

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Comunicación Social- Periodismo

Maestría en Generación y Gestión de Contenidos Digitales

Las redes sociales como alentador de la acción colectiva en Colombia

Por: Laura Valentina Puentes Rodríguez

Director: Raúl Alberto Acosta Peña

Bogotá, D.C., mayo de 2022

ÍNDICE

1. <i>Introducción</i>	4
2. <i>Marco teórico referencial</i>	6
3. <i>Objetivos</i>	12
3.1.1 Objetivo general	12
3.1.2 Objetivos específicos	12
4. <i>Justificación y viabilidad</i>	13
4.1 Justificación	13
4.2 Viabilidad	14
5. <i>Metodología</i>	15
5.1 Pregunta de investigación	17
5.2 Métodos de recolección de datos	17
6. <i>Hallazgos</i>	19
7. <i>Alcances y limitaciones</i>	26
7.1 Alcance	26
7.2 Limitaciones	26
8 <i>Conclusiones</i>	27

9. Anexos	29
9.1. Anexos de tablas	29
9.2. Anexos de gráficos.....	32
9.3. Anexos	34
10. Bibliografía.....	42

1. INTRODUCCIÓN

En esta investigación se analizará cómo funcionan las redes sociales en el momento de incentivar a las personas a tomar acción colectiva en una problemática (marchas masivas, asambleas ciudadanas, creación y articulación de colectivos sociales). Estará centrado, específicamente, en los movimientos sociales y el rol de las redes sociales que por medio de convocatorias y hashtags han logrado organizarse y organizar grandes movilizaciones en Colombia, sobre todo en contexto de paros nacionales, específicamente en una línea temporal entre el año 2019 y el año 2021 en Colombia y como forma de liberación de los sentimientos negativos, la inconformidad y la búsqueda de justicia o visibilización de la misma. Para esto, usaremos la definición de movimientos sociales que nos proporciona Dalton y Kuechler, haciendo referencia a;

“Un sector significativo de la población que desarrolla y define intereses incompatibles con el orden político y social existente y que los prosigue por vías no institucionalizadas, invocando el uso de la fuerza física o de la coerción” (Santos, 2001, pág. 1)

Colombia es un país que ha sufrido por años grandes problemáticas, inconformidades y descontentos por parte de los ciudadanos hacia el gobierno, gracias a esto se han presentado movilizaciones desde hace más de un siglo. Según González, a principio del siglo XX se generan los primeros antecedentes de la acción colectiva en Colombia, teniendo como principal referente la huelga general revolucionaria en 1910, a la que se sumaron y que se dio como reacción a las condiciones de los obreros alrededor del mundo, creando los movimientos obreros en casi todos los países del mismo y tomando esta como ejemplo, el movimiento obrero organiza la primera movilización en Colombia en el año 1912 por el paro de los maquinistas y fogoneros del ferrocarril de Antioquia, (González, 2016) desde allí se han seguido utilizando las movilizaciones en Colombia como un herramienta para manifestar disgusto por las situaciones sociales del país.

Anteriormente, las movilizaciones eran reportadas solo por los medios tradicionales; la prensa, la televisión y la radio, pero con el paso del tiempo y la llegada del internet las cosas han cambiado en el país, las redes sociales han contribuido a la organización, conectividad y colectividad con otros diferentes países, pero no sabemos a ciencia cierta cuánto han contribuido en Colombia.

El mayor aporte ha sido la visibilidad que estas han proporcionado, poniendo a las redes sociales como una herramienta para el desarrollo de múltiples convocatorias en el país.

Esta investigación se va a desarrollar por medio de una metodología mixta, debido a que no solo se utilizaron herramientas como Tweet Blinder y métricas, también se realizaron entrevistas no estructuradas y análisis de material multimedia recolectado por medio de pantallazos y material suministrado por los diferentes colectivos, teniendo en cuenta esto aplica la metodología mixta, puesto que (Hernández-Sampierí, 2018, pág. 10), también tendrá un enfoque inductivo, porque se harán conjeturas con respecto a la evidencia que se recolecte del tema de estudio y por último se hará uso del método descriptivo para el desarrollo de gran parte de la tesis, pues se va a detallar el contexto y conceptos basados en teoría ya existente.

El uso de las redes sociales por parte de la sociedad civil en pro de la acción colectiva, ha servido como un medio de difusión para la realización y formación de movilizaciones sociales. Esto es un fenómeno al que la sociedad colombiana se debe acostumbrar, puesto que el ciberactivismo cada vez adquiere más fuerza, debido a la inmediatez que proporcionan, configurándose como un nuevo espacio de participación política, ya que las publicaciones, los hashtags y las redes en general, son una herramienta efectiva y eficaz que facilita el desarrollo y su posterior logro de los objetivos que se buscan conseguir a través de las movilizaciones sociales.

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En el artículo *“Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos”*, realizado por Amaro La Rosa, docente de comunicación en la Universidad Femenina del Sagrado Corazón y especialista en psicología de la comunicación aborda una visión contemporánea acerca del papel que tienen las redes sociales en las movilizaciones sociales actuales. El autor manifiesta que:

Una característica fundamental de la web 2.0 es la interactividad y esto resulta de suma utilidad para los movimientos sociales, dado su interés que sus activistas cuenten con mayores recursos de fácil acceso y que cualquier usuario de la red (sea o no integrante del movimiento) pueda aportar con recursos de información. La ventaja para decirlo, en términos de losifidis, Tsapanos y Pitas (2016: 2) es que las redes sociales “proporcionan difusión de la información de doble vía que permite al usuario compartir su información con otros usuarios, acceder a su información y comunicarse con ellos. (La Rosa, 2016, pág. 52)

En este sentido, el autor también se refiere a distintos recursos simbólicos que han servido para que las distintas narrativas, acontecimientos y testimonios tengan visibilidad a través de diversas plataformas, teniendo un rol importante dentro de las movilizaciones sociales. El autor realiza una intervención con respecto a los recursos simbólicos aludiendo al hashtag (#) manifestando que, recursos como estos logran que las manifestaciones sociales “se conviertan en tendencia, lo que (en términos de las redes sociales) equivale a su popularización, lo cual coincide con las expectativas de quienes promueven los movimientos sociales.” (La Rosa, 2016, pág. 57)

Estos recursos simbólicos han sido importantes para liderar diversas movilizaciones sociales en el mundo y en América Latina. En el artículo *“Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red”* realizado por Silvia Lago Martínez, socióloga y docente de sociología en la Universidad de Buenos Aires aborda los movimientos sociales desde la perspectiva latinoamericana aludiendo que mediante estas acciones colectivas se ha expresado una visión contemporánea sobre la política indicando que las tecnologías digitales y el internet juegan un papel crucial. Sobre lo anterior manifiesta que el “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, Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad RED, 2015, pág. 3)

La autora realiza un análisis de las distintas movilizaciones sociales ocurridas en América Latina, otorgando gran participación de las redes sociales en dichas manifestaciones como la del Movimiento estudiantil Chileno difundida mayoritariamente por YouTube, Twitter y Facebook o #YoSoy132 de México, donde los participantes de la movilización social manifestaron que “los medios de comunicación masivos mexicanos son sus principales antagonistas, su lema: AHORA NOSOTROS DAMOS LAS NOTICIAS a través de Facebook, Twitter y YouTube.” (Lago, Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad RED, 2015, pág. 14) . La autora enfatiza en que:

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 online y offline. (Lago, Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad RED, 2015, pág. 11)

La sociedad ha utilizado diversas estrategias para promover distintos ideales e incentivar el apoyo de su misma sociedad por medio de un fenómeno conocido como el ciberactivismo. En el artículo “Ciberactivismo y redes sociales: nuevas herramientas de interacción y comunicación política” realizado por Alberto Rengifo Hidalgo, especialista superior en comunicación aborda las redes sociales como herramientas y espacios comunicacionales permitiendo que exista una interacción política-mediática mediante una hiperconectividad, aludiendo que

(...) esta “conectividad” de la sociedad, ha hecho que en los últimos años las redes sociales se posicionen en la palestra de la información y se conviertan en herramientas y fuentes de información privilegiada en lo que corresponde a la toma de decisiones políticas y a su actoría en los jóvenes. Es decir, que estas

herramientas han ganado un espacio importante en las relaciones de interacción política del electorado juvenil. (Rengifo, 2016, pág. 2)

Asimismo, las redes sociales se han convertido en 'ambientes' en donde las personas pueden interactuar y aportar en una conversación o debate haciendo que los límites geográficos dejen de ser un impedimento para la participación activa de la sociedad.

