

Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Maestría en Comunicación y Cultura Digital

Redes socio-digitales y opinión pública: Relación entre la deliberación en Facebook y las preferencias frente a la justicia transicional en Colombia

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de:

Maestro en Comunicación y Cultura Digital

Presenta:

Harold Junior González Bedoya

Dirigido por:

Dr. Rodolfo Sarsfield

Dr. Rodolfo Sarsfield
Presidente

Dra. Vanessa del Carmen Muriel Amezcua
Secretario

Dra. Lidia Ángeles García
Vocal

Dr. Sergio Rivera Magos
Suplente

Dr. Germán Espino Sánchez
Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Septiembre de 2019

México

Tabla de contenido

Introducción	6
El conflicto colombiano y su abordaje desde la academia.....	9
Medios de comunicación, política y conflicto en Colombia.....	13
Internet en la historia política reciente de Colombia	16
Post conflicto y tránsito de las FARC a la vida civil	21
Una ruta conceptual	25
Conflicto y post conflicto.....	25
Postconflicto y justicia transicional	28
Internet y Comunicación Política.....	32
Deliberación política.....	38
Metodología	42
Preguntas de Investigación	42
Objetivos.....	42
Objetivo General.....	42
Objetivos específicos	42
Hipótesis	43
Método y tipo de estudio.....	43
Tipo de diseño.....	44
Selección de la población.....	45
Listado de páginas seleccionadas.....	47
¿Qué se analiza en cada página?	48
Recolección de los datos	49
Puliendo el dato en bruto	50
Matriz de estrategia para recolección de datos	51
Estrategia de análisis de la información.....	52
Categorías y definiciones.....	54
Hallazgos	56
Caracterización histórica de los <i>Stakeholders</i>	56
Centro Democrático	56
One Million Voices Against Farc	57
Presidencia de la República de Colombia	58

Marcha Patriótica	59
MOVICE.....	60
Datos recolectados	61
1. Caracterización de los stakeholders en función de las variables independientes.....	61
2. Cantidad de posts y comentarios recolectados.....	62
Sistematización de los <i>posts</i>	65
Análisis por Stakeholder	68
Comentarios, hilos de discusión y cambio de preferencias.....	79
Comparación entre <i>stakeholders</i>	107
Conclusiones	111
Bibliografía	117

Índice de Tablas

Tabla 1. Definición de las variables independientes.....	47
Tabla 2. Listado de stakeholders seleccionados.....	47
Tabla 3. Instrumento de observación para páginas de stakeholders	49
Tabla 4. Estrategia de recolección de datos	51
Tabla 5. Instrumento de codificación de posts.....	53
Tabla 6. Libro de códigos	54
Tabla 7. Caracterización de stakeholders según variables independientes	61
Tabla 8. Cantidad de posts comentarios y reacciones por stakeholder para el periodo de campaña	62
Tabla 9. Cantidad de posts comentarios y reacciones por stakeholder para el periodo post campaña	63
Tabla 10. Promedio de posts por stakeholder y periodo	65
Tabla 11. Cantidad de comentarios y reacciones de los posts seleccionados	66
Tabla 12. Dimensiones de análisis para comentarios.....	80
Tabla 13. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en CD1	84
Tabla 14. Usuarios y cambio de preferencias en CD1	84
Tabla 15. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en CD11	87
Tabla 16. Usuarios y cambio de preferencias en CD11.....	88
Tabla 17. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en AF1	91
Tabla 18. Usuarios y cambio de preferencias en AF1	92

Tabla 19. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en PR1	95
Tabla 20. Usuarios y cambio de preferencias en PR1	96
Tabla 21. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en PRI1	98
Tabla 22. Usuarios y cambio de preferencias en PRI1	99
Tabla 23. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en MP1.....	103
Tabla 24. Usuarios y cambio de preferencias en MP1	104
Tabla 25. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en MPI1	106
Tabla 26. Usuarios y cambio de preferencias en MPI1	106
Tabla 27. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva de la página para los 5 stakeholders.....	108
Tabla 28. Dimensión Tono para los 5 stakeholders	109

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Cantidad de posts por stakeholder en el periodo de campaña.....	63
Gráfico 2. Cantidad de posts por stakeholder en el periodo post campaña.....	64
Gráfico 3. Promedio de posts por stakeholder y periodo	65
Gráfico 4. Categorías y valores para las dos muestras del CD	71
Gráfico 5. Categorías y valores para la muestra de AF.....	73
Gráfico 6. Categorías y valores para las dos muestras de PR	75
Gráfico 7. Categorías y valores para las dos muestras de MV.....	77
Gráfico 8. Categorías y valores para las dos muestras de MP	78
Gráfico 9. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en CD1	82
Gráfico 10. Dimensión Respuesta en CD1	83
Gráfico 11. Dimensión Tono en CD1	83
Gráfico 12. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en CDI1	85
Gráfico 13. Dimensión Respuesta en CDI1	86
Gráfico 14. Dimensión Tono en CDI1	86
Gráfico 15. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en AF1.....	89
Gráfico 16. Dimensión Respuesta en AF1	90
Gráfico 17. Dimensión Tono en AF1.....	90
Gráfico 18. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en PR1	93
Gráfico 19. Dimensión Respuesta en PR1	94
Gráfico 20. Dimensión Tono en PRI1	94

