidad, Estados Unidos de América. decide aprobar el Plan Marshall, en el que se financiaría la reconstrucción de los países de Europa. Después de la independencia de las colonias, los países primermundistas harían comunicados (propagandas, televisión, radio, periódico, etc.) en los países tercermundistas, para mantener el control en dichos territorios. Es así como surgiría el ideal de que los países de América Latina, de África y Asia debía de enfocar su trabajo en la producción agrícola.

Con el tiempo surgiría la comunicación para el cambio social. El autor habla de que su principal importancia radica en que se da una coalición entre los individuos y comunidades afectadas. Estos a su vez se deben de apropiar de sus afectaciones, incluso de sus sistemas de comunicación, ya que los grupos hegemónicos son los que poseen las principales cadenas de transmisión de contenido. Es allí donde radica la importancia de los medios de comunicación alternativos, pueden transmitir contenidos que se desligan de intereses políticos o económicos que solo beneficiarían a las personas que tienen poder.

Fecha: 08 –10 - 2017.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 16 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 3

Descripción. Rodríguez, R., Peña, P., y Sáez, C. (2014). Crisis y cambio social en Chile (2010-2013): el lugar de los medios de los movimientos sociales y de los activistas digitales. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-, 12(24), 71-93.

Obtenido de: Scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v12n24/v12n24a5.pdf>

Localización: librería virtual para América Latina, el Caribe, España y Portugal.

Scielo Colombia.
Ficha núm. 4.
Tipo de ficha: textual.
No. clasificación: artículo de revista. Anagramas Volumen 12, n.º 24.
Palabras claves: movimientos, internet, web social, neósfera pública, mediocéntrico, participación ciudadana, ciudadanía comunicativa, pensamiento tecnoutópico, comunicación, activismo digital, esfera pública, estudiantes, medios alternativos, medios convencionales, medios efímeros, radio local, redes sociales, 27F, desastres naturales, movimiento estudiantil, República de Chile, ONG.
<p>Contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Según un estudio publicado por el Instituto Nacional de Derechos Humanos (INDH, 2012), en Chile se registran 97 conflictos socioambientales a partir del año 2010, entendiéndose bajo este concepto Disputas entre diversos actores [...] manifestadas públicamente y que expresan divergencias de opiniones, posiciones, intereses y planteamientos de demandas por la afectación (o potencial afectación) de derechos humanos, derivada del acceso y uso de los recursos naturales, así como por los impactos ambientales de las actividades económicas. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014) • El año 2011 abre un nuevo ciclo de movilizaciones estudiantiles, convocadas tanto por estudiantes universitarios como por secundarios. Su objetivo es el rechazo al fuerte carácter privado y comercial del sistema educacional chileno, que se origina durante la dictadura de Pinochet, la que deja al Estado como regulador antes que como garante de la educación al delegar gran parte de la enseñanza al sector privado. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, p. 73). • Si bien durante 2012 el movimiento estudiantil se mantiene en una fase de baja intensidad, explotan nuevos conflictos relacionados con medio ambiente y energía a lo largo del país” (Aysén, Pelequén, Freirina, Petorca, Huasco, citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014) “y tanto los medios

comunitarios como las redes sociales y diversas formas de activismo digital mantienen informados a los agentes movilizados, aunque en una lógica atomizada. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, p. 74).

- los medios con frecuencia 'son definidos simplemente como canales tecnológicos de mensajes, antes que como las complejas instituciones sociotécnicas que actualmente son'" (Downing, 2008, citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014). "A pesar de que como señala Rovira (2012) 'la comunicación es una de las actividades definitorias de cualquier movimiento social'. (citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014)
- Para Tilly y Wood (2009) los movimientos sociales se caracterizan por la síntesis de tres elementos: reivindicaciones (campañas), un repertorio de formas combinadas de acción política y manifestaciones públicas y concertadas de ello (demostraciones)" (citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014). "El movimiento social no se constituye por una sola de estas características, sino por la interacción / combinación entre ellas. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, p. 74)
- los movimientos sociales se dan cuando se producen cambios en la estructura de las oportunidades y restricciones políticas que crean los incentivos para nuevas acciones. No obstante, utiliza la categoría más genérica de acción colectiva contenciosa, para abarcar movimientos sociales, ciclos de protesta y revoluciones [...]" (Rodríguez, Peña y Sáez, 2014). "Rucht (2004), quien analiza los movimientos sociales en Estados Unidos de América (los nuevos movimientos sociales de los 60 como los actuales movimientos globales) ante la falta de resonancia de sus actividades y demandas en los medios de comunicación distinguiendo cuatro tipos de reacciones fundamentales, a las que denomina 'cuatro A': **abstención, ataque, adaptación y alternativas** [...]" la alternativa es el intento de los movimientos sociales de crear sus propios medios o espacios públicos de comunicación independiente. (citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014, p. 75)
- no nos parece adecuado establecer una relación unívoca entre medios de

los movimientos sociales y activismo digital: no todo el activismo digital se articula en forma de comunicación de los movimientos sociales. A veces, solo corresponde a instancias de autoexpresión [...] Es comunicación de masas porque procesa mensajes de muchos para muchos y potencialmente puede llegar a muchos receptores y conectarse a incontables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo. Es autocomunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes digitales que quiere recuperar (Castells, 2012, citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014, p. 76)

- tras el desastre natural de 27F: “Esta deuda de la televisión espectacularizante con un público más activo es la que, pensamos, vino a cubrir la web social como espacio de construcción de discursos colectivos [...] En el caso de los usos de la web social, detectamos tres acercamientos diferenciados; autoexpresión, iniciativas nacionales e internacionales de voluntariado online, e iniciativas territoriales de ONG nacionales. [...]Autoexpresión. Por primera vez en Chile la web (principalmente a través de redes sociales como Twitter, Facebook y Youtube) se convierte en plataforma para la difusión de relatos testimoniales de un desastre natural de gran magnitud (en el caso del maremoto, incluso antes de que las autoridades lo confirmaran). En febrero de 2010 había 100 mil usuarios chilenos en la red social de ‘microblogging’, twitter [sic.]. Luego del terremoto, esta cifra aumentó en 190 %” (The Lab Y&R, 2010, citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014). “Posteriormente, en su visita a Chile, Jenna Dawn señaló que este porcentaje se incrementó en 500 % en los tres meses siguientes y que se enviaron 2.392.839 ‘tweets’ asociados con el hashtag #terremotochile. (América Economía, 2011, citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014, p. 80)
- Voluntariado online. Al igual que en el caso de terremotos como el de Haití y Japón, surgieron rápidamente iniciativas institucionales internacionales de voluntariado a través de la web social en contextos de crisis, como es el

caso de Ushahidi y de ciertas aplicaciones realizadas desde Google, así como proyectos de carácter nacional, tales como Digitales por Chile, Chile Ayuda y Desafío Levantemos Chile. Se crearon blogs y sitios web para canalizar ayuda material y monetaria, no necesariamente coordinadas con la ayuda entregada por el Gobierno central. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014)

- Varias ONG nacionales se focalizaron en el acompañamiento de las comunidades afectadas con el objetivo de fortalecer sus propias capacidades de contraloría social en el proceso de reconstrucción, valiéndose para ello del uso de herramientas y plataformas online, como fue el caso de Reconstruye, Construyamos Ciudadanía y Levantemos Ciudadanía. Sin embargo, un punto a analizar críticamente es la incapacidad de estas iniciativas para complementar o fortalecer a las comunidades afectadas, desarrollando estrategias de capacitación, transferencia y acompañamiento en el uso y apropiación estratégica de las TIC, especialmente a través del acceso a teléfonos móviles o de Internet en lugares de acceso público. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, p. 81)

- Desde el Movimiento estudiantil del 2011:

El Internet en el movimiento estudiantil estuvo asociado principalmente a su uso como canal de resonancias de la autoexpresión. Las redes sociales (principalmente Twitter y Facebook) fueron usadas, básicamente, para promover, coordinar y difundir formas efímeras de comunicación. Se generaron # (hashtags) propios del movimiento estudiantil como #Yoapoyoalosestudiantes, #estudiantazo y #movilizados2011; se transmitió vía streaming las marchas o de hitos de esta, como la Toma de la Casa Central de la Universidad de Chile. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, p. 83)

- Conflicto socio ambiental:

Un hito en este nivel corresponde a la campaña Chao Pescao / Salvemos Punta de Choros contra la instalación de la termoeléctrica Barracones en una zona de naturaleza casi virgen. La campaña existía al menos desde 2007 y en noviembre del año 2009 se comenzó a viralizar un vídeo contrario a este

proyecto medioambiental. La revitalización del conflicto se produjo porque en agosto de 2010 –a pesar de la promesa electoral de Piñera de no aprobar ninguna planta termoeléctrica–, el organismo gubernamental regional encargado (la Corema) aprobó la instalación de la termoeléctrica Barracones en el lugar” (Rodríguez, Peña y Sáez, 2014). “Según Olave (2012: 10): Los seguidores de Chao Pescao en Facebook sumaban 30.740 personas el día anterior a la sesión de la Corema. El día 26 de agosto la suma se encumbró a 43.046 [...] Mientras que en Youtube el día 25 de agosto el documental Salvemos Punta de Choros registró 72.582 reproducciones. [...] Para esta misma autora, la campaña Chao Pescao puede considerarse una de las primeras movilizaciones ciudadanas realizada primordialmente a través de la web 2.0 en Chile, aunque también con un correlato en manifestaciones callejeras, si bien de mucho menor tamaño. En el caso de las otras movilizaciones territoriales y ambientales, la web social tiende a operar como canal que amplifica lo que se realiza desde los medios alternativos y efímeros. (citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014, p. 84)

- observamos la relevancia de visibilizar las características y condicionamientos que suponen las infraestructuras de las redes de telecomunicaciones (acceso) y el control (propiedad) sobre ellas como un aspecto cada vez más relevante para los movimientos sociales en el contexto digital [...] Podemos señalar también que los ciclos de movilizaciones sociales tienen una relación conflictiva o tensión en general con los medios de comunicación convencionales, principalmente con canales de TV abierta nacional y con la prensa escrita de cobertura nacional. Esta relación tiende a ser menos conflictiva con las radios (incluso comerciales), sobre todo si son locales. De manera indirecta, esta tensión es alimentada por el impulso que toma la web social para la expresión de la sociedad movilizada, donde la comunicación la pueden ejercer directamente con el resto de la ciudadanía sin pasar a través de los medios, lo cual ‘deja en evidencia una profunda crisis del papel de los intermediarios de la información’. (Lara, 2012, citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014, p.

86)

- parte de la explicación a esta desacople entre el activismo digital y la demanda por políticas de comunicación más democráticas está relacionada con la estructura de participación ciudadana instaurada en Chile desde el fin de la dictadura y que De la Maza (2005: 61) sintetiza señalando que ‘las principales políticas sociales implementadas bajo los gobiernos de la Concertación no han tenido entre sus objetivos principales el crear entornos favorables para el fortalecimiento de la sociedad civil’. (citado en Rodríguez, Peña y Sáez, 2014, p. 88)
- Es importante saber cuál es el nivel de acceso de las organizaciones sociales a Internet. En este proceso, las posibilidades de instalar lógicas y prácticas de activismo a través de las plataformas digitales asume el doble desafío de evitar nuevos procesos de exclusión social, de quienes no están conectados, y a la vez potenciar este espacio como un espacio público, donde articular debates y acciones colectivas. Tener la claridad y solidez para responder a los para qué y para quienes finalmente se convoca al apoyo y el ‘me gusta’ de los ciudadanos. De manera adicional, hay un desafío importante, cuando ese activismo digital se hace en nombre de ‘comunidades’ que están afectadas por un problema, porque debería incluir un proceso de acompañamiento para que esos otros afectados (un pueblo, un grupo social determinado) también sean capaces de usar y apropiarse de las tecnologías digitales. (Rodríguez, Peña, & Sáenz, 2014, p. 88)

Observaciones: desde desastres naturales, pasando por movimientos inconformistas estudiantiles, finalizando con conflictos socio ambientales. La República de Chile se ha convertido la última década en un referente de movimientos sociales, expresando mediante manifestaciones públicas, la disputa entre diversos sectores sociales por la divergencia entre intereses, aficciones u opiniones ante determinadas situaciones.

Si bien la sociedad chilena expresó su sentido de solidaridad en el desastre natural del 27F, o su lucha en contra de la construcción de una termoeléctrica y sus agentes contaminantes, lo expresaron primordialmente como una demanda

social a los organismos administradores del gobierno. Estos movimientos tienden a evitar los medios convencionales, ya que aquellos medios alternativos, junto con la web social, no cuentan con tantos intermediarios a la hora de transmitir un comunicado, claro está, no todas las comunidades de la República de Chile cuentan con internet.

Una crítica que hace el autor es que los chilenos que están inconformes ante algo, no aprovechan estos mismos medios (alternativos y locales) para cuestionar el sistema mediático convencional de la República de Chile.

Fecha: 08 –10 - 2017.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 17 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 4

Descripción. Olave, A. (2012). La Movilización Ciudadana de Chao Pescao en redes sociales de Internet. El Caso Barracones (Doctoral Dissertation, Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Política. Universidad de Chile).

Obtenido de: repositorio académico de la Universidad de Chile:

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/134276/TESIS.pdf?sequence=1&isAlloved=y>

Localización: repositorio académico de la Universidad de Chile.

Ficha núm. 5.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis para optar al grado de Magister en Comunicación Política.

Palabras claves: movilización social, ciberactivismo, Green Peace, Chao Pescao, Antanas Mockus, Facebook, Twitter, movimiento e identidad, globalización, TIC, revolución digital, redes sociales, internet, central térmica.

Contenido.

- Desde hace algunos años se viene constatando una reactivación de las movilizaciones sociales provocadas por el malestar de la ciudadanía frente a la hegemonía política y económica del país. Primero fue la revolución de los pingüinos el 2006, luego en agosto de 2010 la ciudadanía logró paralizar el proyecto Central Térmica Barracones. En mayo del año 2012, también se

desarrollaron violentas protestas ciudadanas a raíz de la aprobación del Proyecto Hidroeléctrico Aysén. (Olave, 2012, p. 6)

- la ciudadanía ha descubierto la necesidad de actuar soberanamente (...) y estamos viendo una seguidilla de manifestaciones, tanto en Santiago como en las ciudades de provincia, a título de ciudadanos, creo que está emergiendo esta política profunda, donde el ciudadano se asume asociadamente en red. (Olave, 2012, p. 7)
- la web 2.0 será entendida como un espacio más dinámico y participativo con el público, a diferencia de "la internet inicial, cuya www ofrecía gran diversidad de contenidos que los usuarios en línea podían conocer, consumir o adquirir, en la red 2.0 los usuarios tienen más facilidad para producir sus propios contenidos. La colaboración, el intercambio de información, la posibilidad de colocar en línea archivos de la más variada índole para que sean vistos y eventualmente reelaborados por otros internautas. (Olave, 2012, p. 8)
- El 24 de agosto de 2010 la Comisión Regional del Medio Ambiente (Corema) de Coquimbo aprobó la Central Térmica Barrancones [...] La presión por Twitter y Facebook se hizo sentir y fue un medio que permitió organizar a los manifestantes para salir a protestar. El término o hashtag #termoeléctrica fue trending topic a nivel mundial, es decir, generó tantos twitteos que se situó entre los 10 términos más comentados en el mundo. (Olave, 2012, p. 9)
- hecho desató la movilización de miles de ciudadanos, primero por las redes sociales y luego en distintas ciudades del país. Los seguidores de Chao Pescao en Facebook sumaban 30.740 personas el día anterior a la sesión de la Corema, luego el día 26 de agosto de 2010 la cifra se encumbró en 43.046. Al 26 de julio de 2011 los seguidores alcanzaban los 86.695. Mientras que en YouTube el día 25 de agosto el documental Salvemos Punta de Choros registró 72.582 reproducciones. (Olave, 2012, p. 10)
- los jóvenes son muy críticos con los medios de comunicación porque "la prensa ya no informa al público. Es el público quien debe informar a la prensa. La verdadera cuestión del futuro del periodismo es dónde se ubica la conversación". Y esta conversación, al parecer y en vista de los datos, se está generando en las redes

sociales. (Olave, 2012, p. 14)

- La identidad social es entendida como parte de nuestro self que se deriva de nuestra pertenencia en distintos grupos sociales, junto con el significado valorativo y emocional dado a dicha pertenencia o como 'aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia'. (Tajfel, 1984, citado en Olave, 2012, pp. 22-23).
- Se afirma también que la proliferación de los movimientos sociales y expresiones identitarias, son consecuencia de la globalización y de la crisis de las instituciones del Estado-Nación y de la sociedad civil constituida en torno al Estado" (Castells, 1984, citado en Olave, 2012). "La globalización afecta a la identidad porque pone a individuos, grupos y naciones en contacto con una serie de nuevos 'otros' en relación con los cuales pueden definirse a sí mismos. (Olave, 2012, pp. 25-26)
- 'Como la comunicación constituye la esencia de la actividad humana, todas las áreas de la actividad humana están siendo modificadas por la intersticialidad de los usos de internet'" (Castells, 2001, citado en Olave, 2012). "[...] Castells sostiene que existen tres rasgos fundamentales en la interacción entre Internet y los movimientos sociales. 'El primero es que asistimos en la sociedad, fuera de Internet, a una crisis de las organizaciones tradicionales estructuradas, consolidadas, tipo partidos, tipo asociaciones de orientación directamente política, y además se produce la emergencia de actores sociales, fundamentalmente a partir de coaliciones específicas sobre objetivos concretos: vamos a salvar a las ballenas, vamos a defender tal barrio, vamos a proponer nuevos derechos humanos en el mundo, vamos a defender los derechos de la mujer, pero no con una asociación, sino con campañas concretas'. (citado en Olave, 2012, p. 27)
- las «redes de movimientos sociales», son redes sociales complejas que 'trascienden organizaciones empíricamente delimitadas y que conectan de forma simbólica, solidaria o estratégica sujetos individuales y actores colectivos, cuyas identidades van constituyéndose en un proceso dialógico', el cual estaría conformado por identificaciones sociales, éticas, culturales y/o político-ideológicas, que forman la identidad del movimiento; de intercambios, negociaciones,

definiciones en el conflicto y de resistencia a los adversarios, a la discriminación, dominación o exclusión sistémica, y la de establecer sus objetivos o proyectos para el movimiento. (Olave, 2012, pp. 38-39).