Gracias a la inmediatez que proporcionan las redes sociales ha sido creada como una nueva forma de comunicación y participación política configurándose en un 'espacio público' el cual da pie para la participación y socialización de diversos acontecimientos. El autor manifiesta que

(...) esta evolución y crecimiento exponencial en el uso de estas nuevas herramientas de comunicación, han cambiado la forma de actuar de muchas entidades, movimientos, empresas y personas, ya que los usuarios, otrora receptores de noticias, ya no se contentan con recibir la información dada por los medios tradicionales, ahora buscan ser los generadores de información y que esta sea más inmediata, más precisa, más confiable. (Rengifo, 2016, pág. 3)

De esta manera, los movimientos sociales en el transcurso de los últimos 10 años, han traído consigo una transformación en relación con sus maneras de propagación hacia la formación de un público que se sienta representado con las iniciativas o luchas sociales que promueven, esto con la finalidad de incentivar a un mayor público para que sean partícipes de la acción colectiva. En este sentido, la revolución tecnológica ha permitido que las redes sociales se conviertan en un catalizador para redefinir el escenario de la protesta mundial, puesto que la información y la fluidez de la comunicación se convierten en un requisito indispensable de las sociedades de nuestros tiempos. (Lago & Marotias, 2006)

De acuerdo con esto, los movimientos sociales buscan en las redes sociales recrear una relación hacia la acción colectiva, mediante el poder que estas poseen para potencializar un transformador de identidad, esto mediante apropiaciones de fenómenos sociales con los cuales la gente logra crear un vínculo o sentirse identificados. Este es el caso, de los movimientos sociales del 15M Español y el #YoSoy132 de México como mencionábamos

anteriormente, ya que, estos demostraron que una de las características más importantes que poseían en el momento de convocar a la protesta, es su estrategia política mediada en gran parte por la tecnología, específicamente las redes sociales. (Sabariego & Sola-morales, 2020)

De esta manera, estos movimientos buscaban recrear una serie de dimensiones narrativas enfocadas en la organización y acción colectiva online y offline, lo que causó que tuviesen un aumento exponencial en la participación hacia la acción colectiva convocada por los movimientos.

A causa de las crecientes apropiaciones, mediaciones e interacciones y el uso que se le da a la tecnología, especialmente a las redes sociales, surge el desarrollo de una disciplina transdisciplinar llamada tecnopolítica (Sabariego & Sola-morales, 2020). Es importante entender este concepto, ya que, fundamentalmente se crea por el actuar de los nuevos movimientos sociales y el uso que le dan al internet con una finalidad política.

Es relevante entender, que los movimientos sociales desde sus inicios se han caracterizado por el uso de medios no tradicionales para su difusión, puesto que la esencia de los movimientos se encuentra en su expresión de demandas o descontento, mediante la propagación de ideas de manera pacífica que desafíen al orden hegemónico (Sola-Morales & Rivera, 2015) . Por tanto, el uso de las redes sociales se convierte en un medio que facilita la puesta en escena de actores que no responden a los canales políticos tradicionales, que son permeados por los aparatos gubernamentales cuyos fines en la mayoría de las ocasiones son contrarios al de los movimientos. Esto se puede observar claramente, en la teoría de agenda setting, puesto que esta parte de la hipótesis que existe un fenómeno que transfiere escalonadamente la importancia de lo que el público debería ver, en este sentido, los medios dirigen la mirada hacia un pequeño conjunto de asuntos que ellos consideran pertinentes y de lo que valdría la pena tener una opinión, El profesor José Rubio identifica la Agenda Setting de la siguiente manera; “el público recurre a las pistas de relevancia que le ofrecen los medios de comunicación de masas para organizar su propia agenda y decidir cuáles son los temas más importantes en la consideración pública. “ (Rubio, 2009, pág. 1)

Por lo tanto, es pertinente identificar que la fluidez de información que permiten las redes sociales elimina barreras que no pudiesen cruzarse a través de los medios de comunicación tradicionales, esto ocasiona que los movimientos sociales sean partícipes activamente de estos medios alternativos. Por lo que, la revolución tecnológica

facilita una fuerte difusión de ideas, discursos y valores que usan los movimientos sociales, para conseguir un efecto de contagio e imitaciones de las formas de acción, discursos y marcos simbólicos entre movimientos. (Candón & Benítez, 2014)

De hecho, José Candón Mena (2014) logra identificar que las formas de acción colectiva se apoyan de dos grandes elementos; el contenido político en forma de ideas sobre problemas comunes que son fácilmente personalizables y las tecnologías de comunicación personal, que permiten compartir y difundir estos temas mediante conexiones digitales con amistades o personas de confianza.

El hecho de poder personalizar con facilidad los problemas comunes, ocasiona que mediante las publicaciones en diferentes redes sociales exista una carga emocional que instrumentalizada puede organizar movilizaciones masivas, puesto que se juega con las emociones del espectador y causa ciertos niveles de moralidad choque moral (Puyosa, 2014), que hacen efectiva una participación masiva hacia la acción colectiva.

Por otra parte, no siempre el activismo político por medio de las redes sociales ha sido un factor de éxito, ni tampoco, ha representado en su totalidad la manera de actuar de los movimientos sociales. Este es el caso del ex alcalde de Bogotá Antanas Mockus, puesto que, en el año 2010, Mockus promueve su campaña presidencial enfocada principalmente a las redes sociales y un público joven sofisticado (Mendonza, 2010). Esto ocasionó que si bien, la campaña tuviese una gran acogida no fuera suficiente para generar un gran público que beneficiará satisfactoriamente la campaña del ex alcalde.

Si bien el uso de las redes sociales, como herramienta para el activismo político, no es del todo satisfactorio, este representa en la actualidad una fuerza gigantesca que día a día se va escalonando hacia una participación activa de los grupos segregados históricamente, que son escuchados y replicados por las diferentes plataformas digitales, más comúnmente las redes sociales.

En este sentido, las redes sociales son vistas como un catalizador que impulsa la participación ciudadana, esto mediante las distintas herramientas que pueden ofrecer las diferentes redes sociales, puesto que no todas cumplen la misma función. Las redes sociales pueden actuar bajo propósitos distintos para la construcción de un fin común,

como es el caso de Facebook y Twitter que actúan como un propulsor de las movilizaciones, llaman a la protesta y el encuentro, mientras que redes como Instagram, YouTube o Flickr proporcionan un espacio para compartir y visualizar testimonios (La Rosa, 2016), gracias a esto se construyen diferentes canales que apremian a los movimientos, ya que, el contagio informativo posee un mayor grado de especificidad que le provee al espectador adoptar prácticas y discursos similares.

De esta manera podemos observar, como los movimientos sociales han convertido sus luchas en procesos de reproducción global que pueden ser vistas y apoyadas por millones de personas a través de un conjunto de medios como lo son las redes sociales. Esto trae consigo, el desarrollo de nuevas formas de activismo político y una fuerte difusión de ideas que sirven para expandir las manifestaciones, no solo en los países de origen de los movimientos, sino en cualquier parte donde el espectador sienta una afinidad emocional hacia lo que quieren transmitir los movimientos o luchas sociales con los cuales se sienta identificado.

3. OBJETIVOS

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer el rol de las redes sociales en las movilizaciones en Colombia.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las estrategias que utilizan las páginas de colectivos en el momento de incentivar a la movilización social.
- Analizar el uso de hashtags para convocar a movilizaciones sociales del año 2019 en Colombia.
- Determinar el alcance de las redes sociales a la hora de las movilizaciones

4. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD

4.1 JUSTIFICACIÓN

Debido a la fuerte proliferación que ha tenido en los últimos años la acción colectiva promovida por los movimientos sociales en Colombia, se ha visibilizado la importancia que estos poseen para divulgar las frecuentes inconformidades, exigencias y necesidades que alberga la ciudadanía, mediante medios no tradicionales como lo son las redes sociales. En los últimos años se ha podido apreciar cómo las redes sociales se han vuelto un canal de difusión, para visibilizar una serie de problemáticas que antes no podían ser expuestas de manera masiva, esto ha traído consigo la construcción de un público que se sienta identificado con lo que observa a diario en sus redes y posea un grado de sensibilización a tal nivel que se vuelvan partícipes en cierto sentido de la acción colectiva.