Gráfico 21. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en PRI1	96
Gráfico 22. Dimensión Respuesta en PRI1	97
Gráfico 23. Dimensión Tono en PRI1	97
Gráfico 24. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en MP1	101
Gráfico 25. Dimensión Respuesta en MP1	102
Gráfico 26. Dimensión Tono en MP1	102
Gráfico 27. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en MPI1	104
Gráfico 28. Dimensión Respuesta en MPI1	105
Gráfico 29. Dimensión Tono en MPI1	105

Dirección General de Bibliotecas UAO

Resumen

La presente investigación consiste en el análisis de los mensajes publicados en la red socio-digital Facebook por cinco actores políticos, durante dos momentos distintos del proceso de paz en Colombia y de los comentarios de los usuarios que interactuaron en dichas publicaciones. Se buscó establecer si existía relación entre el posicionamiento de los actores políticos frente a cuatro dimensiones: acuerdo de paz, justicia transicional y legitimidad de los actores involucrados en la negociación, y la ideología y condición de victimización de los mismos. Además, se indagó por la relación entre el posicionamiento de los actores políticos y la eventual existencia de un escenario deliberativo en los comentarios hechos por los usuarios en las publicaciones.

Se utilizaron técnicas de minería de datos para la extracción de los mensajes y comentarios de la plataforma Facebook e instrumentos de análisis de contenido que permitieron clasificar los mensajes en función de su posicionamiento frente a las cuatro dimensiones antes señaladas. Además, se utilizó otro instrumento de análisis de contenido para medir el tipo y tono de los comentarios y el cambio de preferencias de los usuarios en los hilos de conversación.

Los resultados permiten establecer que existe relación entre la ideología de los actores políticos y su posicionamiento frente a las cuatro dimensiones de análisis. No obstante, se encontró que la condición de victimización no está relacionada con el posicionamiento de los actores. Además, se encontró que el posicionamiento de los actores es consistente en los dos periodos analizados, pero que el énfasis de los mensajes varía en función del tiempo.

Para el caso de los comentarios se encontró que no existe una relación evidente entre el posicionamiento de los actores políticos y la construcción de escenarios deliberativos en los comentarios de las publicaciones. Esto, debido a que en ninguno de los casos se observó la presencia de intercambios deliberativos en los que hubiese cambio de preferencias políticas. Además, se observó el predominio del tono negativo en los comentarios, lo que favorece la profundización de las propias creencias de los usuarios y no el cambio de las mismas.

Palabras clave: Facebook, Comunicación, Política, Paz, Deliberación.

Agradecimientos

*Ningún hombre es una isla entera por sí mismo.
Cada hombre es una pieza del continente, una parte del todo.
Si el mar se lleva una porción de tierra, toda Europa queda disminuida,
como si fuera un promontorio, o la casa de uno de tus amigos, o la tuya propia.
Ninguna persona es una isla; la muerte de cualquiera me afecta,
porque me encuentro unido a toda la humanidad;
por eso, nunca preguntes por quién doblan las campanas; están doblando por ti.*

(John Donne)

Cada una de las palabras, de las ideas, de los hallazgos de este trabajo pertenece un poco a las personas que me han acompañado en este bonito camino, que me han enseñado tanto, que no me han dejado nunca caminar solo. Quiero aprovechar para darles las gracias...

A mi mamá, quien aún en su juventud se esforzó porque mi hermano y yo fuéramos al colegio y luego aprendiéramos una profesión. Su amoroso esfuerzo es invaluable. A mi papá, que me ha enseñado muchas facetas bonitas de ser hombre, a respetar a la gente y a querer con fuerza a los tuyos. A mi hermano, compañero de charlas que formaron mucho de lo que soy hoy. A toda mi familia, quienes siempre me han dado su cariño, apoyo y un lugar para expresar lo que pienso. A mis abuelitos, los que siguen con nosotros y los que nos acompañan desde su legado.

A Julia, quien durante mucho tiempo ha sido mi gran fuerza vital, la inspiración para atreverme a emprender lo que quiero, quien me ha ayudado a temerle menos a vivir y me ha regalado miles de sonrisas. Muchas de estas letras no habrían sido posibles sin las cosas que me ha enseñado de la vida.