- Podríamos definir «ciberactivismo» 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 difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del «boca a boca» multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal. El ciberactivismo no es una técnica, sino una estrategia. Hacemos ciberactivismo cuando publicamos en la red –en un blog o en un foro– buscando que los que lo leen avisen a otros –enlazando en sus propios blogs o recomendándoles la lectura por otros medios– o cuando enviamos un e-mail o un SMS a otras personas con la esperanza de que lo reenvíen a su lista de contactos. (De Ugarte, 2010, citado en Olave, 2012, p. 42)
- la tecnología es muy social, tiene una gran capacidad de agrupar y relacionar a personas, y eso es lo que la hace tan útil para el activismo. El activista lo que quiere es hacer que sus ideas avancen, que sus acciones sean exitosas, y la tecnología les facilita el trabajo. (Olave, 2012, p. 42)
- Greenpeace Argentina señala que modelo de ciberactivismo tradicional de se basa en la comunicación directa con los ciberactivistas vía correo electrónico para invitarlos a firmar una petición en la web, llamar a un funcionario o a una empresa o realizar una donación. Luego de participar, los ciberactivistas pueden invitar a sus amigos a sumarse, difundir la información o comunicarse con los organizadores para manifestar sus opiniones sobre esa u otras campañas o sobre temas ambientales que quieran posicionar [...] Para Greenpeace en Argentina el caso más exitoso de ciberactivismo en su país fue el que desarrollaron junto a otras organizaciones sociales y ambientales, en el marco de la Ley de Bosques. (Olave, 2012, p. 44)
- La campaña de Chao Pesca por las redes sociales de internet se puede calificar como exitosa, ya que el uso estratégico de este nuevo espacio virtual, permitió que las demandas ciudadanas ocuparan la esfera pública, irrumpieran en la agenda de los medios de comunicación tradicional y se tomaran la agenda política

presidencial [...] El uso de las redes sociales de internet fue determinante en el éxito de la movilización ciudadana de Chao Pescao, ya que sirvieron para organizar, coordinar y promover acciones mediáticas, pero fue una herramienta más de la comunicación política, y tomando las palabras de Ladislao Palma, la comunicación para ser exitosa debe ser en 360°. (Olave, 2012, pp. 100-101)

Observaciones: desde desastres naturales, pasando por movimientos inconformistas estudiantiles, finalizando con conflictos socio ambientales. La República de Chile se ha convertido la última década en un referente de movimientos sociales, expresando mediante manifestaciones públicas, la disputa entre diversos sectores sociales por la divergencia entre intereses, afecciones u opiniones ante determinadas situaciones.

Si bien la sociedad chilena expresó su sentido de solidaridad en el desastre natural del 27F, o su lucha en contra de la construcción de una termoeléctrica y sus agentes contaminantes, lo expresaron primordialmente como una demanda social a los organismos administradores del gobierno. Estos movimientos tienden a evitar los medios convencionales, ya que aquellos medios alternativos, junto con la web social, no cuentan con tantos intermediarios a la hora de transmitir un comunicado, claro está, no todas las comunidades de la República de Chile cuentan con internet.

Una crítica que hace el autor es que los chilenos que están inconformes ante algo, no aprovechan estos mismos medios (alternativos y locales) para cuestionar el sistema mediático convencional de la República de Chile.

Fecha: 08 –10 - 2017.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 18 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 5

Descripción. Escobar, N. (2015). Movimientos sociales en Internet Caso Anonymous Colombia: análisis de las publicaciones de los activistas en Facebook (Master's thesis).

Obtenido de: Repositorio institucional Pontificia Universidad Javeriana:

<https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/17110/EscobarMontan ezNataliaAndrea2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Localización: repositorio institucional Pontificia Universidad Javeriana.

Ficha núm. 6.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis para optar al grado de Magister en Comunicación.

Palabras claves: hacktivismo, Facebook, movimientos sociales, internet, Anonymous, ciberactivismo, interconexión, ambiente digital, redes sociales, identidad de grupo, liderazgo, red de contactos, online, offline, WikiLeaks.

Contenido.

- Bajo la metodología de etnografía virtual y entrevistas se encontró que el activismo de Anonymous en Colombia ha dado pasos significativos para ser una forma válida y eficiente de manifestación social, utilizan la red social Facebook primordialmente como medio de difusión de las causas que apoyan; aunque los logros han sido importantes, aún la participación es tímida, discontinua y dependiente de factores como el apoyo de mecanismos tradicionales de manifestación y la divulgación en medios masivos de comunicación. (Escobar, 2015, p. 12).
 - En cuanto al internet, Castells (2009) ha obligado a la sociedad a repensarse: le da la posibilidad de ser global, diversificarse, intensificar y masificar el conocimiento, permitir una libertad de expresión que antes era impensable y convertir a la información en una necesidad básica; sin embargo, a su vez genera una realidad virtual que limita las relaciones humanas, surgen los adictos a la red, los hackers, los virus, los piratas, los activistas y se genera el conflicto entre la intimidad y la propiedad, lo público y lo privado, el Estado y la sociedad civil, lo económico y lo social. (citado en Escobar, 2015, p. 17).
- Surgen, entonces, los movimientos sociales en Internet, activistas que se manifiestan a través de las redes sociales y blogs como una práctica comunicativa que les permite expresarse, dar voz fácil y libremente, generar identidad de grupo, liderazgo, nuevas formas de participación ciudadana e involucrarse en temas de interés público como lo son las preocupaciones culturales, políticas, económicas y sociales [...]” (Escobar, 2015) “Bonilla (2012) afirma que ‘hemos conocido nuevas formas de visibilidad política y de expresión de la palabra pública que se han gestado en lugares multitudinarios del anonimato y de poco encuentro cara a cara entre los hombres y las mujeres’. (citado en Escobar, 2015, pp. 17-18).

- Frente a este contexto o panorama que se vive en Colombia muchas organizaciones y sectores sociales (indígenas, campesinas, afrocolombianas, estudiantiles, sindicalistas, de derechos humanos, LGBTI, mujeres, jóvenes, víctimas, entre otras) se han visto en la necesidad de buscar permanentemente nuevos mecanismos de defensa y visibilización, una de ellas es el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación para defender, visibilizar y fortalecer sus planes de vida o procesos organizativos. La solidaridad, la construcción de agendas políticas y la movilización son acciones que se han fortalecido gracias al uso de otras herramientas tecnológicas. (Escobar, 2015, p. 20)
- Diani (1992) propone que ‘Los movimientos sociales son “redes de interacción informal, que comparten creencias y solidaridad, y desarrollan formas conflictuales de acción que se sitúan fuera de la esfera institucional y los procedimientos rutinarios de la vida social”’ (citado en Escobar, 2015). “O bien lo considerado por Alberto Melucci, citado por Tilly (2010), quien concibe que un ‘movimiento social ha estado tradicionalmente fundado en una concepción historicista, lineal y objetivista de la acción colectiva, que lo consideraba como un agente clave del cambio social y la modernización de la sociedad a través de los conflictos que suscitaba’ [...] ‘Tilly (2010) considera que ‘los movimientos sociales son organizaciones globales formadas por diferentes grupos de intereses. Así mismo, los movimientos sociales incluirán a las capas más significativas de la sociedad, como obreros, grupos de mujeres, estudiantes, jóvenes y al estamento intelectual’. (citados en Escobar, 2015, p. 26).
- ‘Estamos en un momento de transición, un momento en el que el viejo sistema de medios está muriendo y está naciendo un nuevo sistema. Una era en la que la cultura del espectador está dejando lugar a la cultura de la participación... En el que los ciudadanos comunes tienen la posibilidad de interrumpir el control de los medios y contar sus historias, de formas poderosamente nuevas... En la era digital, lo que sucede es que el público toma los medios en sus manos’. (Jenkins, 2011, citado en Escobar, 2015, p. 34)
- En cuanto a Anonymous:

Estos ciberactivistas han aprovechado las posibilidades que les ofrece la red como herramienta fundamental de comunicación para contar, denunciar y actuar. Luchan, según reportaje realizado a algunos de sus miembros, por el diario El País de España (2011, 16 de enero) por diferentes causas: la transparencia, la libertad de expresión, los derechos humanos, las injusticias y la independencia de Internet. Esto los ha llevado a manifestarse en contra de diversas organizaciones públicas y privadas, conglomerados con presencia global y personajes reconocidos en alguno de los temas que cuestionan. (citado en Escobar, 2015, p. 41)

- Milan (2013) nos habla del cambio en la imagen del ciberactivismo que logró WikiLeaks y Anonymous, quienes considera son los representantes y quizás los pioneros de la nueva acción colectiva organizada. Dicho ciberactivismo es entendido como la capacidad de generar un cambio político o social aprovechando los recursos que ofrece la red, una nueva forma de protesta en la nube. (citado en Escobar, 2015, p. 48)
- La multiplicidad de Anonymous es indiscutible” (Escobar, 2015). “Dice Coleman (2013), la apuesta común indica que su fuerza esta, precisamente en el colectivo, en su capacidad de generar diversas formas de acción social que se mueven entre el llamado tradicional a la protesta, hasta operaciones que rayan en la «ilegalidad del ciberespacio»; por ello son llamados piratas, hackers, delincuentes y hasta ciberterroristas (en países como Estados Unidos han sido señalados como amenaza para la Seguridad Nacional, por miedo a su potencial de ataques cibernéticos). WikiLeaks no se aleja tampoco de ello. Como dice Milan (2013), su potencial radica en los alcances de sus acciones en tiempo real con recursos limitados, una plataforma de acción virtual, que genera identidad individual y colectiva. (citados en Escobar, 2015, p. 49)
- pasó poco tiempo para que el colectivo se estableciera como una fuerza política siendo el foco de atención y promotor de cientos de ‘operaciones’ de las luchas políticas de nuestros tiempos como la primavera Árabe, Túnez y a ocupar Wall Street. En el 2008 descubrieron su potencial para tener un impacto global con el ataque a la iglesia de la Cienciología; posteriormente en el 2010 lanzaron la “Operación Vengar Assange” respaldando al australiano fundador de WikiLeaks

con la cual se hicieron ampliamente reconocidos (Coleman, 2014). (citado en Escobar, 2015, p. 50)

- Castells (2012) refuerza la idea del surgimiento de los movimientos sociales como símbolo de cambio social; ya que surgen en periodos de crisis donde hay una percepción de vulnerabilidad (política, social, cultural, económica) y un sentimiento compartido de desconfianza ante las Instituciones Políticas que provoca la ira e impulsa a que las personas quieran en forma individual o colectiva manifestarse al respecto con la ilusión de lograr una transformación de aquello que consideran injusto. (citado en Escobar, 2015, pp. 55-56)
- estas nuevas formas de acción colectiva o de ciberactivismo, como Anonymous y WikiLeaks, no se pueden subestimar, son la esperanza de cambio político y social en una sociedad que perdió hasta su capacidad de indignación, tienen la habilidad para generar grandes movilizaciones on y offline y lo más relevante de poner en jaque al poder como se conoce. (Escobar, 2015, p. 149)

Observaciones: en el mundo se están creando nueva forma de hacer manifestación social. Con la creación de plataformas como Facebook y Twitter, el panorama de hacer activismo de persona a persona ha cambiado, ahora todo se hace en un entorno en el cual no se tiene una interacción física entre las personas con las que cuentan el mismo ideal. Gracias a internet el conocimiento se ha masificado, se ha creado una sociedad global. Las redes sociales han dado de una forma fácil (como decía Escobar) y libremente de darle voz a los grupos que buscan generar un cambio político, económico o social. Grupos como Anonymous, o la página web WikiLeaks, le han “gritado” al mundo de que existen formas diferentes de expresión, de que en muchas partes del mundo se están cometiendo agravantes contra la seguridad de las personas. Lo que buscan es generar información, contenidos y acción cibernética que genere un cambio en el mundo. “Internet se convierte en el campo e instrumento de apoyo para el activismo cibernético” (Escobar, 2015, p. 37).

Fecha: 09 –10 - 2017.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 19 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 6

Descripción. [Romero-Haupold, A. \(2017\). El poder de los 140 caracteres: la retórica y](#)

[el impacto de las redes sociales.](#)

Obtenido de: Repositorio Universidad Complutense de Madrid

<https://eprints.ucm.es/40869/>

Localización: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Derecho.

Ficha núm. 7.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis inédita de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Derecho, leída el 15/01/2016.

Palabras claves: caracteres, redes sociales, retórica, oratoria, Twitter, lenguaje, microblogging.

Contenido.

- hablar y escribir no es una simple yuxtaposición de ideas. Estamos en presencia de una alta creación que implica grandes dosis de estudio, análisis, reflexión, emoción, creatividad y selección constante de los elementos más adecuados para expresarse con la mayor exactitud con la finalidad de lograr el efecto deseado. (Romero-Haupold, 2017, p. 19)
- El ser humano posee un lenguaje vital, espontáneo, automático y creativo que se alimenta del subconsciente y un lenguaje voluntario, lógico y abstracto que nace de la reflexión, siendo relevante manejar ambos lenguajes para un correcto desarrollo. Asimismo, el ejercicio de la escritura tiene la capacidad de aunar ambas funciones, la intuitiva y la racional, por lo cual, el ser humano necesita ejercitar regularmente la escritura. Por su parte y, en conjunción con el lenguaje, debemos decir que la Retórica es el arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover. (Romero-Haupold, 2017, pp. 19-20)
- Entre las conclusiones Romero (2017) expuso:
PRIMERA. Internet ha supuesto un cambio radical en la forma de gestión del conocimiento y en la forma en la que se relaciona la sociedad, gran impulsor del cambio comunicativo global que se ha producido en las últimas dos décadas. El concepto Web 2.0 nace fruto de un cambio en la actitud de los internautas. Los

usuarios quieren ser parte activa de la generación de contenidos en Internet, desean que la información sea accesible rápidamente y de un modo fiable y además quieren y demandan un Internet colaborativo, organizado por comunidades de usuarios con ideas afines a las suyas. (Romero-Haupold, 2017, p. 423)

- Twitter únicamente permite enviar y recibir mensajes que no superen el límite de los 140 caracteres, una limitación tradicional en los mensajes cortos de texto o SMS. Eso hace que los comentarios introducidos en la presente plataforma comunicativa sean recientes, temporalmente hablando, breves ya que se exponen en sólo 140 caracteres y, por tanto, en ellos no cabe la reiteración ni la irrelevancia y, por supuesto, son novedosos ya que los sucesos son nuevos o extraños. Por tanto, Twitter es un canal perfecto para generar el debate y la sana discusión, en cualquier momento y en cualquier lugar puesto que tanto la recepción como el envío de mensajes se puede realizar a través de una gran variedad de mecanismos: teléfonos móviles, ordenadores, sitios Web, tabletas electrónicas, aplicaciones de escritorio etcétera. (Romero-Haupold, 2017, p. 423)
- SEGUNDA. En la naturaleza, todo ser vivo expresa su esencia de alguna determinada forma. Puede ser a través de su conducta, a través de variopintas creaciones y, fundamentalmente de su lenguaje. Uno de los lenguajes más complejos es sin duda el desarrollado por el ser humano que si bien no se tiene constancia de cuándo, dónde o cómo se originó sí puede decirse, a ciencia cierta, que avanza en paralelo a nuestra historia como seres humanos, al menos desde que surgió el homo sapiens-. (Romero-Haupold, 2017)
- El ser humano es un ser sociable gracias al lenguaje que nos permite captar la esencia de las cosas, de los conocimientos, de los principios, de las leyes, de los valores y de las normas que, en su conjunto, suponen no sólo nuestra esencia sino también nuestra riqueza cultural. Una de las características fundamentales del lenguaje es su capacidad para definir, es decir, para dar forma a un pensamiento determinado que nos permita delimitar su significado y extensión, en primer lugar, para después ser capaces de abstraer su concepto o esencia y, poder de esta forma, diferenciarlo de cualquier otro pensamiento. (Romero-