Por esta razón, es relevante estudiar cómo las redes sociales funcionan como un catalizador para la acción colectiva, esto con la finalidad de poder tener una serie de constantes que permitan identificar si es posible que las redes sociales puedan ser un instrumento fundamental para los movimientos sociales en el país y la creciente ola de movilizaciones que ha vivido el mismo en los últimos cuatro años. Esto es importante, puesto que la investigación pretende proponer una serie de antecedentes que logren visibilizar cómo las redes sociales han logrado una fuerte difusión de ideas y valores que provocan una acogida e incentivan la acción colectiva en Colombia.

Este proyecto responde a una proyección social, puesto que la proyección social busca contribuir con una transformación positiva a una problemática a la cual el Estado no ha satisfecho de manera eficaz, mediante procesos de interacción e integración de instituciones que le permitan a la ciudadanía hacer parte de la acción con la cual se quiere encontrar una solución a diferentes aspectos sociales en los cuales el Estado no interviene o el mismo Estado genera y no son del agrado de la ciudadanía (Gallego, 2019).

A causa de esto, es pertinente señalar que este proyecto responde a una serie de proyecciones sociales debido a las manifestaciones que se presentaron en Colombia en el año 2019 y tuvieron actores institucionales diferentes a entes Estatales como universidades, esto a su vez convergieron en acciones colectivas que tuvieron una basta influencia de las redes sociales, puesto que fueron el medio conductor para la proliferación de las movilizaciones.

4.2 VIABILIDAD

Este es un proyecto que se desarrollará por medio de la observación en las redes sociales para hacer un análisis, entrevistas no estructuradas y recolección de datos y métricas en las movilizaciones que se vivieron seguido al manejo y difusión de las convocatorias en el desarrollo de la acción colectiva. Por tanto, el desarrollo del proyecto necesitará un presupuesto económico muy bajo que se requerirá para cubrir gastos de servicio a internet. Por otro lado, es un proyecto que necesitará de la observación de diversas páginas, lo que requiere un capital humano de una persona en un tiempo estimado de 2 meses. Esto hace que el proyecto propuesto sea viable y facilite para su realización y desarrollo.

5. METODOLOGÍA

Esta investigación fue realizada a partir de un diseño metodológico mixto, el cual fue concebido debido a las necesidades de análisis de contenido y discurso de las distintas redes sociales que se tomaron como objeto de estudio. El análisis de contenido que se estudiará en el presente trabajo será el flujo de tráfico de publicaciones de diferentes plataformas que serán escogidas bajo criterios de la cuenta de publicación, como los seguidores, frecuencia de actividad y razón social. Por otro lado, se va a hacer análisis del discurso teniendo como base los copys de cada publicación, específicamente, en el uso de los hashtags que se encuentren en ellas.

Empezaremos explorando el lado cualitativo, en donde su finalidad será determinar el rol que han desempeñado las redes sociales en las movilizaciones que recientemente se han dado en Colombia, por medio de entrevistas y observación, puesto que según el psicólogo Martin Packer (2013), las investigaciones de carácter cualitativo, son una forma de indagación que poseen actitudes particulares o un carácter distintivo, que permiten incluir dimensiones históricas, dimensiones etnográficas, dimensiones antropológicas esto para ofrecer conocimientos y proveer crítica de los temas a investigar, estudiando experiencias subjetivas de manera objetiva. (Packer, 2013)

Para realizar las entrevistas se escogió un grupo de 5 personas que cumplieran con diferentes condiciones. La primera condición estipulada es tener una cuenta a nombre propio o de un colectivo que hable de temas sociales. La segunda condición se remite a la cantidad de seguidores de las cuentas, se estableció un mínimo de 4.000 seguidores. La tercera, es que las cuentas hayan estado activas en las redes sociales de interés durante el paro del 2019 y se mantengan activas hasta la actualidad.

La entrevista estará dividida en dos fases, la primera fase constará de preguntas netas de la cuenta, desde cuando opera, cantidad de seguidores y frecuencia de publicación. La finalidad de la segunda fase será que los entrevistados describan, según su perspectiva, el cómo se vio el tráfico en sus cuentas con las publicaciones del paro.

Continuando, el lado cuantitativo buscará describir el tráfico de diferentes redes sociales, permitirá explorar por medio de métricas el aumento de visualizaciones e interacción con la temática de las convocatorias, esta metodología nos servirá puesto que nuestro objetivo se adapta a ella según Roberto Hernández “La ruta cuantitativa es apropiada cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis” (Hernández-Sampierí, 2018, pág. 11).

Se hizo uso de las herramientas DMI-TCAT (Digital Methods Initiative Twitter Capture and Analytics Toolset), Tweet Blinder y Talkwalker para medir las menciones en los diferentes hashtags vistos en las publicaciones de las convocatorias. Se halló que el #ParoNacional21N alcanzó las 500.000 menciones y fue el más usado en el mes de noviembre del 2019 en Colombia. Ahora, al medir el tráfico de las cuentas en el mes de noviembre la cuenta que más evidenció aumento de seguidores fue @Pilas.col, quienes en el mes de noviembre empezaron con 64.000 seguidores y cerraron con 70.000. En el resto de las cuentas se evidencia una subida de mínimo 2.000 seguidores durante este mes.

Así mismo, es de carácter inductivo, ya que la investigación parte del caso particular de las protestas que desde 2019 han tenido lugar en el territorio nacional para explicar cuál es el papel que las redes sociales juegan en las movilizaciones que han surgido en el periodo de tiempo delimitado. Se escoge la investigación de carácter inductivo, dado que al poseer este enfoque se encuentra la posibilidad de poder controlar el proceso de investigación y realizar una búsqueda de conclusiones generalizadas (García, González, & Bores, 2021).

Este proyecto de investigación usará una metodología descriptiva, ya que, como lo indica el sociólogo Carlos sabino, es el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de un conjunto de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información comparable con la de otras fuentes (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020).

Lo anterior es importante, puesto que la investigación busca abordar las características propias de las redes sociales y la implicación de estas respecto a los movimientos sociales, esto se hará por medio de herramientas de recolección de información, tales como la observación y análisis, puesto que la observación sin intervención tiene como finalidad observar el comportamiento de lo que se vaya a estudiar tal y como ocurre de una forma natural, para que no haya ninguna manipulación de la información y posterior a ellos se realice el debido análisis a esta información conseguida (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020). Esto con el fin de realizar conjeturas de que rol desarrollan las redes sociales en la acción colectiva y sus distintos accionares como las manifestaciones particularmente en este caso.

5.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el rol de las redes sociales en las movilizaciones en Colombia?

Preguntas específicas:

- ¿Qué estrategias usan las páginas de las colectivas, es decir, cuentas creadas por varias personas, para incentivar las movilizaciones en Colombia?
- ¿Qué poder tuvieron los hashtags en la acción colectiva en el año 2019?
- ¿Cuál es el alcance de las redes sociales en la movilización en Colombia?

5.2 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para llevar a cabo la recolección de datos se dividirá la investigación en dos fases. En la primera fase se realizará un proceso de observación que tomará como referencia los hashtags más comunes que son utilizados en redes sociales para realizar convocatorias virtuales que incentiven a las personas a participar activamente en las manifestaciones; posteriormente, se hará uso de las herramientas Talkwalker, Tweet Blinder y DIM-TCAT para medir el tráfico en las mismas.

En la segunda fase de la recolección realizaremos entrevistas no estructuradas, que nos servirán para tener conocimiento y referencias con características cualitativas detalladas del aumento del tráfico dentro del mismo marco y con este método también conseguiremos obtener capturas de pantalla que servirán como evidencia del aumento del flujo de interacciones en ese momento. (Guillén, 2020). Para las entrevistas se hará una muestra de 5 personas que cumplan con los parámetros anteriormente mencionados y los resultados nos servirán como hallazgos cualitativos de la investigación. Las personas que fueron seleccionadas fueron 4 hombres y una mujer, con un rango de edad entre 22 a 30 años de edad.

Tras la recolección, se realizará un proceso de tabulación e interpretación de la información, que se centrará en identificar la cantidad de personas o cuentas que reaccionaron e interactuaron a la propuesta y respondieron por

medio del uso de los hashtags. Posteriormente, se llevará a cabo una descripción y análisis de la información obtenida y ordenada, para determinar el rol de las redes sociales respecto a las movilizaciones sociales en Colombia.

Para facilitar su desarrollo, en la presente investigación se identificaron 4 hashtags predominantes, los cuales son #ParoNacional21N, #SOSColombia, #ACAB y #ElParoNoPara.