Haupold, 2017)

- A pesar de lo dicho anteriormente, es necesario tener en cuenta que es una invención del ser humano en todo aquello relacionado con su forma pero, no así en todo aquello relacionado con su estructura ya que la gramática o, mejor dicho, las leyes de la gramática se encuentran pautadas por el funcionamiento de nuestro cerebro, es decir, se encuentran pautadas por la lógica. Además, también es necesario tener en cuenta que el lenguaje se compone fundamentalmente por tres tipos de contenidos: contenidos sensoriales, contenidos afectivos y contenidos intelectuales. (Romero-Haupold, 2017)
- TERCERA. Del lenguaje surge la retórica, es decir, el arte de bien decir, de dar al lenguaje escrito o hablado eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover. Si el lenguaje y la palabra es algo inherente al ser humano, la retórica no puede ser sino más que un elemento consustancial al ser humano, tal y como establece Hormazabal Sánchez. (Romero-Haupold, 2017, pp. 424-425)
- Con la llegada al mundo digital de la filosofía 2.0 caracterizada por la producción de contenidos por parte de los usuarios, se establece una nueva dinámica en entornos digitales. El surgimiento de los blogs, las redes sociales, las páginas Web donde se pueden alojar, compartir y reproducir imágenes, audios y vídeos así como las mejoras inherentes a la computación en nube, no hacen sino enriquecer a la retórica digital permitiendo a los oradores hacer valer todas estas herramientas para planificar, construir y publicar su discurso. Estas nuevas prácticas discursivas digitales generan y potencian nuevos tipos de participación y colaboración que no hacen sino enriquecer a la retórica digital. (Romero-Haupold, 2017, pp. 426-427)
- CUARTA. En el siglo XX, gracias al tremendo impulso que reciben los medios de comunicación de masas y la coexistencia con la vida democrática empieza a resurgir la retórica clásica, que está siendo considerada de capital importancia para campos filosóficos como la filosofía del derecho, la lógica o la ética y su puesta de nuevo en escena corre, prácticamente en paralelo con la desconfianza que se está produciendo sobre la lógica formal. (Romero-Haupold, 2017)
- La nueva retórica será una teoría de la argumentación, totalmente

complementaria a la teoría de la demostración de cuyo objeto se ocupa la lógica formal, y gracias al cual Perelman considera un mecanismo idóneo para aplicar la razón al mundo de los valores, de las normas y de la acción. Sin el trabajo realizado por Perelman sería imposible comprender las modernas técnicas de influencia que se producen sobre el auditorio. En un siglo dominado por la publicidad y la propaganda no se puede dejar de lado o marginar a la nueva retórica cuyo objeto es el estudio de las pruebas dialécticas que Aristóteles presenta en los Tópicos y en su Retórica. (Romero-Haupold, 2017)

QUINTA. Tanto la capacidad del habla como la capacidad de pensamiento son inherentes al ser humano. Sin embargo eso no significa que sean actividades sencillas, muy al contrario son actividades y procesos realmente complejos. La elaboración de un buen discurso, exige en el orador una alta calidad de expresión oral y escrita que está directamente relacionada con las posibilidades de éxito de su discurso. No obstante elaborar un discurso, cualquier tipo de discurso no es tarea fácil y no se basa únicamente en su escritura. Elaborar un discurso requiere de la composición de ciertas tareas adicionales como pueden ser la reflexión, la lectura y documentación así como la creación y organización de las ideas que, finalmente, serán plasmadas por escrito dándoles una cierta forma y estilo. En este sentido podemos decir que elaborar un discurso se basa en cumplir una serie de hitos, fases o etapas de capital importancia en donde en cada una de ellas se va logrando, progresivamente, una mayor organización, definición, depuración y estilo. Dichas etapas son, en resumen: Inspiración, Maduración, Análisis y reflexión y Finalización del discurso. (Romero-Haupold, 2017, pp. 427-428)

Observaciones: Antonio Romero-Haupold en su tesis doctoral presentó la investigación *El poder de los 140 caracteres. La retórica y el impacto de las redes sociales* publicado en el año 2016, donde abordó el tema de la retórica desde el internet, más específico desde los contenidos generados en el microblogging donde se presenta el orador 2.0 quien acomoda su contenido informático a las necesidades que exige la plataforma, como por ejemplo Twitter que exigía el uso de solo ciento cuarenta caracteres, lo cual obligaba al productor del contenido a sintetizar el mensaje (párr. 3-4). La tesis estudió el concepto retórico tomado desde «el arte» de transmitir

con eficacia el lenguaje hablado o escrito para conmover, persuadir o deleitar (p. 20). Su tesis resulta importante para la investigación a cursar por el amplio análisis que genera desde el contenido tradicional al 2.0, y más aún desde la postura revolucionaria que presenta el consumo de la información, pues las personas tienen acceso a compartir y reportar sus opiniones o lo que ven a su alrededor; las redes sociales se han convertido en un recurso importante para los nuevos canales de comunicación (p. 9). El investigador llega a una serie de conclusiones entre las que se señalan: Twitter como el mejor canal para generar «sana discusión» y debate por la accesibilidad que tiene desde diferentes medios, y la sintetización de oraciones (pp. 423-424); los contenidos que posee el lenguaje y que nutren la cultura se componen por tres tipos: contenidos intelectuales, contenidos afectivos y contenidos sensoriales (p. 425).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 20 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 7

Descripción. Gutiérrez, F. (2012). Un Patrón de Diseño para plataformas de software de apoyo a comunidades online.

Obtenido de: repositorio académico de la Universidad de Chile:

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111972/cf-gutierrez_ff.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Localización: repositorio académico de la Universidad de Chile.

Ficha núm. 8.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis de pregrado.

Palabras claves: software, comunidades online, participación, políticas de privacidad, Twitter, Facebook, gamification, interfaces sociales, interacción, usuario, computación social, feedback.

Contenido.

- las compañías de software han puesto interés en producir sistemas de información que incluyan componentes sociales como una manera de mejorar la

relación con sus clientes, proveedores e incluso entre sus propios empleados.

Aun cuando las comunidades virtuales han existido en distintos escenarios desde hace años, la masificación de los sistemas de computación social ha ayudado a difundirlos y a diversificarlos [...] la computación social se refiere a las herramientas computacionales que facilitan estudios sociales y de dinámicas humanas, así como el diseño y uso de tecnologías de información y comunicación que consideran un contexto social. (Gutiérrez, 2012, p. 1)

- Las comunidades online existen porque personas con metas, valores o creencias similares, establecen las bases de un acuerdo para formar y sustentar una existencia virtual. De esta manera, usuarios que pertenecen a una comunidad online en particular, pueden seguir determinados flujos de información que juzgan como interesantes. Sin embargo, estos lazos pueden no ser lo suficientemente fuertes como para sustentar la existencia de la comunidad en el tiempo [...] A pesar de lo desafiante e incierto que es el desarrollo de soluciones de apoyo a comunidades online, no hay guías claras para modelar estas soluciones de software. La gran mayoría de las guías existentes vienen del ámbito de las ciencias sociales y tienen que ver con cómo abordar aspectos conductuales de una comunidad, como por ejemplo: privacidad, gobernabilidad, participación, entre otros. (Gutiérrez, 2012, p. 2)
- Algunos investigadores ya han estudiado las razones de por qué algunas personas están dispuestas a contribuir en una comunidad, mientras otras tienden a ser más pasivas y otras nunca se interesan. Por ejemplo, en los autores plantean diversas razones de por qué los miembros de una comunidad que nunca han participado activamente (conocidos como “lurkers”) actúan como tal. Un estudio de Preece, Nonnecke y Andrews reveló que este tipo de usuarios sienten que no necesitan publicar mensajes, o que necesitaban saber más sobre la estructura del grupo antes de participar. Por otro lado, existe otro grupo de usuarios que Kim describe como “elders”, quienes son miembros activos de la comunidad, con contribuciones periódicas para compartir conocimiento y difundir la cultura de la comunidad. (citados en Gutiérrez, 2012, p. 3)
- Las comunidades online son usadas en una variedad de grupos sociales y

profesionales. Por otro lado, no necesariamente suponen que existen lazos fuertes entre sus miembros, pero sí los suficientes como para asegurar una cohesión de grupo [...] Las comunidades online ofrecen la ventaja de permitir el intercambio de información de manera instantánea, algo que no es posible en una comunidad real. Además, las comunidades online proveen un medio ideal para la construcción de relaciones entre usuarios, basado en intereses y metas comunes, pues la información puede ser fácilmente publicada, aumentando así la tasa de respuestas por unidad de tiempo. (Gutiérrez, 2012, p. 5)

- Uno de los factores principales en promover la reputación es permitir a los miembros ser reconocidos o no como anónimos. Al respecto, diversas comunidades online hoy en día muestran cómo los perfiles y la reputación están considerados dentro del diseño mismo de la comunidad. Por ejemplo, en Amazon todos los miembros pueden crear perfiles propios y, a medida que sus contribuciones son medidas por la comunidad (en la forma de reseña de productos), su reputación aumenta. (Gutiérrez, 2012, p. 6)
- Factores que inciden en el surgimiento de este tipo de problemas, son particularmente: bajo desempeño del soporte tecnológico, oportunidad/tiempo, seguridad, sociabilidad. Otro problema corresponde a la formación de identidad dentro de la comunidad, producto de la relación ambigua entre convivencia real y virtual. En efecto, dado que en una comunidad online es posible crear tantos usuarios distintos como se desee, esto puede llevar a conflictos de identidad y, eventualmente, suplantación. (Gutiérrez, 2012, p. 13)
- Un patrón social es un conjunto de componentes y piezas de interactividad que componen las experiencias sociales. Se les considera como “buenas prácticas” o principios que se han transformado de a poco en el tiempo en los estándares de cómo los usuarios interactúan con el contenido y con los otros. (Gutiérrez, 2012, p. 22)
- La idea principal en cómo diseñar estrategias para comunidades online, es desarrollar un diseño continuo pensando en el crecimiento y cambio de la comunidad, así como crear y mantener feedback loops y empoderar a los usuarios a lo largo del tiempo. La interacción social está basada en una identidad

persistente, que a su vez está basada en el comportamiento de los usuarios, la posibilidad de modificar reglas a lo largo del tiempo respecto a recursos colectivos, y tener los medios para controlar las actividades de los usuarios en el sitio con la finalidad de asegurar un nivel apropiado de actividad, así como mantener un feedback regular sobre las actualizaciones del sitio, las notificaciones deben tener una parte importante en la consideración del diseño, y mostrarse como uno de los instrumentos principales para el administrador del sistema durante la mantenibilidad y evolución dinámica de la comunidad.

(Gutiérrez, 2012, p. 23)

- Ahora, las comunidades parcialmente virtuales (CPV):

se puede definir como un grupo de personas que interactúan en torno a un interés o meta común, de manera presencial (cara-a-cara), y/o usando tanto mecanismos mediados por tecnología. Dependiendo del contexto de la comunidad, diferentes tipos de CPV pueden involucrar distintos grados de virtualidad. (Gutiérrez, 2012, pp. 28-29)

Observaciones: la creación de plataformas sociales se ha generado en la búsqueda de crear comunidades con metas, valores y/o creencias similares. Crear una comunidad online, un grupo de personas que existe en “línea”. Ahora, si bien este grupo de personas se apoyan de perfiles virtuales, muchos de estos llegan a ser falsos, incluso si se crearan perfiles oficiales de cada persona, no todos permitirían mostrarlos. Para otros llega a convertirse, incluso, en una preocupación por el mal manejo de la información personal que se podría llegar a generar por parte de los administradores de la plataforma.

Muchos de estos sitios web fracasan por la desconfianza que pueden llegar a generar por un mal manejo y tratamiento de la información. Para que estos sitios web lleguen a tener una buena reputación entre las personas, hace falta que se genere una comunidad y un feedback o retroalimentación de la información manejada por cada uno de los miembros de la comunidad. Es aquí donde se apoyan mediante actualizaciones, notificaciones e incluso nuevas propuestas enfocadas en crear acciones o manifestaciones virtuales. Claro está, no dejando de lado el permitir comentarios en los informes virtuales que se lleguen a sacar.

Fecha: 09 – 10 - 2017.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 21 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 8

Descripción. Moya, P. (2017). Campañas políticas en Twitter: un análisis de las dinámicas de información en la elección a la Alcaldía de Bogotá de 2015.

Obtenido de: repositorio Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá:

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/38177>

Localización: repositorio Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Ficha núm. 9.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis de grado.

Palabras claves: campañas políticas, Twitter análisis dinámico, elecciones, Bogotá, alcaldes.

Contenido.

- En los últimos años se han desarrollado múltiples estudios estadísticos que demuestran el crecimiento de la audiencia perteneciente a la red social Twitter. El artículo “44 estadísticas de Twitter para 2016” publicado en el portal Brandwatch.com en junio de 2016 reporta que al término de ese año, 1.3 mil millones de cuentas se habían creado a lo largo de la historia de Twitter. También reveló que existen 310 millones de usuarios activos al mes, los cuales publican la asombrosa cifra de 500 millones de trinos por día. El 80% de estos usuarios activos acceden a la plataforma a través de un dispositivo móvil. Hay que explicar que Twitter considera usuarios activos a los que inician sesión al menos una vez al mes. (Moya, 2017, pp. 11-12)
- El uso de Twitter fue central en las estrategias de comunicación de cada uno de ellos, sobre todo teniendo en cuenta que la plataforma representó un medio de comunicación primordial para la alcaldía saliente (Gustavo Petro), y para partidarios y opositores de los candidatos con más reconocimiento (Enrique Peñalosa, Rafael Pardo, Clara López y Francisco Santos). También tuvo como diferenciador la postulación de un candidato totalmente independiente, el historiador de 34 años Daniel Raisbeck, quien inscribió su candidatura a la

Alcaldía de Bogotá con el respaldo de 110.000 firmas ciudadanas. En el transcurso de las campañas electorales, los candidatos Alexander Vernot y Ricardo Arias se retiraron de la contienda, por lo que no hacen parte del análisis. (Moya, 2017, p. 11)

- La tipología de tuit más usada dentro de las campañas fue aquella contenedora de medidas o propuestas del programa electoral del candidato o partido, como en el caso de Rafael Pardo, Pacho Santos y Clara López. Enrique Peñalosa hizo mayor uso de consignas y mensajes políticos, y Daniel Raisbeck de valoración a información publicada por terceros. Por el contrario, aquellos mensajes sobre cuestiones personales ajenas a la política, que tienden a “humanizar” la figura del candidato y aproximarlos al ciudadano, fueron casi inexistentes en todos los candidatos. (Moya, 2017, p. 71)
- En términos generales, el nivel de hipertextualidad presentado dentro de las campañas fue bajo, ya que solo dos candidatos, Clara López y Daniel Raisbeck, hicieron uso de las potencialidades interactivas de la red analizada. La mayoría de los enlaces a los que vinculaban los tuits analizados eran a sitio web o blog personal del candidato, a medios de comunicación y a plataformas de crowdfunding, en el caso del candidato independiente. El uso de imágenes mantuvo especial presencia en la campaña de López, en las cuales se veía a la candidata con personas de distintas localidades, trasladando los encuentros de la campaña a la plataforma. Aislado su caso, el uso de imágenes y videos en las demás campañas fue excesivamente bajo. (Moya, 2017, p. 71)
- Para concluir, quisiera introducir el debate en torno la pregunta ¿por qué si el candidato Enrique Peñalosa tuvo el menor grado de engagement e interacción con los usuarios y el menor uso de soportes hipemedia, fue el ganador de las elecciones, con un total de 906.058 votos, 127,294 más que Rafael Pardo, candidato en segundo puesto? Para analizar esta cuestión se debe tener en cuenta que el objetivo de la investigación era analizar los usos que los candidatos hicieron de la plataforma, mas no analizarla de forma en que se pudiera predecir el comportamiento electoral de los candidatos, predicción que suele ser errada debido a que, aunque las redes sociales son medios dicentes del discurso político

y ciudadano, la cantidad de usuarios de estas no son muestra representativa de la cantidad de ciudadanos aptos para votar. (Moya, 2017, p. 71)

Puede llegar a afirmarse que es más efectivo como estrategia de comunicación política usar Twitter y las demás redes como “megáfono” para su propaganda antes que involucrarse en controversias con candidatos y ciudadanos mediante funciones que ayuden a interactuar con estos. También debemos tener en cuenta que el uso democrático del medio quizás no es el más eficaz en términos de movilización de votantes. Para comprobar esta hipótesis sugiero la realización de un estudio futuro donde se compare y estudie en varias campañas y en diferentes años si los candidatos más exitosos (los ganadores) tuvieron un uso vertical como el de Peñalosa, o por el contrario fueron más horizontales y pueden contradecir esta propuesta. Por otro lado, entran en juego fenómenos que se dan en la era digital pertenecientes a la forma en que los usuarios de las plataformas participan en la esfera política. Puede ser que muchos de los partidarios fieles a un candidato, que mostraron alto apoyo hacia su campaña e hicieron promoción de sus ideales en la red mostrando alto nivel de compromiso, no trasladaran su soporte el día de las elecciones a las urnas. La utopía de la participación política y la movilización social en internet puede hacer parecer que los esfuerzos de apoyo se quedan en simples ‘me gusta’ o ‘asistiré’. Pero esto es tema para otro proyecto y futuras líneas de investigación. (Moya, 2017, p. 72)

Observaciones: para el año 2017 Paula Moya interpretó las dinámicas informáticas presentadas para la elección de alcalde de Bogotá en el año 2015, tomó a Twitter como plataforma que promueve, influye y moviliza temas relevantes para las agendas políticas, esto para generar además influencia y empatía en la red; la comunicación en Twitter se da en la oportunidad que le brinda a los políticos de cambiar las relaciones de poder, les brinda la oportunidad de dejarse conocer y de saber las oportunidades entorno a las decisiones políticas, teniendo a la vez instrumentos de difusión de forma efectiva y fácil hacia el mensaje (pp. 10-11); la investigación estudió los cinco aspirantes a la alcaldía de Bogotá registrados para la elección del año 2015 (p. 12); el análisis de las dinámicas informáticas en redes sociales abren el panorama de cómo se están usando las plataformas desde los ciudadanos hasta los políticos además de la conformación de criterios comunicativos en política entre los anteriores, pues

conforma una estrategia perfecta para las elecciones políticas y de comprensión ante las formas de debate, circulación y participación en programas e ideologías políticas (p. 13); las metas estuvieron enmarcadas en el análisis del uso en campaña e interacción con los usuarios en la plataforma de Twitter; se examinó la tipología, el ritmo de publicación y el nivel de actividad más usada en los tuits de los candidatos, además del grado en las respuestas por parte de los usuarios con los candidatos y viceversa, finalizando con el grado de hipermedia empleada en el desarrollo de los tuits (pp. 16-17).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 22 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 9

Descripción. Galán, M., & Carratalá, A. (2016). Estrategias comunicativas en Twitter de los ayuntamientos españoles gobernados por plataformas ciudadanas Twitter. F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación, 2, 126-150.

Obtenido de: Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5772177>

Localización: [F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación](#), ISSN 0718-2023, ISSN-e 0718-4018, vol. 2, n.º. 24 (diciembre), 2016, pp. 126-150.

Ficha núm. 10.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: artículo de revista. F@ro.

Palabras claves: estrategias comunicativas, Twitter, ayuntamientos, plataformas ciudadanas, comunicación institucional, comunicación municipal, Podemos, redes sociales.

Contenido.

- Las redes sociales se han convertido en herramientas clave para la movilización ciudadana y, por ello, han pasado a formar parte de las estrategias de movimientos sociales y partidos políticos. Twitter destaca sobre el resto por las posibilidades de interacción que permite entre los usuarios. Esta plataforma ha pasado a ser un elemento común tanto en las campañas electorales como en la

comunicación institucional de las administraciones. En España, los nuevos partidos políticos, como Podemos, en parte surgidos del descontento social del movimiento 15M, han explotado las posibilidades de Twitter con éxito para sumar respaldo ciudadano y mejorar sus resultados electorales. Esta investigación se propone como objetivo analizar la comunicación institucional en Twitter de tres ayuntamientos españoles gobernados por plataformas ciudadanas, vinculadas a los nuevos movimientos políticos, desde las elecciones celebradas en mayo de 2015: Estrategias comunicativas en Twitter de los ayuntamientos españoles gobernados por plataformas ciudadanas. El análisis toma como periodo de estudio las fiestas patronales celebradas en las tres ciudades y somete 677 tweets a un examen de contenido cuantitativo. La investigación compara la actividad municipal en Twitter de los nuevos gobiernos con la comunicación desarrollada por las administraciones del año anterior, cuando los tres ayuntamientos estaban en manos de partidos políticos tradicionales. Las hipótesis de partida indican que los nuevos equipos de gobierno aprovecharán la experiencia de la movilización social y de partidos como Podemos para hacer un uso más eficiente e interactivo de Twitter. Sin embargo, los resultados señalan que el uso de esta aplicación no se diferencia sustancialmente del de los gobiernos anteriores. (Galán & Carratalá, 2016, pp. 126-127)

- Los resultados expuestos en el anterior apartado nos permiten retomar las hipótesis con las que partimos al inicio para determinar si los datos facilitan corroborarlas. Dada la exigua muestra obtenida del Ayuntamiento de Cádiz, nos ceñiremos a las conclusiones que es posible extraer de las cuentas de los gobiernos locales de Barcelona y Zaragoza. La primera de las hipótesis apuntaba a que la entrada de las plataformas ciudadanas en los gobiernos municipales habría generado una mayor actividad en la cuenta que los ayuntamientos analizados tienen en Twitter. De acuerdo con los datos obtenidos de nuestro examen, esta afirmación tan solo se confirma en el caso de Barcelona si atendemos a la totalidad de tweets publicados durante el periodo de análisis. En caso de limitarnos al análisis de los tweets relacionados con los festejos, en ninguno de los tres casos estudiados se comprueba un aumento en la producción

de mensajes durante el año 2015. Por lo tanto, la hipótesis quedaría solo parcialmente confirmada. (Galán & Carratalá, 2016, pp. 144-145)

En definitiva, nuestro trabajo sugiere que las plataformas ciudadanas no han mantenido de manera general el nivel de fomento de participación y de interacción que identifica su forma de hacer política una vez alcanzadas las instituciones locales. Dado que el estudio se realiza en el primer año de la legislatura de estos nuevos gobiernos, se plantea la necesidad de poder realizar nuevos análisis en futuros ejercicios para comprobar si la dinámica comunicativa en Twitter de estas instituciones mejora a medida que los grupos que encabezan los ayuntamientos ganan experiencia institucional. Asimismo, parece oportuno que futuras investigaciones en esta línea amplíen la muestra de análisis a otras ciudades cuyas alcaldías han quedado dirigidas por líderes de formaciones y agrupaciones no convencionales, como ocurre con los municipios de Madrid y A Coruña. (Galán & Carratalá, 2016, p. 146)

Observaciones: las plataformas virtuales de interacción social se han desarrollado como instrumentos primordiales en las movilizaciones sociales, es por ello que ha sido trascendental su uso para procesos políticos y como estrategias de movilización social «han explotado las posibilidades de Twitter con éxito para sumar respaldo ciudadano y mejorar sus resultados electorales», el análisis llevado a cabo por María Galán y Adolfo Carratalá (2016) hondó en la «comunicación institucional en Twitter en tres ayuntamientos» donde priman las plataformas ciudadanas con nexos a los movimientos políticos nuevos (p. 126), los investigadores analizaron 677 tuits mediante un estudio cuantitativo, como hipótesis han desarrollado «los nuevos equipos de gobierno aprovecharán la experiencia de la movilización social y de partidos como Podemos para hacer un uso más eficiente e interactivo de Twitter», en los resultados obtenidos señalaron que el empleo de dicha plataforma no es diferente al de gobiernos anteriores (p. 127); en el Reino de España Twitter se ha consagrado como instrumento de difusión donde los políticos han encontrado un medio eficiente para la comunicación con los ciudadanos-votantes, desde lo local, en el año 2015 «el 99,2% de los ayuntamientos con más de 50.000 habitantes tenían perfil en Twitter, frente al 96,7% que o tenían en Facebook y el 79,3 % que contaban con una cuenta de YouTube» (Criado y Rojas-Martín, 2015, citado en Galán y Carratalá, 2016, p. 128),

dicha plataforma es pues un medio que posibilita las interacciones sin mediadores y en condiciones iguales entre ciudadanos-votantes y políticos, además entre los mismos ciudadanos quienes expresan sus pensamientos e ideas (pp. 128-129); el partido político Podemos empleó mensajes apelando a los sentimientos, integrando «recursos emocionales a su acción discursiva con el objetivo de movilizar a la ciudadanía» (Sampietro y Valera, 2015, citado en Galán y Carratalá, 2016), implican mensajes emocionales además de crear u estado de esperanza por cambios políticos, los procesos comunicativos emocionales se desarrolla en una primera etapa donde se trabajan las emociones negativas, en la segunda etapa se generaría lo contrario, sentimientos positivos como: el orgullo, la solidaridad o la esperanza (Collins, 2001, citado en Galán y Carratalá, 2016, pp. 135-136).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 23 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 10

Descripción. Herrera, N. (2017). Un análisis retórico del plebiscito sobre el acuerdo entre el gobierno y las FARC -EP a través de la red social Twitter, entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana sede Bogotá, Bogotá.

Obtenido de: Repositorio Pontificia Universidad Javeriana

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/36148>

Localización: repositorio institucional Pontificia Universidad Javeriana.

Ficha núm. 11.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis de grado para optar el título de magister en Estudios de Paz y Resolución de Conflictos.

Palabras claves: análisis retóricos, plebiscito, acuerdo Gobierno y las Farc EP, red social, Twitter, la paz, Colombia, internet.

Contenido.

- Desde la investigación se “propone analizar los mensajes difundidos en Twitter, entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre, sobre el plebiscito que buscaba

refrendar el acuerdo alcanzado entre el Gobierno y las Farc-Ep” (Herrera, 2017, p. 12).

- Twitter es un servicio de ‘microblogging’ en Internet, que se creó en 2006, y permite a sus usuarios leer y escribir mensajes que no superan los 140 caracteres. En su plataforma se pueden hacer búsquedas y tabulaciones por palabras y reproducciones en un periodo determinado que facilita acotar el universo de mensajes. (Herrera, 2017, p. 12)
- Colombia vive una coyuntura histórica; el Gobierno y la guerrilla de las Farc-Ep llegaron a un acuerdo para finalizar un conflicto armado que se ha extendido por más de 50 años, logrando la firma de un primer documento, el 26 de septiembre de 2016. La noticia exacerbó la polarización social y política, que en esta ocasión se expresó entre los sectores que respaldaban lo alcanzado y quienes buscaban modificarlos. En este contexto, los colombianos fueron convocados a votar un plebiscito con miras a respaldar o no el acuerdo, el 2 de octubre de 2016. Sus resultados evidenciaron la división del país. Con un margen estrecho, de menos del 1%, se presentaron como ganadores quienes lideraron la campaña por el No, siendo el Centro Democrático, (partido político del expresidente Álvaro Uribe, quien durante su gobierno se opuso al reconocimiento del conflicto armado interno y actualmente, como senador, se ha opuesto al acuerdo de paz entre el Gobierno y las Farc-Ep, firmado en La Habana y refrendado por el Congreso) el opositor más visible. (Herrera, 2017, p. 6)
- Este momento decisivo se ha reflejado en las llamadas “redes sociales” en Internet, como Facebook o Twitter, que han sido activos escenarios de comunicación y poder de la realidad política y social del país. Difícilmente podía ser de otra manera. Para el 2014, más de la mitad de colombianos usaban Internet y la tendencia de acceso a la Web marcaba un claro crecimiento. El porcentaje de usuarios de este servicio en el país era del 52.6, del total de la población, de acuerdo con el último registro del Banco Mundial (Banco Mundial, 2014). Sólo los usuarios registrados en la red social Twitter se estimaban en 5,2 millones en 2012, ocupando el puesto 14 a nivel mundial de países con más número de registros (SemioCast, 2012). Estas cifras respaldan que desde hace ya

un tiempo los colombianos no somos ajenos a la llamada “Era de información”, ni a la “sociedad red”. Un cambio tecnológico, que sentó las bases de un nuevo paradigma consolidado en los años 70 en Estados Unidos, que hoy es un escenario de relevancia social y política (Castells, 2009) y, por tanto, un campo valioso de estudio para las ciencias sociales. (citados en Herrera, 2017, p. 7)

- En Twitter también se han visibilizado las divisiones y polarizaciones sociales del país en torno a la paz, que no son nuevas y siguieron intactas, incluso, seis meses después del plebiscito (Fundación Ideas para la Paz, 2017), cuando las Farc-Ep dejaron, el 27 de junio de 2017, en manos de Naciones Unidas el total de sus armas registradas individualmente: 7.132. La desconfianza, resquemor, y negativa al acuerdo de paz de un sector importante de la sociedad no cesaron ni siquiera con la dejación de este número importante de armas por parte de esta guerrilla. ¿Por qué? ¿Qué puede haber detrás de los mensajes de odio que a diario se ven en estas redes sociales frente al acuerdo de paz alcanzado con la guerrilla de las FarcEp? (citado en Herrera, 2017, p. 10)
- Buscando aportar a la respuesta de esa pregunta compleja, esta investigación se trazó como objetivo: analizar los mensajes más difundidos en la red social Twitter (entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre) sobre el plebiscito que buscaba refrendar el acuerdo alcanzado entre el Gobierno y las Farc-Ep. Con este fin, primero, se identificaron las tendencias y el alcance de los trinos publicados en Twitter en estas fechas, a propósito del plebiscito sobre el acuerdo de paz. También, se analizaron los perfiles de los autores y la lógica retórica de los trinos que tuvieron mayor alcance y difusión en ese periodo. Y, por último, relacionar la lógica retórica de los trinos más difundidos con los imaginarios sociales que existen en Colombia y se expresaron en esta muestra. Ya que es importante no perder de vista que los imaginarios sociales son también construcciones sociales, no son elaborados por los sujetos, de manera individual, sino por las estructuras en que esos sujetos habitan (Pintos, 2008). (citado en Herrera, 2017, pp. 10-11)
- Esta investigación propone analizar los mensajes más difundidos en Twitter, entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre, sobre el plebiscito que buscaba refrendar el acuerdo alcanzado entre el Gobierno y las Farc-Ep. Twitter es un servicio de

“microblogging” en Internet, que se creó en 2006, y permite a sus usuarios leer y escribir mensajes que no superan los 140 caracteres. En su plataforma se pueden hacer búsquedas y tabulaciones por palabras y reproducciones en un periodo determinado que facilita acotar el universo de mensajes. En esta red, además, se usan etiquetas (escritas con el signo “+” antepuesto) para indexar palabras claves o temas que “permite que los usuarios puedan seguir fácilmente los temas que les interesan” (Twitter, 2016). (citado en Herrera, 2017, p. 12)

- A lo largo de esta investigación, y del análisis de la muestra planteada, el estudio de los trinos más compartidos arrojó una limitación que puso en peligro, hasta cierto punto, el alcance de este trabajo. El análisis en detalle de los trinos más compartidos arrojó que fueron compartidos también por usuarios de Twitter cuya interacción y posteo generaba dudas sobre su legitimidad virtual. Un ejemplo de esto, se puede ver con uno de los trinos más compartidos durante el periodo de muestra, entre el 29 de septiembre y el 2 de octubre): “¿Aún queda alguien que confié en Santos?” (compartido 946 veces según Twitter). El análisis detallado de quienes compartieron el Twitter desplegó 25 perfiles. De esos, por ejemplo, llamó la atención el perfil de (Cwillimurar, cuyo avatar es la cara del Che Guevara, tan lejano al pensamiento y representación del uribismo. Pero más suspicacia generó cuando el estudio de su perfil muestra una cuenta con muy pocos seguidores y una interacción basada en el posteo de marcas comerciales y publicidad de Rexona, Unilever, champús Tresemmé, Fruco, entre otros. En temas políticos ha compartido tanto trinos de Gustavo Petro, como de Álvaro Uribe. Este perfil, como otros, genera preguntas alrededor de si existen cuentas de Twitter creadas por empresas de marketing digital para compartir y trinar un “cliente” y darle una apariencia de legitimidad social en esta red alrededor de mostrar un alcance e impacto amplio. (Herrera, 2017, pp. 62-63)

Twitter, como herramienta política, puede estar siendo usada para sostener discursos y apariencias políticas de formas también engañosas como ésta. Con esto reconozco que la credibilidad sobre el alcance e impacto de los trinos, en estas muestras, debe tener en cuenta este posible escenario de estrategias digitales, basadas en perfiles falsos o robots, aunque también señalo la incapacidad de este trabajo de probar si hay

o no una estrategia pagada detrás. Solo resalto las dudas que esto genera en los alcances metodológicos de este y cualquier trabajo que se realice en Twitter, teniendo en cuenta el alcance e interacción como punto de lectura de legitimidad. Ya que este escenario le puede restar credibilidad al argumento de que los trinos más compartidos fueron los más “persuasivos”. En este “auditorio virtual” un argumento de autoridad y legitimación es también la cantidad, como en el sistema democrático, sin detenerse en el fondo. Y se acepta, sin mucho análisis, que un trino muy compartido sostiene un “apoyo y respaldo” virtual, que como podemos ver aquí puede ser también fraudulento o ficticio. Sin embargo, este trabajo no tuvo como propósito tabular y registrar la dimensión de este fraude. Que bien podría ser un campo muy interesante de investigación futura. En cambio, quiso concentrarse en el análisis retórico de los discursos e imaginarios que sostuvieron la campaña del No, que, finalmente, ganó la consulta del plebiscito, aunque por un margen estrecho, para dar elementos de comprensión sobre qué construcción de paz, si se puede llamar así, están fomentando esos imaginarios y dispositivos retóricos. (Herrera, 2017, pp. 64-65)

Observaciones: de igual modo Natalia Herrera (2017) de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, hizo referencia al análisis de «los mensajes más difundidas en la red social Twitter», para lograr dicho alcance se hizo un rastreo donde se pudiera identificar las tendencia en Twitter, además del alcance que suscitaron las publicaciones entre el 29 de septiembre y el 02 de octubre; se estudiaron las cuentas que generaron mayor difusión y alcance en dicho periodo, entre esto se tuvo en cuenta «la lógica retórica de los trinos», además se hizo un tipo de relación en cuanto a los imaginarios sociales en Colombia y que fueron abarcados en la muestra seleccionada, de ahí se derivó la reflexión del por qué la existencia en tendencia de una paz antagónica concebida (párr. 1); la muestra seleccionada para la investigación fueron extraídos de la base de datos de la Fundación Ideas para la Paz (FIP), quienes establecieron un monitoreo de la discusión en temas de la paz en Twitter, entre las categoría a investigar se tuvieron presente: gobierno, Farc-EP, y oposición; la delimitación de trinos se realizó mediante algoritmos manejados por la FIP, la investigación arrojó un total de 204.798 trinos del tema relacionado (pp. 13-14); las conclusiones a las que llegó el estudio arrojaron que la campaña del No fue fructífera

porque «alimentaron la indignación [...], [y también] porque tuvieron dispositivos retóricos como el “castrochavismo” o la “ideología de género” que sirvieron como armas eficientes porque apelaban a nuestro ethos imaginarios» por medio de la difusión en las redes sociales (Prado, 2016, citado en Herrera, 2017, p. 59); en el análisis se encontró con usuarios que ocasionaron dudas en la legitimidad de existencia, «genera preguntas alrededor de si existen cuentas de Twitter creadas por empresas de marketing digital para compartir y trinar un “cliente” y darle una apariencia de legitimidad social en esta red alrededor de mostrar un alcance e impacto amplio» (pp. 62-63). Herrera (2017) cuestiona la usabilidad de Twitter como herramienta política pues es empleado en muchos casos para generar o sostener apariencias políticas o incluso para sostener diálogos engañosos, es por ello que resulta complejo el manejo de investigaciones de este tipo de análisis a plataformas web por las estrategias engañosas o pagados generadas por usuarios falsos, pues le resta credibilidad de argumento en cuanto a la persuasión que tuvieron los trinos más compartidos (pp. 64-65).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 24 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 11

Descripción. Flores, D. (2017). La búsqueda del cambio social en la era digital: activismo y expresión pública en internet. *Disertaciones*, 10(1), 125-138.