Así mismo, se identificaron 6 cuentas de redes sociales populares por su activa participación en temas relacionados con las manifestaciones en Colombia, de dichas cuentas 2 hacen parte de la red social Facebook, dos hacen parte de Instagram y las dos restantes de Twitter.

En el caso de Facebook, las cuentas analizadas fueron Memesu.nacional y La Otra Voz. En cuanto a Instagram se eligió a @Pilas.col y @Primeralineacol, por su parte en Twitter se analizaron las cuentas de @MoVidaCol y @ElParcheCritico. Las cuentas fueron elegidas bajo criterios de número de seguidores, interacción con los hashtags y actividad en publicaciones.

6. HALLAZGOS

El proceso de análisis y observación se llevó a cabo con posterioridad al punto máximo de las manifestaciones sociales el cual tuvo lugar, principalmente, en los últimos meses del año 2019. Por lo tanto, la presente investigación se centra en publicaciones permanentes de cada red social, no incluye las herramientas como historias cuya duración es de 24 horas, ni tampoco publicaciones que hayan sido eliminadas o restringidas.

El hallazgo inicial que podemos evidenciar, y gracias a la herramienta DMI-TCAT, es que, según las menciones, actividad e interacción de cada red social, la que se manifestó con mayor fuerza fue Twitter con un porcentaje de 66%, seguido de Instagram con un 27% y finalizando con Facebook que representa el 7% de la totalidad de interacciones en las diferentes plataformas. (Ver Tabla 1)

Analizando el discurso que se usa en las publicaciones se pudo observar que cada pieza que incentivaba la acción colectiva llevaba pocos caracteres, explicando el porqué del paro y estaba acompañada por lo menos con uno de los siguientes hashtags; #ParoNacional21N, #SOSColombia, #ACAB, #ElParoNoPara, #ParoNacional21Nov, #21N, #21NSomosTodos, #ElParoApenasComienza, #DuqueChao, #TodosSomosColombia (Ver gráfico 1). En la siguiente fase de este trabajo se confirmó por medio de las entrevistas no estructuradas que se hizo uso del discurso informativo, su finalidad era informar a las personas que vieran la publicación para hacer que se generara empatía por las causas y así incentivar la asistencia a las movilizaciones. (Ver Tabla 2)

Entrando en profundidad con los hashtags se evidencia que el más utilizado fue #ParoNacional21N, el cual llegó a tener mayor alcance masivo, alcanzando cifras de hasta 500.000 menciones en publicaciones en la red social Twitter, esto según el análisis que se realizó por medio de la herramienta DMI-TCAT, (Ver Tabla 3) ya sea en su forma original o con variantes que se desprenden de este. De acuerdo con Alcázar y Holguín "Se podría pensar que la aparición del #ParoNacional21Nov puede tener cierta relevancia en la discusión pública, pues permite que sea un tema más visible no solo para usuarios de la red, si no para aquellos que están por fuera de ella, gracias a que diferentes medios empiezan a visibilizar este fenómeno, a partir de datos e información que pueden encontrarse en los tuits que incluyen el hashtag" (Alcázar & Holguín, 2020, pág. 68).

El fin principal de este hashtag era mantener una actualización de las novedades que se presentaban en las marchas, incluso con posterioridad al 21N, día en que se llevó a cabo una de las protestas más grandes nunca antes vistas en Colombia con al menos 207 mil personas marchando, según un estudio por la Policía Nacional. (Ver Anexo 1) (Policía Nacional, 2019)

Por su parte el hashtag #SOSColombia tuvo una mayor importancia a nivel internacional, este solía ser acompañado de videos o imágenes que mostraban cómo se estaban viviendo las manifestaciones en las diferentes regiones del país (Ver Anexo 2). Para medir su impacto internacional se utilizó la herramienta TalkWalker, la cual reflejó que este hashtag tuvo un x% de participación internacional, por su lado el hashtag #ParoNacional21N tiene un x% y #ElParoNoPara manifiesta un x%(Ver Tabla x). Esto puede ser debido a que diferentes figuras públicas se manifestaron en torno al hashtag, así lo presentaban medios de comunicación como por ejemplo, CNN Español con el título de su noticia; “Desde Shakira a Justin Bieber, famosos se pronuncian sobre las protestas en Colombia” (Huston, 2021).

Por otra parte, el periódico Estadounidense Remezcla, tituló una de sus noticias como; “How To Help Colombia Protesters Right Now #SOSColombia” (Noriega, 2021), evidenciando la represión que se estaba viviendo por parte de las autoridades, así como el uso excesivo de la violencia, los desmanes y demás problemáticas. El propósito de este hashtag estaba más encaminado a garantizar el derecho a la protesta sin coacciones o restricciones violentas, que a motivar a la movilización social.

El tercer hashtag analizado fue el #ACAB, el cual guarda una íntima relación con el hashtag anteriormente mencionado. Este es un acrónimo de “All Cops Are Bastards”, que se traduce como “Todos los policías son bastardos”, fue popularizado en los años 80 en protestas de Inglaterra. En el contexto actual, estas siglas son usadas para expresar el rechazo frente a la brutalidad policiaca que tiene lugar en las protestas a nivel mundial (Ver Anexo 3). Este hashtag funciona como una estrategia ya que, abarca temas generales y tiene un alcance a un público más diverso, puesto que es más a fin a escenarios internacionales. Para las movilizaciones sociales de Colombia este hashtag fue una herramienta para mostrar los actos de violencia cometidos por los miembros de la Policial Nacional de Colombia al intentar poner orden o detener las protestas en diversos lugares del territorio nacional.

En cuanto al hashtag #ElParoNoPara, este era el más usado al momento de convocar a personas para las manifestaciones a través de las redes sociales, puesto que su principal función fue convocar a la continuidad del paro nacional y las movilizaciones tras el 21 de noviembre, según el trabajo de observación que se hizo (Ver Anexo 4). En las publicaciones en que se utilizaba este hashtag se incluía también información respecto a la fecha, hora y lugar de las protestas, así como de otras actividades desarrolladas conjuntamente como lo son cacerolazos, plantones, velatones, entre otras. Este es uno de los hashtags que más ha perdurado, puesto que inclusive para convocar a las movilizaciones sociales en el segundo semestre del 2021 se siguió usando, como, por ejemplo, para motivar una marcha masiva en conmemoración de los dos años del 21N.

El hashtag #ElParoNoPara es el que mayor importancia tiene para la presente investigación puesto que ha sido el que mayor alcance, en términos temporales, ha tenido, según el análisis que se realizó por medio de la observación (Ver Anexo 4). Por tanto, se ha convertido en una herramienta bastante utilizada por los grupos sociales para convocar e informar respecto a las protestas, movimientos sociales y manifestaciones que ha tenido lugar desde el año 2019.

Especificando en las cuentas elegidas, se logró determinar que la cuenta “Memesu.nacional”, que se encuentra en la red social Facebook y tiene 199.472 seguidores a la fecha, estuvo realizando activamente publicaciones, principalmente con imágenes y videos relacionados con las movilizaciones sociales desde marzo del 2019. De igual forma, a través del uso de hashtags, tales como #ElParoNoPara convocaban a su audiencia a participar en marchas de las que se especificaba el lugar y la fecha, pero adicionalmente motivaba a apoyar las movilizaciones incluso sin salir de las casas, como se evidencia en su publicación del 7 de mayo de 2020 que se titula “¿Cómo puedo apoyar el paro si no puedo salir a Marchar?” y que contiene un video con consejos, dentro de los que se encuentra “¡Genera tendencia! usa #ElParoNoPara en tus historias”.

La cuenta “La Otra Voz” por su parte, se encuentra en la misma red social y tiene 28.005 seguidores a la fecha, es un medio de comunicación alternativo que realizó un cubrimiento constante de las movilizaciones sociales que tuvieron lugar en Colombia desde el año 2019, mostrando imágenes y videos de las protestas, tomados en tiempo real, como en su video del 21 de noviembre de 2019 titulado “21N Seguimos”. Esta cuenta no motivaba a salir a las

calles pero sí se dedicaba a informar en qué momento y lugar iban a encontrar ubicadas las concentraciones y demás actividades

En cuanto a Instagram, la cuenta @Pilas.col, que tiene hasta la fecha 127.000 seguidores y más de 2.000 publicaciones, tuvo su origen en medio de los movimientos sociales ocurridos con anterioridad al 21N, pero fue gracias a las publicaciones relacionadas con el tema del paro nacional que empezó a adquirir un mayor número de seguidores y popularidad, que suman desde 2019 hasta la actualidad 138 publicaciones, puesto que realizaban un cubrimiento total de las actividades que se realizaban en el marco de las protestas. (Ver anexo 5)

Por medio de en vivos, videos e imágenes, que usaban los hashtags más populares, mantenían al tanto a sus seguidores de las marchas, realizaban recolección de elementos para apoyar a quienes protestaban e incluso daban consejos para salir a marchar como en el caso del especial del 27 de abril de que se titula “Guía para salir a manifestarse” y que contiene varias publicaciones como “Antes de salir de casa”, “¿Qué hacer si lo agreden?”, “¿Cuándo interviene la policía?” y otras más.