Obtenido de: <http://www.revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones>

Localización: anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones".

Ficha núm. 12.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: artículo de revista *Disertaciones*

Palabras claves: activismo; comunicación en Internet; cambio social; era digital, expresión pública.

Contenido.

- La comunicación en Internet se ha convertido en un elemento central para el

activismo de nuestros tiempos. Internet puede entenderse hoy como un espacio desde el cual es posible transformar la realidad, pero, a la vez, como un espacio de reproducción del orden social dominante (Coleman, 2010). (citado en Flores, 2017, p. 126)

- La investigación, de la cual procede este artículo, abordó la relación entre el espacio público e Internet mediante el análisis de las prácticas de expresión pública de grupos locales de activistas. Como se verá en el siguiente apartado, buena parte de los estudios sobre activismo y movimientos sociales e Internet se concentran en la protesta y las grandes movilizaciones de la historia del presente. Sin embargo, hay otros grupos, más pequeños y menos visibles, que se constituyen y operan en localidades concretas, cuyo trabajo cotidiano se orienta al cambio social a partir de las prácticas y los espacios de experiencia. Junto con el trabajo presencial, la comunicación en Internet es una constante entre estos activistas. (Flores, 2017, pp. 126-127)
- Los movimientos sociales han sido analizados desde distintas perspectivas, que pueden englobarse en: 1) los enfoques políticos y organizacionales, que estudian las oportunidades, las lógicas de organización y la racionalidad; 2) los enfoques económicos, interesados por los recursos de operación de las agrupaciones; y 3) los enfoques culturales, que han desplazado el foco de interés hacia la subjetividad, la identidad y las emociones. Una de las líneas clásicas en la sociología de los movimientos sociales es la propuesta por Touraine que, desde mediados de los 60, propuso estudiar la articulación de tres principios en los movimientos sociales: identidad, oposición y totalidad (Touraine, 2006). En esa misma lógica, Melucci (1999) ha propuesto estudiar al movimiento social como una forma de acción colectiva, basada en la solidaridad. Ambos autores han enfatizado la capacidad del sujeto para convertirse en actor. (citado en Flores, 2017, p. 127)
- En este artículo se presentan algunos hallazgos de la investigación, que permiten comprender las lógicas de comunicación de los grupos activistas locales en la era global. Particularmente, se busca dar cuenta de las prácticas de expresión pública de los activistas en Internet, desde la perspectiva de los propios activistas. Para ello, se aborda la comunicación desde tres ejes: la identidad activista, las lógicas de

producción; y las relaciones entre la red, la calle y los medios, en tanto espacios de comunicación. (Flores, 2017, p. 127)

- Una de las transformaciones asociadas con la globalización es la incorporación de Internet en las prácticas comunicativas de los activistas, sobre todo entre las generaciones más jóvenes. En la revisión de la literatura se identificaron estudios sobre las movilizaciones de los años recientes, en diferentes lugares del mundo¹: en los países del norte de África (Primavera Árabe), el 15M en España, Occupy Wall Street en Estados Unidos, #YoSoy132 en México, entre otras. De acuerdo con Manuel Castells (2012), “los movimientos se originaron a partir de una crisis económica estructural y de una profunda crisis de legitimidad” (p. 211). Y en ellas Internet cumplió un papel fundamental para su integración. En ese sentido, se abordó la relación profunda entre la ocupación de las calles y la ocupación de Internet en México, España, Chile, Brasil, Egipto, Birmania e Irán. Así mismo, se enfatizó en varios de estos casos la participación de los jóvenes y su uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (Cardoso y Di Fátima, 2013; Corsín y Estalella, 2011; Fahmi, 2009; Gómez y Treré, 2014; Mansilla, 2014; Tamayo, 2014 y Toret, 2013). En relación con las redes digitales, se han estudiado las lógicas de reticularidad y viralidad o contagio en estas movilizaciones, a partir del concepto de tecnopolítica (Toret, 2013). (citados en Flores, 2017, p. 128)
- En esta investigación se abordó la expresión pública de los activistas en Internet. Sin embargo, la indagación no se limitó a la red, dado que en la perspectiva sociocultural se enfatiza el carácter relacional de las prácticas culturales, así como su contexto. Se asume que la comunicación en Internet está inserta en un conjunto mayor de espacios y prácticas comunicativas, que se relacionan y transforman entre sí. Por esta razón, se diseñó un modelo metodológico que incluyó la red, la calle y los medios, como espacios de comunicación, que corresponden a diferentes materialidades, alcances y visibilidad. La calle corresponde a la comunicación interpersonal que opera mediante el cuerpo y sus herramientas (la voz, los movimientos, los objetos, los usos del espacio físico); los medios tradicionales de comunicación con sus tecnologías y lógicas de producción, circulación y consumo de mensajes; y la red que requiere de tecnologías digitales de información y

comunicación, y que comprende otras lógicas de comunicación en línea (Jensen, 2010). (citado en Flores, 2017, p. 129)

- Se trató de una investigación etnográfica (Guber, 2001; Guber, 2004; Hammersley y Atkinson, 1994 y Hine, 2004; 2009; 2015), centrada en la participación (Cefaï, Carrel, Talpin, Eliasoph y Lichterman, 2012). Se abordaron los casos de dos grupos activistas en Aguascalientes, México: Amigos Pro Animal y Libros Vagabundos. (citados en Flores, 2017, p. 129)
- El trabajo de campo se realizó durante el año 2013 por medio de diversas técnicas. La red se trabajó mediante la etnografía de los espacios virtuales de los grupos en Internet; la calle, mediante la observación participante de las actividades presenciales de los grupos; con entrevistas semiestructuradas, los activistas; y los medios, con el monitoreo de la cobertura mediática local de los grupos activistas. Los datos recabados se analizaron en una lógica etnográfica, con el fin de recuperar la voz de los actores (Roulston, 2014 y Thompson, 2002). Los hallazgos se ubicaron en tres categorías: 1) las identidades activistas; 2) las lógicas de producción y la estética activista; y 3) las conexiones y relaciones entre diferentes actores y espacios. En los siguientes apartados se presentan algunos de estos hallazgos. (citados en Flores, 2017, pp. 130-131)
- En síntesis, las identidades activistas se construyen como formas de ejercer una ciudadanía activa, entendida como la responsabilidad de intervenir de modo directo en la realidad local. Estas identidades, que cobran sentido en diferentes niveles de lo personal hasta lo global, se construyen en tres dimensiones principales: la acción, la relación y la comunicación. Concretamente, el activista como sujeto comunicante asume la comunicación como un elemento central para el activismo, ya que es la vía para discutir los asuntos públicos, tanto en un sentido local como global. (Flores, 2017, p. 134)
- Las lógicas de producción de contenidos digitales entre los grupos activistas locales son de índole amateur y, con frecuencia, reutilizan materiales producidos por otros. Los grupos locales difícilmente tienen recursos económicos suficientes para delegar la producción a profesionales y, en algunos casos, no lo consideran necesario puesto que saben emplear la tecnología. Esto habla de un cambio mucho mayor: el

cuestionamiento de los saberes expertos en relación con el desarrollo de la cultura digital. La comunicación, que es la profesión de unos, es al mismo tiempo un derecho de todos. Así, el acceso a los recursos técnicos y discursivos contribuye a esta transformación. (Flores, 2017, pp. 134-135)

- A partir del desarrollo de la cultura digital surgen desplazamientos en la configuración de la expresión pública. Como fue señalado en el texto, una de las transformaciones más importantes es la incorporación de sujetos no institucionalizados, pero tecnologizados, en la expresión pública. Esto no significa asumir una perspectiva tecnocéntrica y atribuir a las redes digitales todo el peso de las transformaciones, sino enfatizar la capacidad transformadora de los sujetos — en este caso, los activistas— en relación con el acceso, el uso y la apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación. La red solo puede entenderse en relación con los otros espacios de comunicación como la calle y los medios. (Flores, 2017, p. 135)
- Para los activistas, la posibilidad de insertarse en la discusión de los asuntos públicos representa la oportunidad de cambiar los términos de la discusión y partir de sus propias lógicas, para explicar a los otros cómo es el mundo mejor que imaginan y por el que trabajan. En otras palabras, los activistas tienen visiones de un mundo mejor —muchas veces contrarias a las dominantes— y, mediante distintas vías buscan que sus visiones sean incluidas. En la propuesta filosófica de autores como Fraser (1995) y Honneth (2011), la búsqueda del reconocimiento se entiende como una búsqueda de justicia social. Esta trasciende la redistribución económica, para incluir al reconocimiento social. La visibilidad se considera como una precondition para el reconocimiento. En este sentido, Internet no tiene solo un papel como herramienta de comunicación, sino como un espacio de lucha por el reconocimiento de la diferencia. Sobre todo frente a otros espacios de comunicación, como los medios tradicionales, donde su posición es de actores secundarios. (citados en Flores, 2017, p. 135)

La búsqueda del cambio social en la era digital deja ver una serie de transformaciones en la configuración de la comunicación. La cultura digital es parte de las generaciones jóvenes de activistas y esto se relaciona con desplazamientos en el

acceso a la expresión pública, las lógicas de producción y de relación, así como la visibilidad. Las generaciones jóvenes de activistas cuentan cada vez con más recursos tecnológicos desde los cuales pueden comunicarse y hacer trabajo colaborativo. Sin embargo, las desigualdades y exclusiones sociales persisten, se ensanchan y se hacen cada vez más evidentes. (Flores, 2017, p. 135)

Observaciones: en el artículo *La búsqueda del cambio social en la era digital: activismo y expresión pública en internet* de Dorismilda Flores (2017) y publicado en el anual electrónico de estudios en Comunicación Social Disertaciones, se estudiaron las publicaciones hechas por grupos sociales activistas locales que vuelcan la información de forma pública, en donde se cuestionan las dinámicas de comunicación entre ellos, abordándose en tres ejes como lo son: lógicas de producción, identidad activista y la relación entre los espacios de comunicación; en su análisis de marco teórico, la tesis fue enfocada desde una perspectiva sociocultural comunicativa, poniendo en diálogo con la filosofía política y la sociología de movimientos sociales con un enfoque etnográfico (p. 125). Es por ello que internet es el espacio donde se transforma la realidad y de tática reproducción de lo que es el orden social dominante (Coleman, 2010, citado en Flores, 2017). La tesis se centró en las dinámicas que se dan entre las decisiones y los actores clave en la interacción de los espacios públicos y de internet de grupos locales activistas, además de comprender las dinámicas comunicativas a nivel global de los grupos activistas en público “Para ello, se aborda la comunicación desde tres ejes: la identidad activista, las lógicas de producción; y las relaciones entre la red [mencionadas anteriormente], la calle y los medios, en tanto espacios de comunicación” (Flores, 2017, p. 127); preguntándose para el artículo sobre las expresiones públicas de los activistas en la red, desde una perspectiva sociocultural con corriente comunicativa en donde se abordó un proceso investigativo que trascendió la red, abordando caracteres que influyen en el contexto social, teniéndose presente conceptos de calle -comunicación interpersonal-, medios -tecnología y medios de producción- e internet -lógicas de comunicación en línea- (Flores, 2017, pp. 128-129).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 25 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 12

<p>Descripción. Putosa, I. (2015). Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político.</p> <p>Obtenido de: Chasqui (128), 197-214.</p>
<p>Localización: Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 128, abril - julio 2015.</p>
<p>Ficha núm. 13.</p>
<p>Tipo de ficha: textual.</p>
<p>No. clasificación: artículo de revista. Chasqui.</p>
<p>Palabras claves: movimientos sociales en red; propagación de ideas; marco de injusticia; identidad colectiva; comunicación política autónoma; acción colectiva; enclaves deliberativos.</p>
<p>Contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este artículo presenta una síntesis conceptual sobre los movimientos sociales en red que permite analizar el ciclo global de protestas y movilizaciones registrado entre 2009 y 2014, dentro del contexto general de la acción colectiva y la política en red en la sociedad de la información. El trabajo está marcado por un enfoque conexionista de teoría de redes. A partir del contraste entre la literatura y los casos registrados en el período se propone un conjunto de 10 proposiciones teóricas para explicar las dinámicas fundamentales de los movimientos sociales en red. (Putosa, 2015, p. 197) • Partimos de la idea de que “los movimientos sociales son [...] complejas y altamente heterogéneas estructuras de redes” (Diani, 2003, p. 1) 1. Por lo tanto, adoptamos una perspectiva de estudio marcada por una lógica relacional de la acción colectiva (Edwards, 2014). Vale anotar que los movimientos sociales han venido adoptando lógicas relacionales de acción colectiva apalancadas en la apropiación de la web para la comunicación política autónoma desde los inicios de la denominada globalización. Las movilizaciones altermundistas de Ginebra (1998) y Seattle (1999) fueron resultado de esas dinámicas relacionales (y globales) de organización para la acción colectiva. Asimismo, la lógica relacional fue crucial para la irrupción comunicacional global del movimiento Zapatista (1994), que bien puede

ser considerado el primer movimiento social en red (Garrido & Halavais, 2003). (citados en Putosa, 2015, p 199)

- El actual ciclo de cambios políticos generados a partir de la ocupación de espacios públicos por movimientos en red comienza en 2009, con un caso frecuente ignorado en las cronologías sobre el tema: la “revolución de los potes de cocina” en Islandia (Castells, 2012). Después vendrían los movimientos pro-democratización en los países del cercano y el medio oriente, así como del norte de África, que se conocen como “la primavera árabe de 2010”, en donde destacan los casos de Túnez y Egipto (Lotan, Graeff, Ananny, Gaffney, & Pearce, 2011). Luego, en 2011, seguirían los movimientos de Indignados y Occupy Wall Street (Toret, 2013; Conover et al., 2013). En Latinoamérica, el caso más destacado sigue siendo #YoSoy132 en México, al final de la campaña presidencial de 2012 (Rovira Sancho, 2014). No obstante, también se registran casos de movilizaciones colectivas de activismo, resistencia y protesta que poseen algunas características de movimientos sociales en red en Ecuador (2005), Colombia (2008), Chile (2011), Venezuela (2014) y Brasil (2014) (Martin, 2013; Cabalin, 2013; Uzcátegui, 2014; Puyosa, 2014; Delgado & Arenas, 2014). (citados en Putosa, 2015, p 199)
- Los movimientos sociales en red han sido actores principales de la política contenciosa en estos primeros 15 años del siglo XXI. El ciclo de vida de los movimientos sociales en red entra en la dinámica política de ciclos de protestas, ciclos de reforma y ciclos de estabilización (Tarrow, 2012). Una pregunta que ha signado la investigación en torno a este ciclo de protestas es si la web ha sido un factor generador de cambios en la estructura de oportunidades políticas que ha favorecido el protagonismo de movimientos sociales. La noción de estructura de oportunidades políticas se refiere a las condiciones de un sistema político particular que facilitan la acción colectiva (Tarrow, 2012). La noción incorpora como factores relevantes para explicar la acción colectiva aspectos de las estructuras del Estado, los grupos organizados, las elites y las crisis económicas (Retamozo, 2013). (citados en Putosa, 2015, pp. 199-200)
- En la literatura sobre movimientos sociales en red hemos identificado como factores contextuales catalizadores: 1) Conflictos entre las élites en el poder; 2) Disfunción

en los mecanismos de integración social y política; 3) Persistencia de graves problemas económicos para los cuales los grupos en el poder no ofrecen solución; 4) Elevadas expectativas insatisfechas de cambio social o político; y, 5) Apropiación social de innovaciones tecnológicas para la comunicación política autónoma (Goodwin & Jasper, 2009). (citados en Putosa, 2015, p. 200)