La cuenta @Primeralineacol, se encuentra en la red social de Instagram y tiene hasta la fecha 327.000 seguidores, es una revista urbana que también tuvo su origen en 2019 y que se caracteriza por realizar un fuerte oposición al gobierno y que en el marco de las protestas del 21N realizó un acompañamiento continuo de las movilizaciones.

Por su parte, la cuenta de @MoVidaCol está en la red social Twitter, tiene hasta la fecha 13.800 seguidores y es un movimiento social que ha estado presente en diversas manifestaciones a lo largo del territorio nacional. En esta cuenta, o mejor, en esta red social, el uso de los hashtags juega un rol fundamental, puesto que es a través de estos que se tiene un mayor alcance e incluso se puede llegar a fijar determinado tema como tendencia nacional o mundial, como ha sido el caso de #ElParoNoPara que desde el 21 de noviembre de 2019 ha estado en varias oportunidades en tendencia en Colombia. La cuenta @MoVidaCol también convoca a sus seguidores a través de Twitter para que participen activamente de las protestas como se evidencia en el tweet del 20 de noviembre de 2020 que dice “#21N #LlenemosDeDignidadLasCalles Dignidad, Unidad, Contundencia, Resistencia #21NSoloElPuebloSalvaAlPueblo” y que contiene una imagen que fija un punto de encuentro para las movilizaciones del día 21 de noviembre.

Por otra parte, la cuenta @ElParcheCritico, que se encuentra en la red social Twitter y tiene hasta la fecha 17.700 seguidores, es un medio de comunicación alternativo y popular que desde principios de 2019 y hasta el momento, ha realizado un cubrimiento constante de lo ocurrido en el marco de las movilizaciones sociales, haciendo uso de imágenes, videos, hashtags y comunicados. Se caracterizan por generar contenidos informativos de las situaciones que se viven en el marco de las protestas como se demuestra en la publicación del día 20 de julio de 2021 en que se encuentran dos imágenes que tienen como descripción “#20J | #ElParcheEnLasCalles | ¡Cubrimiento especial! No olviden seguirnos en Instagram y Facebook, en donde podrán ver nuestras transmisiones en vivo. #ElParoNoPara”.

No obstante, nos encontramos con hashtags como #21NSomosTodos, #ElParoApenasComienza, #DuqueChao, #ElParoNoPara27N, #TodosSomosColombia los cuales fueron tendencia en el país, con alrededor de 250.000 tweets, de esta manera Twitter por medio de los hashtags anteriormente mencionados, intervenía como un canal de movilización en pro de la organización de cientos de manifestaciones ciudadanas en apoyo del paro del 21N.

Por otra parte, también se encontró que no solamente se utilizaba la plataforma de Twitter a favor del paro y el llamado a la movilización social, sino que también se hicieron virales hashtags rechazando al paro como; #EstoyConMiFuerzaPublica, #ApoyoAlPresidente, #Vandalos, #NoMarchoPorque, #YoNoParo entre otros cuya finalidad era deslegitimar el accionar de las movilizaciones que se encontraban efectuándose e invitar a la ciudadanía a no ser partícipe de estas mismas.

Esto nos llevó a preguntarnos, ¿cuántas personas se movilizaron el pasado 21 de noviembre de 2019 a razón del paro nacional convocado principalmente por las redes sociales?, para así determinar el alcance de las redes sociales en las movilizaciones del año 2019 en Colombia. La respuesta a esta inquietud es ambigua, puesto que un reporte oficial de La Policía Nacional informa que para esta fecha salieron 207.000 personas a movilizarse a favor del paro (Ver anexo 1) (Policía Nacional, 2019), esto resulta un poco confuso ya que la cifra es demasiado pequeña, de esta manera el periódico El Espectador, realizó un ejercicio de investigación realizando su propio conteo de multitudes tanto estáticas como móviles en tres principales ciudades del país; Bogotá, Medellín y Bucaramanga, mostrando que solo en estas tres ciudades la cifra estimada de personas que se movilizaron fue de alrededor de 446.549 personas, cabe aclarar que en estas tres ciudades el cálculo se realizó por áreas delimitadas y no en toda la ciudad, puesto que

se buscó el punto de concentración más importante en cada uno de ellas (Espectador, 2019). Así mismo, el periódico El Espectador, enfatiza en que esta cifra puede ser mucho más grande, ya que solo se tomó como muestra las tres ciudades anteriormente mencionadas. Haciendo un análisis a tal fenómeno, podemos identificar como la interacción por parte de los usuarios en las distintas redes sociales convocó un gran número de personas que se movilizaron el 21 de noviembre de 2019.

Por otra parte, el medio de comunicación France 24, realizó un informe titulado; “Internet en Colombia: el otro gran escenario de las protestas”, en donde se evidencia la utilización de las redes sociales como un medio para denunciar la brutalidad policial usando hashtags como; #NomasViolenciaPolicial, #NosEstanMasacrando, #ParoNacional, esto con la finalidad de mostrar el duro trato que la policía ejercía a los ciudadanos en las jornadas de movilización en el país. Las constantes denuncias se viralizaron, hasta tal punto en el que celebridades como Justin Bieber, Residente, Demi Lovato se unieran al hashtag #SOSColombia en pro de una visualización mayor de los hechos que estaban ocurriendo en el país. (Mesa, 2021)

En este orden de ideas, luego de realizar las entrevistas, la conclusión más evidente, según los resultados, es que la cifra de las interacciones incrementó, en el menor de los casos, un 40% con respecto al contenido que se estaba posteando anteriormente. Pero, el aumento que se describe no solo aborda un indicador, como los "me gusta", sino que aborda también el número de seguidores y comentarios en las mismas.

No obstante, este no es el único hallazgo que se obtuvo de las entrevistas. Los entrevistados también coincidían en que el otro lado del fenómeno venía acompañado de censura. Cuatro de las cinco personas entrevistadas fueron penalizadas con la suspensión de su cuenta por cinco días, esto debido a la difusión de imágenes sensibles, en este caso en donde se mostraba el abuso policial. (Ver Tabla 2)

Finalmente, acudiendo a un análisis general de las formas de organización, concentración u el llamamiento que se dio por medio de las diferentes redes sociales estudiadas, y apoyándose en el trabajo de Eduardo Rivera titulado *“DE TWITTER A LA CALLE: LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO SOBRE LA MOVILIZACIÓN SOCIAL Y LA ACCIÓN COLECTIVA DEL PARO NACIONAL EN LA RED SOCIAL”* acerca de una nueva lógica de organización, que es formado bajo la convergencia de distintos sectores sociales que encuentran varios puntos en donde se vuelven comunes bajo un mismo interés “se unen en torno a la indignación generalizada” (Rivera, 2021, pág. 29), recurriendo a las redes

sociales como organizador de la acción colectiva, valiéndose de recursos gráficos y audiovisuales para reportar lo que sucede y dar muestra de la asistencia a las movilizaciones, Rivera enfatiza en;

“La red social permite la organización para que los reclamos y las actividades coincidan y haya participación tanto de actores organizacionales tradicionales como de ciudadanos que actúan por voluntad propia. Una situación que describen Bennett y Segerberg (2012) a partir de su modelo medio de acción conectiva, el cual se evidencia en las dinámicas en redes sociales del Paro Nacional.” (Rivera, 2021, pág. 30)

De acuerdo con esto, la relación que se evidenció en las movilizaciones del paro del 21 de noviembre entre la política y el internet, establece indiscutiblemente que el uso de las redes sociales ha cambiado las lógicas de organización que posee la ciudadanía colombiana, puesto que los modelos tradicionales se han quedado atrás y así como lo expone Rivera la acción conectiva permite la organización y difusión de distintos reclamos que hacen que coincidan con las voces de protestas que se encontraron en las calles del país.