- Nos interesa profundizar en las dinámicas de redes que afectan los flujos de información y los flujos de influencia en los movimientos (Oliver & Myers, 2003), así como la decisión misma de participar en activismo o en movilizaciones de protesta (Passy, 2003; Passy & Monsch, 2013). El estudio de los casos indica que los participantes en el momento de arranque de los movimientos sociales en red tienden a ser quienes perciben una intolerable contradicción entre las relaciones de dominación política y de control social que les han sido impuestas y su propia identidad política, individual y colectiva (Melucci, 1996). Los activistas presentes en los debates o los eventos iniciales de los movimientos sociales en red suelen tener un nivel de educación formal alto o medio, tienden a tener una alta exposición a la información política, viven en centros urbanos, son jóvenes y suelen contar con experiencias previas de participación en organizaciones sociales voluntarias no partidistas. (citados en Putosa, 2015, p. 200)
- La identificación de estas diez dinámicas fundamentales en los casos más emblemáticos de las movilizaciones colectivas del período 2004-2009, podría ser un aporte para avanzar en una línea de investigación dentro del campo de los estudios de redes. La evidencia ya existente sobre el arranque emocional de los movimientos en red puede ser corroborada por estudios que utilicen técnicas de análisis de redes sociales, minería de datos en la web y etnografía digital. Mientras que el proceso de elaboración de los marcos de injusticia puede ser estudiado con técnicas de análisis de discurso, minería textual, etnografía digital y narrativas. El uso de la web y del teléfono móvil para comunicación política autónoma puede ser analizado a través de minería de datos y de encuestas. Los procesos de construcción de identidad colectiva a partir de marcos de valores y un lenguaje propio del movimiento pueden ser estudiados con métodos etnográficos y con análisis del discurso. Los debates sobre temas y valores en enclaves deliberativos

pueden, asimismo, ser analizados con minería de datos web, análisis textual y análisis de redes sociales. Los aspectos derivados de la estructura del movimiento también pueden estudiarse con métodos de análisis de redes sociales.

Evidentemente, las dinámicas de capital social en los movimientos también son un aspecto que debe estudiarse con métodos de análisis de redes sociales. En cambio, los procesos de acción colectiva para la ocupación del espacio público deberían ser estudiados con técnicas de investigación social más tradicionales, como las encuestas y las entrevistas. En tanto que el estudio de las dinámicas de acción política contra-hegemónica o de contra-públicos reclama diseños multi-métodos que combinen análisis de discurso y análisis de actores en conflicto. Finalmente, el estudio de la conformación de redes de activistas exige el uso de modelos y técnicas de análisis de redes sociales, lo que también ocurre con el crucial tema de la propagación de ideas por difusión en cascadas o contagio. (citados en Putosa, 2015, pp. 210-211)

Procesos políticos tan complejos como los que involucran el actual ciclo global de protestas y la emergencia de los movimientos sociales en red no se pueden agotar en las 10 dinámicas propuestas como fundamentales en este artículo. No obstante, la síntesis conceptual presentada puede ser útil para avanzar de los estudios de casos hacia teorizaciones más completas sobre movimientos sociales en red. (citados en Putosa, 2015, p. 211)

Observaciones: la revista latinoamericana de comunicación Chasqui, publicó en el año 2015 un artículo de la autora Iria Putosa (2015) titulado *Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político* un artículo donde se presenta en síntesis conceptual los movimientos sociales en el internet, analizando los movimientos y ciclos globales de protestas durante los años 2009 y 2014 (p. 198). La tesis estudió conceptos tan importantes para la investigación a cursar, esto para aplicar sus teorías sobre las dinámicas de los movimientos sociales y el concepto de injusticia como respuesta emocional para movilizar a las personas en redes digitales, es así como establece diez dinámicas de las movilizaciones colectivas entre los años 2004 al 2009; entre las conclusiones que deja la investigación está la importancia de conocer la etnografía digital, un análisis de redes sociales y generar

una “minera” de datos en la web para así generar debidamente el estudio sobre la influencia que tienen los mensajes cargados de contenido que produzca una emoción fuerte sobre el individuo para así generar la movilización de personas; es por esto que un punto importante que se resalta en las conclusiones es el proceso para hacer un marco de injusticia donde se estudia con técnicas como la minería textual, la etnografía digital, narrativa y un análisis de discurso; teniendo presente la construcción colectiva de identidad con un marco de lenguaje y valores propio del movimiento en donde también se habla sobre el avance de los estudios de caso que necesitan para generar teorizaciones sobre movimientos sociales en la web (pp. 210-211).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 26 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 13

Descripción. Lago, S. (2015). Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red. Recuperado el 13 de agosto de 2018

Obtenido de: Chasqui (128).

Localización: Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 128, abril - julio 2015.

Ficha núm. 14.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: artículo de revista. Chasqui.

Palabras claves: acción colectiva; protesta social; internet; redes sociales.

Contenido.

- Entre otras cuestiones que caracterizan a las movilizaciones contemporáneas se observa la apropiación social de internet, combinando el activismo en la calle con el activismo en el espacio virtual; una nueva estética y culturización de la práctica política; la vinculación de sus formas de acción directa y de representación a la idea de contra información (cultural y política); una composición fuertemente juvenil pero no restringida solo a un fenómeno joven; una diáspora de posiciones políticas e ideológicas. (Lago, 2015, p. 115)
- “Internet y las tecnologías digitales, en particular las redes sociales, permiten

expandir y visibilizar a los movimientos pero también contribuyen fuertemente a la constitución y consolidación de las organizaciones, generando nuevas condiciones para el activismo social y político” (Lago, 2015, p. 115).

- Por otra parte, se profundiza el proceso de politización de la cultura con una estética particular que continúa la línea de los movimientos globales de fines de los ‘90 y 2000. Compartimos con Brian Holmes la idea de que la dimensión estética y comunicativa de la acción política contemporánea es medular y está entrelazada con la cuestión de la representación. Estos medios son complementarios a la acción directa y con internet se despliegan produciendo uno de los grandes cambios que han transformado las posibilidades del activismo político (Holmes, 2005, p. 226). (citado en Lago, 2015, p. 115)
- Al mismo tiempo, y paradójicamente, se produce la ocupación de los espacios públicos en una suerte de territorialización de la política. Harvey (2012, p. 171), sitúa la ciudad (y las calles) en el centro de la lucha de clases y en torno al capital, señalando que las ciudades son centros de acumulación capitalista pero también centro de la lucha de clases. Las plazas centrales simbólicas de la ciudad postindustrial aparecen como escenarios de imposición de un orden hegemónico y las mismas son ocupadas para la movilización social. Señala, además, que el foco de la rebelión se expresa en la ciudad, ya no en el lugar de trabajo, o en todo caso, se complementan, se solidariza. (citado en Lago, 2015, p. 115)
- Para el desarrollo de este artículo se consideran como antecedentes los avances producidos en nuestras investigaciones 1, donde estudiamos a movimientos de resistencia global y a colectivos culturales y de comunicación que desarrollaron una actividad sostenida en el terreno audiovisual y comunicacional durante las últimas dos décadas en Argentina (Lago Martínez, Marotias A., Marotias L. & Movia, 2006; Lago Martínez, 2012). (citados en Lago, 2015, p. 116)
- [...] la década neoliberal de los ‘90 ofrece un escenario para el desarrollo de importantes movimientos sociales como el “piquetero” conformado por trabajadores desocupados, el de derechos humanos como secuela de la última dictadura militar, organizaciones de mujeres, colectivos en defensa de medio ambiente –con énfasis en la oposición a la explotación de los recursos naturales– y nuevos sindicatos de

trabajadores como la Central de Trabajadores Argentinos (CTA), entre otros. Esta década, azotada por un gobierno neoliberal a ultranza culmina con el estallido social de 2001-2002, que como consecuencia trae la caída del gobierno constitucional, mientras el lema QUE SE VAYAN TODOS recorría las acciones de protesta en todo el país. (Lago, 2015, p. 117)

- Cabe señalar algunas de las características de los movimientos globales de fines de la década del '90 y la de 2000, éstas son: nuevos territorios para la resistencia social y política; relevancia de la comunicación y de la utilización de recursos tecnológicos en los procesos de activismo social –se enlazan las acciones y producciones en el ciberespacio con las desarrolladas en el territorio; formas organizativas basadas en redes y en el trabajo colectivo y promoción de la libre circulación y apropiación de los bienes culturales; novedosa estética de la protesta e integración de la comunicación y la imagen en expresiones escritas visuales, audiovisuales y gestuales propias de la cultura digital (Lago Martínez, 2008, p. 103). (citado en Lago, 2015, p. 117)
- Como los movimientos se ven obligados a superar la frontera mediática, la visibilidad del conflicto es tan importante como su enfrentamiento. El acceso a instrumentos de comunicación social globalizados cambió las estrategias de intervención política e internet se constituyó en un centro de operaciones. (Lago, 2015, p. 118)
- La mundialización de la lucha permitió el acceso a amplios públicos, además de la creación de servicios alternativos de noticias, cadenas de e-mails y sitios interactivos de información. Por ejemplo, el Foro Social Mundial (FSM) alcanzó un enorme impacto en la opinión pública mundial gracias a la creación de una red de comunicación alternativa en sus inicios impulsada por la agencia Inter Press Service (IPS) y por Le Monde Diplomatique. En la web se destacaron la Minga Informativa de los movimientos sociales, la Asociación Latinoamericana de Información (ALAI), y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). (Lago, 2015, p. 118)
- En la región latinoamericana los movimientos sociales tienen una larga historia, la intervención política de los mismos adquiere ribetes muy diferentes según se trate

de movimientos con proyectos y objetivos de intervención política bien definidos o movimientos emergentes, de fronteras difusas, cuya intervención se ciñe (con toda su complejidad) a la protesta en las calles. Esta última puede ser autoconvocada por los ciudadanos o no tanto, puede emerger desde las redes sociales o de redes sociales ya existentes y otras formadas durante las acciones del movimiento, en cualquier caso esta conexión incluye redes sociales on-line y offline. (Lago, 2015, p. 124)

- “Si bien algunos observadores interpretan los movimientos como otro rechazo a la globalización, las marchas son más localizadas y centradas en los problemas de cada país que en décadas anteriores” (Lago, 2015, p. 128).
- Los fenómenos mencionados parecen ser protagonizados por jóvenes educados de clase media que se apropian de las tecnologías y recrean nuevas formas de protesta y denuncia. Incluso algunos especialistas denominan a éstos jóvenes como la generación “Y”, nativos de la Era Digital. Sin embargo no es posible aseverar que todas las acciones colectivas en el mundo son protagonizadas sólo por jóvenes no partidistas. Existen también colectivos de indígenas, de trabajadores, de la diversidad sexual, de migrantes, de campesinos, de centros culturales, entre muchos otros, que son activos protagonistas de los conflictos y movilizaciones en sus territorios de acción específicos. (Lago, 2015, p. 128)
- Originada en 2008 en el norte desarrollado del mundo, la crisis global se ha convertido en una crisis con fuertes consecuencias políticas, sociales y militares. La misma afecta de manera diferencial al norte y al sur, pero en todo el mundo los sistemas políticos se ven afectados por una profunda crisis de legitimidad de los partidos. (Lago, 2015, p. 128).
- También en América Latina prospera el desencanto de la ciudadanía con todo lo que comúnmente se relaciona con la política tradicional, en Brasil se pone ampliamente de manifiesto. Además, en todos los países de la región se producen tensiones y conflictos medioambientales, entre otras cuestiones por la explotación extractiva de recursos naturales (minerías a cielo abierto por ejemplo), la utilización de recursos naturales como el agua (Bolivia), la contaminación y deforestación, la crisis climática, etc. Las movilizaciones por estas problemáticas adquieren en los

últimos años una fuerza notable en Latinoamérica. (Lago, 2015, p. 129)

- Es difícil prever a dónde conducirán las protestas multitudinarias. La primavera árabe fue un acontecimiento de importancia histórica que amenazó a las estructuras políticas y de las elites en el poder, sin embargo, éstas realizaron un esfuerzo para restaurar su riguroso control político y mantener su imperio económico mientras se retrocede en algunos de los logros más significativos de la primera etapa. (Lago, 2015, p. 129)

Los procesos políticos organizados sin correlato orgánico, presentan una debilidad en términos de traducir e institucionalizar demandas o propuestas, sin embargo, los marcos organizativos en su dinámica se van construyendo. Internet y las tecnologías digitales en general crean las condiciones para el activismo social y político como una forma de práctica compartida que permite sobrevivir, deliberar, coordinar y expandirse, todas experiencias que amplían el horizonte de la intervención política de un modo que ya no tiene vuelta atrás. (Lago, 2015, p. 129)

Observaciones: la revista latinoamericana de comunicación Chasqui, publicó en el año 2015 un artículo de la autora Silvia Lago Martínez (2015), denominado *Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red*, en donde también se toca el tema de movimientos sociales masivos, pasando por ser un tipo de luchas donde se combinando el activismo en calle con los espacios virtuales, creando una cultura y estética en torno a prácticas políticas, una mezcla de posiciones ideológicas y políticas (p. 114); entre las conclusiones resaltan las marchas generadas a niveles locales, centrándose en los problemas pertinentes a cada país y del apoderamiento de los jóvenes, la generación “Y”, por la tecnología; además de los colectivos protagonistas de los conflictos en sus territorios (pp. 128-129). Su peso informativo en cuanto al análisis de casos globales, tocando temas como el hacktivismo, hasta estudiar los casos latinoamericanos serán de amplia ayuda para la tesis de trabajo de grado relacionado también con Latinoamérica en la plataforma de Twitter, por la delimitación que presenta centrado en las publicaciones hechas en la región, donde “prospera el desencanto de la ciudadanía con todo lo que comúnmente se relaciona con la política tradicional” (Lago, 2015, p. 129).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 27 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 14

Descripción. Ruano, L., Congote, E., & Torres, A. (2016). Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios.

Obtenido de: Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información (19), 15-31.
doi: <http://dx.doi.org/10.17013/risti.19.15-31>

Localización: Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información (19).

Ficha núm. 15.

Tipo de ficha: textual.

Núm. clasificación: artículo de revista. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação.

Palabras claves: comunicación; interacción; identidad; redes sociales virtuales; TIC.

Contenido.