7. ALCANCES Y LIMITACIONES

7.1 ALCANCE

7.1.1 Con la información recolectada por medio de las herramientas investigativas se puede evidenciar que el uso de las redes sociales puede potenciar la acción colectiva.

7.1.2 Con esta información se logra establecer y elegir adecuadamente las dinámicas que están establecidas por medio de las redes sociales y el poder político que pueden tener.

7.2 LIMITACIONES

Las redes sociales se ven restringidas en cuanto al contenido que permite ser posteado. En el caso de la plataforma de Instagram, esto hizo que una de las cuentas de estudio tuviera que hacer la creación de otra cuenta para seguir cubriendo temas relacionados con la acción colectiva.

En cuanto a la entrevista como método alternativo al trabajo de campo constituye una variable que depende del sujeto entrevistado

(...) entre la consideración de las entrevistas como pura "interacción simbólica", o su consideración de técnicas de acceso a realidades externas. Silverman (1993) tuerca en esta cuestión subrayando que, en la interpretación sociológica de las entrevistas, se debe poner énfasis en las formas morales que caracterizan a la vida social. Por lo que sugiere tratar la información de entrevista como narrativas fruto de las realidades morales. (Valles, 2002, pág. 42)

Esto explica que más allá de que nuestros entrevistados fueran profesionales y expertos, la experiencia de cada uno en el abordaje de la realidad era distinta, por lo que obtuvimos información trastocada por experiencias de vida, creencias, valores predeterminados, entre otras. Así pues, manejamos la información obtenida como conocimiento previo para la realización de los talleres y no como un marco teórico funcional en la investigación.

8 CONCLUSIONES

A través de la presente investigación se logró determinar que las redes sociales en las movilizaciones sociales que se han desarrollado en Colombia en los últimos años han jugado un rol fundamental, puesto que ha sido a través de estas que los usuarios se han involucrado, informado y mantenido al tanto de los acontecimientos sucedidos. De igual forma, para los grupos sociales las redes han servido de herramienta para convocar y motivar a la participación de las actividades que se dan en el marco de las protestas.

Es evidente que las redes sociales generaron un cambio notorio en la forma de realizar movilizaciones en Colombia, puesto que antes de su existencia o de su utilización, la convocatoria no era tan masiva, su alcance no llegaba a niveles tan altos, como lo es la atención internacional y era complejo realizar un seguimiento a tiempo real de lo que sucedía en las calles. Adicionalmente, el internet trajo consigo un nuevo espacio de debate y de manifestación: las redes sociales, las cuales permiten la expresión de pensamientos y opiniones respecto a diversos temas.

Como ya se ha mencionado, el uso de hashtags también fue fundamental para lograr un mayor impacto de las movilizaciones sociales, puesto que a través de estos las personas podían encontrar un espacio determinado que reuniera una amplia variedad de contenidos e información, pero que giraban en torno a un tema en específico como lo es el paro nacional por medio del #ElParoNoPara.

De esta manera, pudimos observar cómo los distintos colectivos como; La Otra Voz, Memesu.nacional, Primeralineacol, MoVidaCol, obtuvieron una gran respuesta de sus seguidores con respecto a las constantes invitaciones que realizaban por medio de hashtags y publicaciones para salir a las calles a protestar. Esto trajo consigo, que no solo se viralizaran el llamado a la movilización, sino que inclusive después de las movilizaciones se hicieran virales los actos de abuso policial que se cometieron alrededor de todo el territorio nacional, debido a esto se observó un cambio profundo en el tejido social del país, puesto que el directo consumo de las constantes evidencias de abuso potencializó el descontento generalizado hacia el gobierno y a su vez actuó como un detonante los días siguientes al 21N, para que las personas siguieran movilizándose en favor del paro nacional como nunca antes había sucedido en el país.

Las redes sociales no solo son un catalizador para la movilización en términos de protesta social, sino que por otra parte, se convierte en un medio de ciberactivismo que busca representar una problemática, que busca acoger a diferentes colectivos y hacerlos parte de la lucha social que se da por medio de las redes sociales como en su momento fue el caso de Anonymous, quien en su accionar lograron hackear la página web del Ejército, el Senado, la Policía y la Presidencia dejando en evidencia que el descontento social que a su vez se ve manifestado en el accionar de la protesta social no solo se da en ese campo, sino que las sociedades y la modernidad ha llegado a tal punto que es casi imparables no sentir el descontento de un pueblo. (Semana, 2021)

Por otra parte, es importante resaltar que todo el llamado que se hizo en las redes sociales a favor del paro fue esporádico, puesto que este carecía de un líder o un caudillo al cual el gobierno directamente acudiese a él para generar negociaciones. Esto es relevante, puesto que es un cambio al modelo tradicional por el cual antes se encontraba el país, ya que las redes sociales integraron a los diferentes sectores económicos, sociales, agropecuarios, académicos en favor del mismo objetivo dejando atrás cualquier intento por proponer una agenda de manera individual.

De acuerdo a la investigación realizada por medio de las herramientas tecnológicas que se utilizaron alrededor del trabajo, cabe anotar que se pudo evidenciar que la red social más utilizada para invitar a las personas a salir a las calles es Twitter (Ver Gráfico 2), puesto que esta fue la que mayor número de interacciones tuvo con los hashtags estudiados. Mediante esto, podemos concluir que la red social Twitter permite una interacción simbólica de sus usuarios hacia estos temas.

En conclusión, el uso de las redes sociales por parte de la sociedad civil en pro de la acción colectiva, ha servido como un medio de difusión para la realización y formación de movilizaciones sociales. Esto es un fenómeno al que la sociedad colombiana se debe acostumbrar, puesto que el ciberactivismo cada vez adquiere más fuerza, debido a la inmediatez que proporcionan, configurándose como un nuevo espacio de participación política, ya que las publicaciones, los hashtags y las redes en general, son una herramienta efectiva y eficaz que facilita el desarrollo y su posterior logro de los objetivos que se buscan conseguir a través de las movilizaciones sociales.

9. ANEXOS

9.1. ANEXOS DE TABLAS

Tabla 1.

Análisis del discurso según hashtags.

Red social	Menciones	Porcentaje de participación respecto a la red social
Twitter	1.347.686	66%
Facebook	134.320	7%
Instagram	544649	27%

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta DMI – TCAT

Tabla 2.

Análisis de entrevistas no estructuradas.

Nombres de los entrevistados: Luis Carlos Ayala – Fotógrafo – Luiscarlosa85

Ivone Cifuentes – Politóloga – Memesu.nacional

Julián Rodríguez Garrido – Estudiante – Primeralineacol

Andrés Felipe Angulo – Estudiante – MoVidaCol

Juan Camilo Díaz – Estudiante – La Otra Voz

Resultados	Análisis
Los entrevistados concuerdan en que el tráfico aumentó en el menor de los casos un 40% durante la época del paro en Colombia.	Esto debido al uso de hashtags que se utilizaron en las publicaciones.

<p>Los entrevistados concuerdan en que en todas las publicaciones referentes al paro usaban al menos uno de los hashtags mencionados con anterioridad.</p>	<p>Indagando, los entrevistados dejaron ver que lo hicieron porque aprendieron de manera empírica una estrategia que funcionó para aumentar su tráfico. Esto se debe a que la gente usualmente entraba a las publicaciones según el hashtag que tuvieran, Servía como filtro.</p>
<p>Los entrevistados hacían mínimo tres publicaciones diarias en este periodo. Los entrevistados que hacían menos publicaciones al día no lo hacían por falta de contenido</p>	<p>Los entrevistados que hacían más publicaciones tuvieron mayor aumento de tráfico, aunque todos tenían material para hacer más de 3 publicaciones diarias, dos de ellos se contuvieron para no saturar a su audiencia.</p>
<p>El 80% de los entrevistados sufrió de censura por publicar temas referentes al paro con imágenes inéditas.</p>	<p>Instagram es la plataforma con mayor restricción del contenido que se sube, sin embargo en todas las plataformas analizadas los entrevistados se vieron restringidos para subir contenido.</p>
<p>El 60% de los entrevistados son estudiantes.</p>	<p>Ellos son los entrevistados que más publicaban, esto se debe a la cantidad de tiempo del que disponen.</p>

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta DMI -TCAT

Tabla 3.

Análisis del discurso hashtags red social Instagram.

Hashtags	Número
#ParoNacional21N	221.969
#SOSColombia	321.452
#ElParoNoPara	1.228

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta DMI -TCAT

Tabla 4.

Análisis de los hashtags a nivel internacional.

Hashtags	Menciones a nivel nacional	Porcentaje a nivel nacional	Menciones internacionales	Porcentaje a nivel internacional
#ParoNacional21N	598.765	44%	3.856	22%
#SOSColombia	465.984	35%	12.768	73%
#ElParoNoPara	282.937	21%	807	5%

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta de monitorización de medios sociales

Talkwalker.

Tabla 5.

Análisis del discurso hashtags red social Facebook.

Hashtags	Número
#ParoNacional21N	64.324
#SOSColombia	40.578

#ElParoNoPara	29.418
---------------	--------

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta DMI- TCAT

Tabla 6.

Análisis del discurso hashtags red social Twitter.

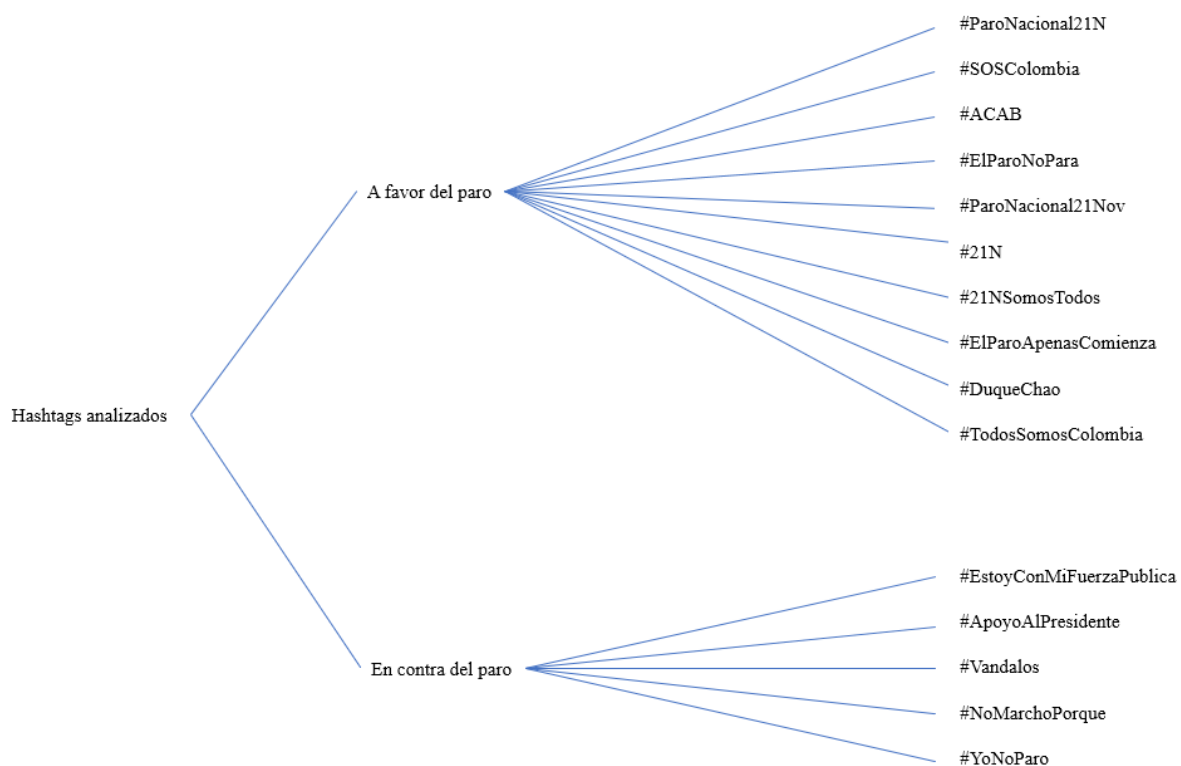
Hashtags	Número
#ParoNacional21N	598.765
#SOSColombia	465,984
#ElParoNoPara	282.937

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta DMI

9.2. ANEXOS DE GRÁFICOS

Gráfico 1.

Diagrama de datos, análisis del discurso según hashtags.

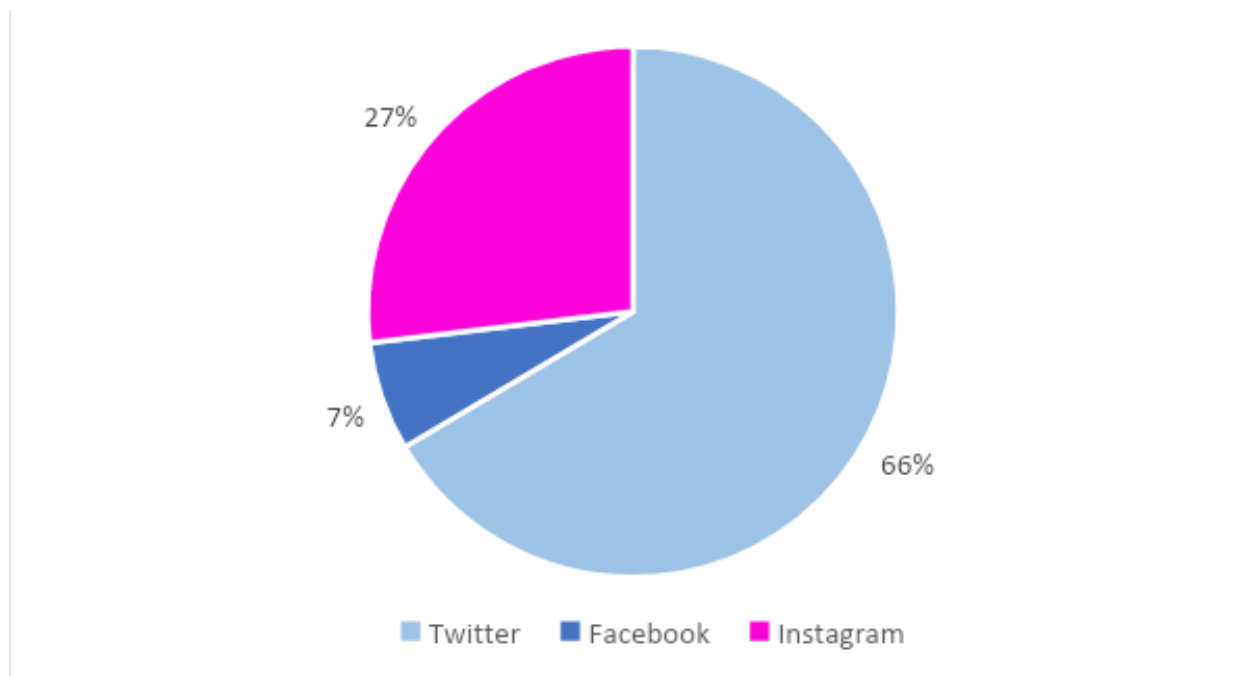


Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta de monitorización de medios sociales

Talkwalker.

Gráfico 2.

Porcentaje de participación de las diferentes redes sociales según hashtags



Elaboración propia a partir de datos obtenidos de la herramienta DMI – TCAT

9.3. ANEXOS

Anexo 1.

Informe de la Policía Nacional de Colombia acerca de los manifestantes.

CÁLCULOS DE MANIFESTANTES Y PROYECCIONES DE EFECTOS DE LAS PROTESTAS

REGISTROS DE LA POLICÍA NACIONAL DURANTE DÍAS DE PARO

Fecha (Noviembre)	Participantes	Concentraciones	Marchas	Bloqueos	Total actividades
21	207.000	125	165	33	323
22	8.255	12	2	5	19
23	2.661	10	8	0	18
24	4.800	45	9	1	55
25	16.000	35	15	0	50
26	17.790	48	9	0	57
27	33.365	37	15	0	52
28	1.300	6	2	3	11
Total		318	225	42	585

IMPACTO DEL PARO SOBRE LA ECONOMÍA DEL PAÍS

Cada día de paro le cuesta **\$50.000 millones** al comercio en Bogotá



En promedio reducción del comercio a nivel nacional: **40%**



Pérdidas por vandalismo en Bogotá **\$40.000 millones**



El fin de semana Asobares perdió aproximadamente **\$64.000 millones**



GASTRONOMÍA NACIONAL

Según Acodres, ha perdido **\$12.500 millones**



Pérdidas diarias de **\$2.000 millones**



\$1.750 millones daños físicos evaluados



SECTOR HOTELERO

La ocupación nacional se vio afectada en el primer día del paro en **5,3 puntos** porcentuales



La cancelación de eventos en los establecimientos hoteleros alcanzan pérdidas de **\$1.000 millones** para Bogotá



\$200 millones para destinos intermedios



REGIONES EN DONDE SE PRESENTÓ DISMINUCIÓN



Fuente: Sondeo LR/Policia Nacional Gráfico: LR-GR

Fuente: Informe de la Policía Nacional.