- El presente artículo describe tipologías de usuarios tecnológicos (nativo, inmigrante, reflexivo y escéptico), resultantes de la aplicación de la técnica de análisis sociológico del sistema de discursos desde el enfoque cualitativo, sobre un corpus documental compuesto por grupos de discusión. Se elige una muestra de estudiantes universitarios de dos programas académicos de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Popayán, con los cuales se realizan cuatro grupos de discusión hasta lograr la saturación discursiva; la inclusión de los sujetos al interior de la tipología se logra tras la definición de cuatro categorías de análisis (percepción, tipo de uso, frecuencia de uso y nivel de construcción o redefinición de la identidad), que permiten situar discursivamente al sujeto, frente a las formas de comunicación e interacción mediadas por dispositivos tecnológicos (computadoras, celulares, tabletas electrónicas) y redes sociales virtuales (Facebook, Twitter, YouTube y WhatsApp), considerando el impacto generado en su vida académica y personal. (Ruano, Congote, & Torres, 2016, p. 15)
- El presente trabajo, hace parte del proyecto “Evolución del fenómeno de redes sociales y el acceso en movilidad: herramienta de comunicación y

relación/interacción, en la ciudad de Popayán, Cauca y da continuidad al artículo “Dispositivos Tecnológicos: Comunicación e Interacción en un entorno Universitario”, disponible las Actas del 5º Congreso Ibero-Americano en Investigación Cualitativa, realizado en Porto Portugal, entre los días 12 y 14 de Julio. (Ruano, Congote, & Torres, 2016, p. 16)

- La aparición de dispositivos tecnológicos de información (DT) como las computadoras, los teléfonos móviles y las tabletas electrónicas, han permitido la reconfiguración de las formas en que los seres humanos reciben, interpretan, administran y transmiten la información; posibilitando el desarrollo de procesos de comunicación, interacción y de establecimiento de relaciones interpersonales mediados por el uso de la tecnología, donde la bidimensionalidad propuesta entre la realidad virtual (online) y la realidad no virtual (offline), afecta los comportamientos individuales y colectivos dentro y fuera de la red (Aguilar & Said, 2010; Vázquez et al., 2016). Así, los fenómenos sociales se trasladaron a la virtualidad, sufriendo mutaciones que representan nuevas áreas de investigación (Aymerich, 2013) en las cuales, se contempla como fenómenos de estudio, los procesos relacionados con la adquisición de dispositivos, y la utilización de redes sociales y aplicaciones virtuales en las cuales los sujetos actúan, se relacionan y definen su identidad (Gonçalves et al, 2016). (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 16)
- La relevancia social de la investigación, se vincula con el reconocimiento de las formas de comunicación e interacción por el uso de DT y RSV en los escenarios educativos; a modo de identificar estilos de enseñanza, contenidos curriculares, fuentes y tipos de información, y posibilidades de adopción-creación de herramientas coherentes con las dinámicas actuales, para promover aprendizajes significativos en los estudiantes. La relevancia metodológica, hace referencia a la utilización de las técnicas cualitativas como los grupos de discusión y el análisis sociológico del sistema de discursos, cuyo principio y fin es la percepción subjetiva del participante, para obtener resultados válidos y confiables para la elaboración de teorías y propuestas metodológicas. Por último, la pertinencia del estudio radica en la presentación de una tipología de análisis de los usuarios-consumidores

tecnológicos, que permitirá a los investigadores de las ciencias de la educación, las ciencias sociales y humanas, y las ciencias de la tecnología e informática, entre otras, reflexionar sobre estos fenómenos, generar otro tipo de análisis y aportar de manera crítica, nuevas respuestas e interrogantes al estudio de las RSV y el uso de DT. (Ruano, Congote, & Torres, 2016, p. 18)

- Se toma como universo de investigación la Universidad Cooperativa de Colombia sede Popayán; específicamente a los estudiantes de Psicología e Ingeniería de Sistemas. El Estudio toma como base la técnica del grupo de discusión (Ibáñez, 1979). El Grupo de Discusión, herramienta fundamental en este trabajo, lo hemos definido como un “Instrumento de recogida de información discursiva, realizada en un entorno controlado, donde los componentes del grupo representan los distintos estratos de la estructura del objeto de investigación.” El grupo de discusión se fundamenta en la extracción de los significados, normalmente con un fuerte carácter social. Y que están estructurados de acuerdo a un orden o esquema de pensamiento. El grupo de discusión es una reconstrucción artificial, “en laboratorio”, del discurso natural que podemos encontrar en un contexto estructural (Julia, Galindo, & Galindo, 2014). (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 20)
- Los elementos extraídos de los grupos de discusión, son codificados y presentados como unidades temáticas o conceptuales que son utilizadas por el hablante. En las técnicas cualitativas, el investigador(a) tiene en consideración la construcción social de sentido (Julia et al., 2014). Así, en primer lugar, se plantearon los protocolos (grupos heterogéneos según casilleros tipológicos) y el modelo de moderación. Los mismos, fueron grabados en audio y video y luego transcritos textualmente, para ser analizados a través del software de análisis cualitativo Atlas.Ti, a partir de pautas propuestas por la teoría fundamentada, identificando las categorías iniciales a través de la codificación abierta (Strauss; Corbin, 2002). (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 20)
- Se crearon las tipologías de los consumidores tecnológicos a partir de cuatro variables: percepción del dispositivo tecnológico, uso que le dan, frecuencia de uso y construcción y redefinición de la identidad del sujeto por el uso de los mismos. Dentro de los grupos, se pretendió encontrar posturas discursivas que

representaran de mejor forma, o fueran más ilustrativas para la categoría. Se intenta el desarrollo de una estructura de categorías y su interpretación en un contexto no necesariamente replicable, pero sí con posibilidad de transferirse a otros contextos (Costa, Mónica, & Paulo, 2015). En definitiva, se realizaron cuatro grupos a partir de los cuales se obtuvo la saturación discursiva (Krueger, 1991), conformados por informantes que cumplieron básicamente la función de ilustrar cada una de las categorías de los perfiles, acotar y ordenar la interpretación. (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 20)

- En un segundo momento del análisis de los datos cualitativos, se implementó el análisis sociológico del sistema de discursos (Gutierrez del Alamo, 2009), en una muestra de tipo estructural que representa las distintas posiciones discursivas, mas no la generalización de resultados. Considerando las ventajas que ofrece el grupo de discusión para explorar el contexto de las nuevas formas de relaciones sociales (o virtuales), este análisis parte de la descripción biográfica de perfiles, pasa por un análisis semiótico-estructuralista, complementándose con un análisis de los contenidos manifiestos y latentes, hasta llegar a una dimensión más bien pragmática o interpretativa del contexto. (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 20)
- La percepción de los nativos tecnológicos acerca de los DT y las RSV es favorable, ocupan un lugar importante en sus vidas, principalmente para socializar en la red. El entretenimiento en momentos de ocio son motivos usuales para acceder a ellos, los usos giran en torno a la curiosidad, el establecimiento de relaciones con gran número de contactos y la conformación de comunidades virtuales. Al respecto, como le refiere (Suriá & Raquel, 2012, p. 18) “cabría la posibilidad de que el establecimiento de relaciones con desconocidos a través de estos espacios online, de algún modo, pudiera resultar enriquecedor no sólo por ampliar la red social sino porque al foment. (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 27)
- En cuanto a la constitución de la identidad, se advierte una tendencia en los nativos tecnológicos a concebir los DT desde los que el efectúan sus actividades comunicativas y de interacción, como una prolongación de sí mismos; en este sentido, su identidad es susceptible de redefinirse en la medida en que cambian las

posibilidades de comunicación/interacción por la evolución del dispositivo. Para ellos, “la tecnología no es solo mediadora, sino constructora de lo social” (Barrios, 2009). (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 29)

- Los inmigrantes, reflexivos y escépticos tecnológicos por otro lado, asumen una postura más crítica del uso de los DT y las RSV, generada por vivenciar el surgimiento y evolución de estos medios en una etapa posterior a la construcción de su identidad. Si bien la identidad varía de algún modo a lo largo del tiempo --de acuerdo a las experiencias y aprendizajes subjetivos, así como a los acontecimientos e influencias sociales--, es más probable que estos sujetos adapten los dispositivos a sus necesidades, en lugar de percibirlos como una necesidad en sí mismos. (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 29)

A modo de reflexión, se plantea que el estudio de las formas de comunicación e interacción mediadas por dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales, requiere profundizar en otras áreas de su estructura para visibilizar el alcance de la inclusión de este tipo de tecnologías en las diferentes esferas de la sociedad. (citados en Ruano, Congote & Torres, 2016, p. 29)

Observaciones: la *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información*, publicó en el año 2016 un artículo que se tomará como elemento relevante para la investigación, generalmente por abordar el tema de *Comunicación e interacción por el uso de dispositivos tecnológicos y redes sociales virtuales en estudiantes universitarios*, Luis Ruano, Ernesto Congote y Andrés Torres (2016) describieron los tipos de personas tecnológicas en la web: escéptico, reflexivo, inmigrantes y nativos; que surgieron «de la aplicación de la técnica de análisis sociológico del sistema de discursos desde el enfoque cualitativo, sobre un corpus documental compuesto por grupos de discusión», los sujetos a investigar fueron incluidos después de la definición en las categorías de análisis: tipo de uso, percepción, «nivel de construcción o redefinición de la identidad» (p. 15); los eventos sociales se mueven al mundo virtual donde se presentan mutaciones que simbolizan los nuevos escenarios de investigación (Aymerich, 2013, citado en Ruano et al., 2016) será de investigación el fenómeno presente en los procesos de adquisición de los dispositivos donde se relaciona, actúan y se definen la identidad de los usuarios participantes (Gonçalvez,

Martins y Rocha, 2016, citado en Ruano et al., 2016, p. 16); la hipótesis o supuestos manejados por la investigación de orden inductivo, se realizaron posibles actitudes de aquellos sujetos que fueron categorizados: o. Nativos tecnológicos, quienes basan su identidad en la manipulación de las interacciones en red y en el dispositivos, dejando de lado lo relacionado con las interacciones no verbal; ii. inmigrantes tecnológicos, que «sobrevaloran la importancia» entre la de red y los dispositivos, es decir pasan a ocupar la centralidad en sus vidas; iii. Reflexivos tecnológicos, son aquellos que poseen tendencia a informarse en cuanto utilidad y usabilidad en redes sociales virtuales (RSV) y dispositivos, donde se evita un mal uso de estos mismos; iv. escépticos tecnológicos quienes poseen la tendencia a crear expectativas y pensamientos negativos en cuanto a la manipulación de los dispositivos, sirviendo como justificación para su falta de uso (p. 21).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 28 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 15

Descripción. Zuluaga, J., & Rentería, A. (2017). Análisis de los contenidos de la red social Twitter en la cuenta @GobAntioquia durante el mes de octubre de 2015 del programa de gobierno: Antioquia la más educada para determinar las características del mensaje educomunicativo. Tesis de grado.

Obtenido de: repositorio académico de la Universidad Católica Luis Amigó, Medellín.

Localización: repositorio académico de la Universidad Católica Luis Amigó.

Ficha núm. 16.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis de pregrado para optar al título de comunicador social.

Palabras claves: Análisis de contenido; red social, Twitter, cuentas; @GobAntioquia; programa de gobierno; Antioquia la más educada; educomunicativo.

Contenido.

- La presente propuesta investigativa titulada <Análisis de los contenidos de la red social twitter en la cuenta @GobAntioquia durante el mes de octubre de 2015 del

programa de gobierno Antioquia la más Educada>. Para determinar las características del mensaje educocomunicativo que se desarrolla en torno a la línea de Comunicación–Educación y a la sublínea de Comunicación, educación y ciberculturas; dicho sintagma hace referencia al énfasis del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó de Medellín, desde el cual se pretende dar cuenta de un campo de investigación específico en torno a las prácticas educativas-comunicativas que se gestan en torno a una política de gobierno como es el programa —Antioquia la más educadall, y que, a su vez, parte de la proximidad de otros campos como son la comunicación y la educación, las cuales se unen de manera estratégica y se legitiman en el marco de las ciencias sociales. (Zuluaga & Rentería, 2017)

- Ésta es por tanto una dinámica investigativa que se perfila como un dispositivo de articulación y de validación de todo un quehacer académico, cuyo propósito primordial lo constituye la generación de conocimiento en torno a las características educativas-comunicativas de la red social de twitter @gobantioquia del programa —Antioquia la más educadall. (Zuluaga & Rentería, 2017)
- El asunto que es objeto de análisis y convoca el interés en el presente ejercicio investigativo tiene que ver con la responsabilidad y obligación que tiene el administrador de la red social de twitter @gobantioquia de entregar contenidos educocomunicativos y establecer las diferencias y limitaciones de hacer uso de una red social desarrollada en torno a un organismo de gobierno como lo es la Gobernación de Antioquia para dar a conocer una serie de contenidos programáticas, algunos de los cuales podrían alejarse, en cierta medida, de dicha responsabilidad. (Zuluaga & Rentería, 2017, pp. 14-15)
- De esta manera, desde el estudio y análisis de las características de los contenidos de la red social de Twitter del programa —Antioquia la más educadall es posible comprender con mayor claridad el fenómeno de fragmentación social y cultural que viven hoy las ciudades latinoamericanas, en particular Medellín y los demás municipios del departamento de Antioquia, lo que inspira las segmentaciones básicas en el debate educocomunicativo y la atmósfera de transdisciplinarietà necesaria para dar cuenta de dicho fenómeno, hoy. (Zuluaga & Rentería, 2017, p.

16)

- De acuerdo con los resultados obtenidos de la tabulación de las encuestas y del análisis realizado por medio de la tabla de contenidos de llegaron a las siguientes conclusiones.

La mayoría de los tuits emitidos por la cuenta de Twitter @Gobantioquia tienen una intensión problematizadora, reflexiva y de raciocinio de los eventos actuales que permean a la sociedad antioqueña, formando así entre las personas diálogos internos y externos como se comprobó con los tuits referentes a las elecciones que se desarrollarían en ese mismo mes

Las personas encuestadas y el cuadro de análisis de contenido también mostraron que los lenguajes y los signos utilizados por los tuits eran accesibles gracias a la implementación de recursos propios y coloquios de la región que permitieron la fácil aprensión del mensaje.

Las utilidades de las experiencias de la comunidad por parte de los tuits fueron trascendentales para que el contenido creara una conexión y proximidad entre la persona y lo que se le quería transmitir, así mismo, los seguidores sintieran propio lo que se decía.

También quedó reflejado como los contenidos de los tuits buscaron siempre en mayor o menor medida adecuarse al grado de percepción social, respetando así el código ideológico de los destinatarios con el uso de estereotipos positivos para la decodificación activa de las personas.

De igual manera la utilización de los recursos secundarios siempre ayudó a reforzar el primer mensaje y no contradiciéndolo, muy importante dentro de la comunicación porque este tiende a generar confusión en la recepción del mensaje. Los temas a mejorar de acuerdo con los resultados están en el acompañamiento a las personas para el uso y apropiación de nuevas palabras.

Una de las desventajas del o limitaciones fue la cantidad de tuits analizados por tratarse de un análisis más profundo que extensivo, que tenía como finalidad entre otras cosas vislumbrar un camino que los comunicadores puedan seguir con los ejemplos que se mostraron.

Por último, quisiéramos resaltar, que no existe contenido perfecto, pero que, si

debemos siempre ir en busca de este para siempre estar formado de manera crítica conocimiento entre los demás, porque de describieron tuits que marcan una línea que debiera de seguirse. (Zuluaga & Rentería, 2017, pp. 77-78)

Observaciones: antecedentes como el de Jairo Zuluaga y Andrés Rentería (2017) ante el planteamiento de estudiar mediante un análisis de contenido la cuenta de @GobAntioquia, en el periodo de gobernación de Sergio Fajardo Valderrama, para establecer el desarrollo educomunicativo generado en los mensajes publicados en Twitter en torno al programa Antioquia la más educada, posibilita la posición crítica en torno al carácter educomunicativo que transmiten (y de quienes lo transmiten) los contenidos (pp. 14-15). La investigación se convierte en la posibilidad de «comprender con mayor claridad el fenómeno de fragmentación social y cultural que viven hoy las ciudades latinoamericanas, [...] lo que inspira las segmentaciones básicas en el debate educomunicativo y la atmósfera de transdisciplinariedad necesaria para dar cuenta de dicho fenómeno» (p. 16). El objetivo de la tesis estuvo organizado desde tres factores claves para el departamento de Antioquia: legalidad, igualdad y la reducción en los índices de violencia (p. 21). Las conclusiones a la que llegaron con los tuits publicados es que dichos elementos poseen una “intensión [*sic.*] problematizadora, reflexiva y de raciocinio” de las situaciones que pen etraron en las comunidades de Antioquia en ese periodo de tiempo, lo que generó reacciones o diálogos externos e internos en cuanto a las elecciones llevadas a cabo para el mes de octubre del año 2015, en el análisis se percibió que los tuits generados desde la cuenta @GobAntioquia se adecuaron a las percepciones sociales (p. 77).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 29 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 16

Descripción. Lopera, J., Quiroz, A., & Zapata, C. (2015). ¿Cuál ha sido el impacto de Twitter en la generación de contenidos propagandísticos sobre el proceso de paz en Colombia durante el periodo presidencial de Juan Manuel Santos 2013-2014? Tesis de grado.

Obtenido de: repositorio académico de la Universidad Católica Luis Amigó, Publicidad, Medellín.

Localización: repositorio académico de la Universidad Católica Luis Amigó.
Ficha núm. 17.
Tipo de ficha: textual.
No. clasificación: tesis de pregrado para optar al título de publicista.
Palabras claves: software, comunidades online, participación, políticas de privacidad, Twitter, Facebook, gamification, interfaces sociales, interacción, usuario, computación social, feedback.
<p>Contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las redes sociales son la herramienta de los ciudadanos para alzar su voz de protesta, manifestar expresiones de aliento o en su defecto una posición en contra de un tema específico. Cada vez las personas se apropian mucho más de estas aplicaciones para expresar sentimientos o emociones de la vida cotidiana, el mundo contemporáneo obliga a que se esté conectado y en interacción con los demás a través del uso del internet. Los contenidos multimedia, los textos, las imágenes y los iconos que se manejan en la web son muy atractivos para todos los usuarios, los cuales tienen el poder de ser críticos y generar sus propios contenidos gracias a lo que allí se percibe. (Lopera, Quiroz, & Zapata, 2015, p. 6) La responsabilidad frente a la producción, emisión del mensaje y las repercusiones sociales, son temas obligatorios de estudio desde el ámbito publicitario debido a los numerosos cambios que se presentan al interior de la sociedad, la empresa y el entorno, que en conjunto, le dan vida al proceso publicitario (López, s.f., p. 28). (citado en Lopera, Quiroz & Zapata, 2015, p. 7) <p>Se enmarca perfectamente en el contexto del proyecto a desarrollar porque permite entender y articular una problemática social con los lineamientos institucionales, siendo un mecanismo adecuado para el análisis que se pretende en este trabajo investigativo. (Lopera, Quiroz, & Zapata, 2015, p. 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> La forma en que el mundo está condicionado por intereses personales, los cuales se satisfacen al alcanzar una meta, en muchos de los casos se dan al sobrepasar por encima de otras personas que están logrando obtener algún objetivo igual. Para lograr el poder, estas personas deben saber encaminar sus energías y sus ideales, con el propósito de crear un grupo de trabajo, con el que pueda manejar y alcanzar

lo deseado. Está claro que no se puede satisfacer a todo el mundo por igual. El tener contentos a unos implica la insatisfacción para otros. Por ejemplo, en el campo político, se manejan dos fuerzas de opinión que son denominadas izquierda (modelo Socialista) y derecha (modelo capitalista), permitiendo contar con una adecuada toma de decisión, por el enfrentamiento de dos poderes contrarios. (Alfonso, 2010). (citado en Lopera, Quiroz & Zapata, 2015, p. 14)

- La sociedad tiene establecidos parámetros para considerar ciertas cosas como buenas y ciertas otras como malas, por tanto, lo que ofende a unos a otros no. Un asunto complicado respecto a las masas, la facilidad con la que se prenden las pasiones, y puede suceder que un inconforme aliente a un grupo de conformistas a seguir una causa que no les interesa (Covey, 2014). En medio de cierto optimismo que existe en el país por el inicio del proceso de paz, no se ha registrado que el nivel de escepticismo, e incluso de oposición al mismo, no es insignificante. Y tal vez más significativo es el hecho de que los que apoyan con entusiasmo el proceso se oponen a muchas de las concesiones que habría que dar para que tenga éxito. Por ejemplo, a la pregunta de si estarían de acuerdo en que los líderes de la guerrilla participen en política, el 72 por ciento se opone. A la pregunta de si estarían dispuestos a que los jefes subversivos no paguen penas de cárcel, el 78 por ciento está en contra. Y frente a la posibilidad de que los guerrilleros que están encarcelados en el exterior sean liberados, el 80 por ciento no está de acuerdo. (El nuevo Día, 2012). (citado en Lopera, Quiroz & Zapata, 2015, p. 15)

- Entre las conclusiones están:

Se realizó una línea de tiempo para determinar los acontecimientos más importantes que dieron inicio al proceso de paz, con este ejercicio se dividió la información en dos bloques de tiempo, pues en los años 2013 – 2014 sucedieron diversos acontecimientos que afectaron positiva y/o negativamente la emisión de contenidos y por ende la percepción de los ciudadanos. Se evidenció que la división de la información en dos bloques de tiempo no era suficiente porque a pesar de que ya estaba segmentada por años, era necesario rastrear los hechos que generaron polémica para entender el porqué de las publicaciones y su repercusión. Es por esto que la línea de tiempo quedó dividida en: Primer y segundo semestre del 2013 y

primer y segundo semestre del 2014.

Luego de realizar la división temporal se consideró necesario y pertinente clasificar los emisores de las menciones para comprender el contenido que ellos emitían, también fue muy importante identificar la interacción de los usuarios con las cuentas de la Presidencia de la República y cómo era la percepción sobre el proceso de paz a través de ellos, esto se vería reflejado finalmente en las publicaciones personales. En este ejercicio se observaron algunas variables que dieron indicios de que no se estaba haciendo una estrategia clara y coherente para comunicar y/o publicitar los puntos de negociación que se estaban tratando en la Habana.

Las opiniones de los ciudadanos que se manifestaron a través de las publicaciones en Twitter no tenían mucho que ver con los contenidos que se emitieron en las redes sociales de las cuentas de la presidencia. Casi ninguno tenía interacción, esto se debe a que la información que se publicó en dichas cuentas no era atractiva ni persuasiva para el usuario. Otras cuentas como por ejemplo las de los medios de comunicación se empeñaron en crear contenido útil y dinámico, esto llamo la atención de los usuarios y generó tráfico en el time line.

Las cuentas de la Presidencia de la República de Colombia carecieron de estrategias de comunicación, no se evidencia una línea publicitaria ni propagandística que respalde la emisión de los contenidos, por tanto, el objetivo central de esta investigación se desvirtuó. (Lopera, Quiroz, & Zapata, 2015, pp. 60-61)

Observaciones: Julián Lopera, Alejandro Quiroz y Catherine Zapata (2015) trabajaron el análisis de contenido generado en Twitter en el periodo 2013-2014 durante la presidencia de Juan Manuel Santos, lapso donde se trató el tema del proceso de paz en la Habana con las FARC-EP; las redes sociales fueron la herramienta a analizar por las expresiones manifestadas por los ciudadanos en apoyo en contra del tema tratado (p. 6); los investigadores estudiaron el impacto que posee la plataforma virtual de Twitter en la producción del contenido propagandísticos o publicitarios relacionados con los procesos de paz en Cuba, las proyecciones del proceso fueron basados y asociados a la terminología de Twitter, como el concepto *hashtag* el cual permite depurar las publicaciones hechas por los actores intervenidos por el conflicto, como lo fue la Presidencia de la República o del Gobierno Nacional, y de los cuales se

intervenían aquellos contenidos de propaganda o de publicidad; entre los elementos u objetos a llegar estaban: la delimitación de los *hashtag* más usados en el periodo establecido para la investigación (pp. 7-8), la contrastación entre las opiniones de los ciudadanos y los de la cuenta de la Presidencia de la República con el *hashtag* *#ProcesoDePaz*, y finalizando el estudio de las interacciones y los comportamientos de las personas en Twitter en cuanto a los mensajes de opinión, propagandísticos o publicitarios transmitidos por los protagonistas del conflicto, los medios de comunicación y de la Presidencia de la República (p. 9); la plataforma de Twitter genera los debates llenos de postulados y argumentos por parte de los usuarios, la investigación justifica su aproximación hacia los temas controvertidos en el periodos de negociación entre ambas partes, permitiendo una interacción donde se dan a conocer los diferentes ideales frente a lo planteado (p. 11); entre las conclusiones se estableció que los discursos de los actores en el conflicto dejaron menos explícito las definiciones del proceso de paz, arrojando la suposición de que es producto de lo que debe permanecer secreto y de lo que deber ser revelado; las redes sociales como herramienta de comunicación eficaz para los «protagonistas del conflicto», las personas generaron la diversidad en las opiniones en cuanto al inicio de los diálogos en Cuba; la instantaneidad en el contenido que se publica en Twitter favoreció la opinión libre sobre el tema por parte de los usuarios; en las cuentas del Gobierno Nacional de Colombia emitían contenidos desarticulados entre sí, no se vislumbró la estrategia definida en cuanto a propaganda o publicidad «que sustentara lo que estaba pasando en la mesa de negociación», caso contrario en el lapso del año 2015 la cual se empezó a seguir un lineamiento en concordancia a la información generada todos los días relacionada con la mesa de negociación; las personas no sintieron una persuasión negativa o positiva por lo publicado en las cuentas de la presidencia, los usuarios prefirieron volcar su atención en las tendencias de la oposición o de los medios de comunicación pues no se encontró información «de “primera mano” y precisa» en las cuentas que posee el gobierno; caso contrario las generadas por las ONG donde realizaron contenidos de sensibilización y donde los usuarios se sintieron persuadidos, y donde muchos de estos hicieron mención y compartieron los mensajes (pp. 63-64).

Fecha: 07 – 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 30 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 17

Descripción. Giraldo, J. (2016). Análisis de contenido de los textos emitidos por cinco empresas para gestionar su imagen y reputación corporativa en Facebook y Twitter.

Obtenido de: repositorio académico de la Universidad de Antioquia, Maestría en Comunicaciones. Medellín: Universidad de Antioquia. Obtenido de:

<http://hdl.handle.net/10495/6111>

Localización: repositorio académico de la Universidad de Antioquia.

Ficha núm. 18.

Tipo de ficha: textual.

No. clasificación: tesis de maestría.

Palabras claves: comunicación corporativa, imagen corporativa, responsabilidad social empresarial, web 2.0, redes sociales en internet, relaciones públicas; empresas, reputación corporativa.

Contenido.

- La gestión la imagen y la reputación corporativa, tanto en medios offline como online, es una de las más importantes tareas que enfrentan las empresas actualmente. Pero ¿cómo lo hacen?, y ¿los contenidos que publican son los adecuados para gestionar estos importantes intangibles institucionales?

Es precisamente por eso que este trabajo de investigación se enfoca a analizar los contenidos emitidos en Facebook y Twitter por cinco empresas antioqueñas (Cementos Argos S.A., Leonisa, el Grupo Bésame, EPM y Teleantioquia). La intención es aportar una propuesta de análisis, que contribuya al crecimiento de las instituciones, mediante un conocimiento que les permita gestionar adecuadamente sus intangibles, especialmente las que no tienen grandes recursos para contratar costosas consultorías. En ese sentido, el análisis busca interpretar los mensajes publicados, y hacer recomendaciones, de modo que los encargados de las comunicaciones, de las entidades que lean este trabajo, puedan gestionar adecuadamente su imagen y reputación corporativa.

Se trató de una investigación cualitativa, exploratoria e interpretativa (Grajales G,

2000), debido a que la intención fue conocer y comprender la manera en las empresas escogidas gestionaron su imagen y reputación corporativa, a partir de contenidos textuales, desde la Web 2.0. De esta manera, se pudo comprobar la forma en que las firmas se interrelacionaron con sus stakeholders, y algunos de los errores cometidos desde la parte comunicacional, en el desarrollo de actividades en los medios sociales, para la gestión de sus intangibles organizacionales.

Para concluir, tal como se pudo ver durante esta investigación, para la gestión de la imagen y la reputación corporativa, como importantes intangibles para el desarrollo organizacional, las empresas tienen que ser coherentes entre lo que dicen y lo que hacen (Costa, 2003), y sobre todo ser responsables socialmente. Así se construye una solidez frente a sus públicos objetivos, y se garantiza su crecimiento organizacional. (Giraldo, 2016, pp. 9-10)

- Para empezar, Lozares (1996) define a las redes sociales como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etcétera; vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. Esta relación se presenta en cada uno de los escenarios de la vida, ya sea real o virtual, desde el compartir gustos, intereses, o metas, ya sean coyunturales o definitivas. Lo anterior, ocurre por la misma naturaleza humana que invita a generar redes y relaciones interpersonales. (citado en Giraldo, 2016, p. 38)
- Pero Lozares (1996) no se queda ahí. Él intenta explicar los principios centrales de la teoría de redes sociales, desde lo que se presenta en la cotidianidad, y que se aplica a las redes de la Web 2.0. Relaciones que explican la manera en que las personas entran en las redes, y que expresa de esta manera: 1. Los actores y sus acciones son interdependientes y no independientes o autónomas 2. Los lazos relacionales entre los actores conllevan transferencias de recursos, tanto materiales como no materiales 3. Los modelos incluyen las estructuras de relaciones como entornos que proporcionan oportunidades o coaccionan la acción individual 4. Los modelos de redes identifican la estructura social, económica, política, etcétera como pautas constantes de relaciones entre actores (Lozares, 1996). (citado en Giraldo, 2016, p. 38-39)

- Las redes sociales se estudian especialmente por la sociología, con un método de análisis formal, y pasos enfocados a la recolección de la información, su transformación en datos, y posterior análisis e interpretación sustantiva. Su análisis tiene que ver principalmente con su contenido (la sustancia relacional - afecto, información, dinero, que confluye en la red). Y la forma, tiene que ver con la estructura presentada en la red. (Giraldo, 2016, p. 39)

- Entre algunas de las conclusiones están:

Las empresas estudiadas no están enfocadas hacia el tema de gestión de la imagen y la reputación corporativa. En los textos analizados se nota que la gestión de estos intangibles se hace con poco fundamento teórico, y con pobres resultados en lo práctico. Esto evidencia el desconocimiento de cuáles son los beneficios de los mismos para su desarrollo institucional, a pesar de que entidades como el Grupo EPM y Cementos Argos S.A. lo realicen de forma más profesional que las otras compañías. La gestión de la imagen y la reputación corporativa no tiene una metodología clara.

Los contenidos que emiten las empresas, con excepción de Cementos Argos S.A., EPM y Leonisa (esta última en menor nivel), no se enfocan a gestionar la imagen y la reputación corporativa en los medios sociales. Teleantioquia como entidad pública no informa a sus stakeholders su gestión frente a la comunidad, ni desarrolla actividades que demuestre que es fuerte en el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. Su actividad está enfocada casi que exclusivamente a promover programas, a anunciar la publicación de noticias que serán emitidas en sus espacios informativos o a recordar los hechos noticiosos que ya fueron difundidos.

el Grupo Bésame es la empresa con más descuido en sus medios sociales. Su labor la enfoca a desarrollar los conceptos de feminidad, delicadeza y seducción, pero no trabaja por gestionar sus intangibles: no publica noticias, tampoco muestra mayor interés en sus prosumidoras, más allá de un simple interés comercial, ni realiza acciones que fortalezcan su Responsabilidad Social Empresarial, uno de los mayores pilares de la reputación corporativa.

Los contenidos emitidos por el Grupo Bésame son muy limitados, y no aportan nada para sus stakeholders. El hecho de que sus textos sean hashtag significa que lo único que le interesa es el posicionamiento en los buscadores web, para mostrar una

bonita imagen de la compañía, pero no para satisfacer las necesidades informativas que tenga una clienta, o una posible clienta, frente a un producto.

Las empresas deben comprender que la gestión de sus redes sociales debe ir más allá de conseguir nuevos seguidores. Se trata de satisfacer a quienes sigan a las compañías en la web 2.0 con contenidos acordes a sus necesidades y expectativas.

Se nota en las teorías estudiadas que el tema de la Web 2.0, y el de Imagen y reputación corporativa 2.0. apenas está en construcción. Aunque hay acercamientos a estos conceptos, todavía no hay claridad acerca de cómo las empresas pueden gestionar adecuadamente sus intangibles organizacionales. Ninguno de los teóricos mencionados propuso un método formal de análisis de los contenidos, ni intentó hacer mediciones del impacto de las redes sociales en las empresas.

Al comparar los contenidos emitidos en el 2011, con los publicados en 2016, se nota que hay una evolución muy marcada hacia la segmentación de la información en cada medio social: en Facebook se muestran imágenes, se hacen concursos o se intenta interactuar con los públicos. Twitter se usa especialmente para entregar informaciones sobre las empresas. Esto se nota específicamente en Cementos Argos S.A., EPM y Leonisa. Teleantioquia usa Facebook y Twitter para publicar noticias y anunciar programas. El Grupo Bésame, exclusivamente para mostrar nuevas tendencias y diseños en el tema de la lencería femenina. (Giraldo, 2016, pp. 227-229)

Observaciones: teóricos como José Giraldo (2016) en su tesis de magister en comunicaciones *Análisis de contenido de los textos emitidos por cinco empresas para gestionar su imagen y reputación corporativa en Facebook y Twitter* presenta un enfoque en el análisis de contenido transmitidos vía Twitter y Facebook de las empresas: Bésame, EPM, Teleantioquia, Leonisa y Argos; esto por medio de una examinación detallada donde se interpreten aquellos mensajes emitidos, para luego generar una recolección hacia estas empresas para que pudiesen gestionar la reputación corporativa y su imagen de una forma adecuada; la investigación fue de corte interpretativa y explorativa, contado desde el paradigma cualitativo (Grajales, 2000, citado en Giraldo, 2016), la intención del investigados trascendía hacia la forma de comprensión y exploración acerca de las gestiones de reputación e imagen realizado con contenido textual a través de la web 2.0 (p. 9); para el estudio se tuvo

presente la importancia entre coherencia de lo que publican y los actos (Costa, 2003, citado en Giraldo, 2016) y la responsabilidad social que como empresa tienen (p. 10); dicho rema ha sido poco analizado en Colombia (p. 13) desde ámbitos organizacionales, siendo de vital importancia para las empresas el trabajo trascendental de la comunicación en la web 2.0 por los incrementos de usuarios en internet (p. 14), además de la importancia que suscita el llegar a conocer las respuestas desfavorables o favorables del público sobre los contenidos publicados y el llegar al público de los *stakeholders* en las empresas (p. 15); los objetivos del estudio se basaban en: el análisis crítico de los enfoques conceptuales y teóricos acerca del servicio de las redes en las empresas, la propuesta metodológica «de análisis de contenidos textuales emitidos en las redes sociales de las organizaciones empresariales», y finalizando con un mejor planteamiento para la gestión de la reputación e imagen corporativa por medio de la creación de contenido textual para Twitter y Facebook (pp. 18-19); la finalidad que alcanzó la investigación estuvo dada en algunas empresas desconocen el potencial en la reputación y gestión de la imagen que poseen los textos en las redes sociales para el desarrollo institucional, ni tampoco se evidenció en muchas de las empresas un enfoque de lo anterior hacia los medios sociales (p. 227), por último se evidenció un desarrollo a la segmentación de contenido por parte de las empresas en sus plataformas digitales (p. 229).

Fecha: 07 - 05 - 2019.

Elaborado por: Alejandro Garcés Tabares.

Anexo 31 Ficha textual de artículo y/o tesis de investigación número 18