Anexo 2.

Casos del hashtag #SOSColombia en el contexto del paro nacional 2019.



Capturas de pantalla propias tomadas desde la red social Twitter.

Anexo 3.

Casos del hashtag #ACAB en el contexto del paro nacional 2019.

← Tweet

 **lajuana**
@Para_siempre

si pueden comentar o citar el tweet con manifestaciones mañana 6 de Mayo, INCREÍBLE. **#ACABcolombia**
#ParoIndefinido #ParoNacional6M
#ColombiaSOS #NosEstanMatando
#DuqueAsesino



👍 🔄 📌 🗨️

 **Morita Rincón**
@alexcita92

#URGENTE 🚔 Policía Nacional arresta a un manifestante, lo arrastran hasta el CAI y adentro de las instalaciones lo continuan golpeando.
🔴 **#ACABcolombia #AbusoPolicial**
twitter.com/AnonNews_Col/s...



← Hilo

 **Daniela Ramírez**
@Soydanielarami

La razón del incendio del hotel la Luna
#CaliCo #CALIRESISTENCIA
#LaLunaCali #3Mayo
#ACABcolombia #acab #cali
#SOSColombia



← Tweet

 **colombialifematters**
@colombialifema1

La policía y el esmad me chupan la verga putos asesinos y después dicen que los buenos somos más si son más pero malparidos **#ACABcolombia**
#YoNoApoyoAlaPoliciaNacional
#NosEstanMatando
#PoliciaNacionalParenDeMatar



0:06

1.740 visualizaciones

9:20 p.m. · 13/09/20 · **Twitter for iPad**

19 Retweets 1 Tweet citado 33 Me gusta



Capturas de pantalla propias tomadas desde la red social Twitter.

Anexo 4.

Ejemplos del hashtag #ElParoNoPara



Capturas de pantalla propias tomadas desde la red social Twitter.

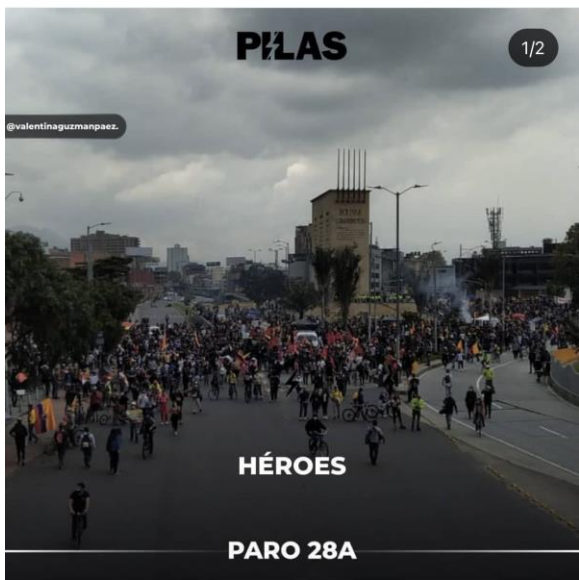
Anexo 5.

Publicaciones de PilasCol en Instagram.





Instagram interface elements: heart, comment, share, carousel indicator, bookmark, and user handle @bitacoradelcami.



Instagram interface elements: heart, comment, share, carousel indicator, bookmark, and caption text: "Les gusta a eve_diazm y 350 más pilas.col #PILASConElParo Así vamos en Héroes ⚡ La marcha se dirige por la calle 85 hacia el oriente. Cubrimiento: @valentinaguzmanpaez #ParoNacional #Colombia #28A #YoParo Ver los 4 comentarios 28 de abril de 2021 · Ver traducción"



Instagram interface elements: heart, comment, share, carousel indicator, bookmark, and user handle @VALENTINAGUZMANPAEZ.



Instagram interface elements: heart, comment, share, carousel indicator, bookmark, and caption text: "169 Me gusta pilas.col PILAS ⚡ | Desde las 8:00 a.m en Yopal Casanare se iniciaron las marchas contra la reforma tributaria. Políticos, diputados e instituciones se unieron por el #NoAlaReformaTributaria. A esta hora los ciudadanos marchan pacíficamente, recientemente se están uniendo líderes sociales. Cubrimiento: @leidy_sanchez_ #pilasconelparo #pilas #28A #paronacional"

Capturas de pantalla propias tomadas desde la red social Instagram.

10. BIBLIOGRAFÍA

- González, R. (2016). *Sociedades en conflicto: movimientos sociales y movimientos armados en América Latina*. The Book.
- Hernández-Sampierí, R. (2018). *Metodologías de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. . México: Mc Graw Hill .
- La Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. *Correspondencias y Análisis*, 52.
- Lago, S. (2015). Movimientros sociales y acción colectiva en la sociedad RED. *Chasqui, revista latinoamericana de comunicación*.
- Rengifo, A. (2016). Ciberacyovismo y redes sociales: nuevas herramientas de interacción y comunicación política. *Humanidades digitales, dialogo de saberes y prácticas colaborativas en red*.
- Lago, S., & Marotias, A. (2006). Los movimientos sociales en la era de internet. *Razón y palabra* .
- Sola-Morales, S., & Rivera, R. (2015). Las redes sociales como catalizador del movimiento estudiantil chileno en 2011. *Chasqui, revista latinoamericana de comunicación* .
- Sabariego, J., & Sola-morales, S. (2020). Tecnopolítica, recientes movimientos sociales globales e internet. Una década de propuestas ciudadanas. *Teknokultura*.
- Candón, J., & Benítez, L. (2014). La cultura digital global en los movimientos sociales contemporaneos. Los casos del 15M en España y el 20F en Marruecos. *Chasqui, revista latinoamericana de comunicación*.
- Puyosa, I. (2014). Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio . *Chasqui, revista latinoamericana de comunicación* .
- Mendonza, C. (2010, Mayo 28). Mockus: el fenomeno electoral de redes sociales en Colombia. *Deutsche Welle*.
- Gallego, M. C. (2019, Mayo 30). *¿Qué es la proyección social y. por qué es necesaria para las comunidades más vulnerables?* . Obtenido de Uniminuto Radio .

- Packer, M. (2013). La ciencia de la investigación cualitativa . *Revista de los Andes* .
- García, A., González, G., & Bores, D. (2021). Posibilidades y limitaciones de la indagación inductiva con métodos mixtos en el análisis de la dinámica de dialogo en una comunidad de práctica profesional on-line. *Usal* .
- Guevara, G. (s.f.).
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas y de investigación-acción). *Recimundo*.
- Guillén, M. (2020). La fiabilidad en la entrevista; la entrevista semi estructurada y estructurada, un recurso de la encuesta . *Revista UNAM*.
- Alcázar, L., & Holguín, V. (2020). *Twitter como herramienta de movilización social en Colombia, caso del paro nacional del 21N*. Santiago de Cali : Universidad del Valle .
- Espectador. (2019, Noviembre 23). *¿207 mil marchantes en el paro nacional? Una cifra oficial que podría ser muy baja*. Obtenido de El Espectador .
- Mesa, A. (2021, Mayo 08). *Internet en Colombia: El otro gran escenario de las protestas* . Obtenido de FRANCE 24 .
- Semana. (2021, Mayo 16). *Anonymus tumbó las páginas web del senado y la presidencia de Colombia* . Obtenido de Semana .
- Rivera, E. (2021). *De Twitter a la calle, la construcción del discurso sobre la movilización social y la acción colectiva del paro nacional en la red social*. Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana .
- Valles, M. (2002). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodologica y práctica profesional* . España : Sintesis sociología.
- EFE, A. (2019, Noviembre 22). *Al menos tres muertos y 98 capturados deja la jornada de protestas en Colombia* . *Agencia EFE*.

Huston, M. (2021, Mayo 4). Desde Shakira a Justin Bieber, famosos se pronuncian sobre las protestas en Colombia. *CNN Español*.

Noriega, C. (2021, Junio 5). How To Help Colombia Protesters Right Now #SOSColombia. *Remezcla* .

BBC NEWS . (2021, Mayo 3). Colombia: al menos 19 muertos y más de 800 heridos en las protestas contra la reforma fiscal. *BBC NEWS*.

Policía Nacional. (2019). *Cálculo de manifestantes y proyecciones de efectos de las protestas*. Bogotá: Policía Nacional.

Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de antropología* .