A mi familia mexicana, quienes con su cariño me han dejado sentir que estoy en casa aun estando lejos de donde nací y me han ayudado en los momentos difíciles. Ellos son la muestra de que el afecto se construye en el encuentro no en los lazos de consanguinidad. A Checo, Vicky y Nzaki, compañeros del alma.

A mis amigos de aquí y de allá. Al seminario, Blanquita, Blan e Ima, compañeros de clase y de vida que hicieron que la rutina pudiera convertirse en alegría.

A mis profesores, de la Universidad del Valle y la Universidad Autónoma de Querétaro, en ellos siempre he podido encontrar formas de ver el mundo que me abrieron nuevos horizontes. Al profesor Rodolfo, mi tutor, un caballero en el mejor sentido de la palabra y un gran maestro.

A las mujeres del personal administrativo de la Maestría en Comunicación Cultura Digital, su disposición y su amabilidad permitieron que nuestro proceso pudiera tener un feliz término.

Introducción

“Es improbable que tras un conflicto las diferencias se esfumen sin más, por lo que los miembros de la nueva sociedad deberán buscar la forma de convertir a los antiguos enemigos acérrimos en meros adversarios o contendientes políticos”
(Gil Blasco, 2018, p. 133).

Una vez terminado el proceso de paz entre el Estado Colombiano y las FARC-EP, es necesario que se desarrollen procesos sociales que permitan que la reconfiguración del escenario político y civil no derive en una nueva confrontación armada: “la presencia de grupos armados erosiona los vínculos tradicionales de solidaridad, sentido de colectivo y confianza entre los individuos y familias de una comunidad” (Clemencia Rodríguez, 2008, p. 13).

Frente a esto, los mensajes emitidos por parte de los actores oficiales y de quienes son líderes de opinión relevantes, juegan un papel fundamental para la [re]construcción de lazos sociales que permitan una adecuada gestión de los conflictos.

En Colombia, debido a las características del conflicto armado interno, se ha creado en la opinión pública una fuerte animadversión frente a los actores armados ilegales, especialmente frente a las guerrillas. Por esto, es relevante preguntarse si los mensajes que los distintos actores políticos y sociales emiten a la opinión pública contribuyen a la integración de los grupos armados a la vida civil, a la política institucional y a una verdadera reconciliación de la sociedad colombiana; esto, con miras a la creación de un escenario en el que los conflictos sociales puedan llevar al avance del colectivo y no a la eliminación de la diferencia, como ha ocurrido durante años.

La erradicación de los conflictos y su disolución en una cálida convivencia no es una meta alcanzable, ni deseable, tanto en la vida personal —en el amor y la amistad—, como en la vida colectiva. Es preciso, por el contrario, construir un espacio social y

legal en el cual los conflictos puedan manifestarse y desarrollarse, sin que la oposición al otro conduzca a la supresión del otro, matándolo, reduciéndolo a la impotencia o silenciándolo (Zuleta, 2015, p. 24).

El conflicto ha sido un tema de gran interés para intelectuales y estudiosos colombianos. Sin embargo, la manera en que se ha abordado el fenómeno del conflicto, no necesariamente ha contribuido a la creación de condiciones para la solución de las problemáticas de quienes más lo sufren. En efecto, se han estudiado, creado categorías de análisis y dividido los momentos históricos de nuestros conflictos políticos y sociales. No obstante, en la actualidad se hace necesario comprender las dinámicas de los distintos grupos que se han visto afectados directa o indirectamente por la violencia, y contribuir, en la medida que sea posible, con el fortalecimiento de los procesos que permitan que estos grupos se constituyan como actores políticos, con voz y capacidad de acción, para que de esa manera puedan incidir efectivamente en su realidad.

El conflicto armado se ha relatado mucho, pero se ha relatado mal (Rey, citado por, Tamayo & Bonilla, 2014, p. 29), por lo que el reto no es narrarlo desde miradas tradicionales (eso lo hacen los medios de comunicación que acompañan el presente de las guerras), tampoco de comprender a los victimarios (ellos sólo saben matar y escribir leyes y libros para justificarse), ni de saber la miseria y el sufrimiento de las víctimas (hay muchas organizaciones sociales que hacen muy bien este trabajo), sino que se trata de que los sobrevivientes de esta guerra cuenten sus historias, pero las que ellos quieren, las que les provean de dignidad e ilusión para seguir resistiendo/viviendo, que promuevan una cultura de paz y que los restituya simbólicamente en medio del conflicto (Tamayo & Bonilla, 2014, p. 29).

Ahora bien, con el transcurso del tiempo no sólo han quedado fuertes huellas en las personas y los territorios, sino que también la historia se ha encargado de reconfigurar los métodos y las formas de ejercicio político. El conflicto colombiano ha transcurrido mientras la política nacional y global se ha transformado: atrás quedó la polaridad de discursos del siglo XX, que permitía ubicar más o menos de manera estable las propuestas en izquierdas o derechas. Los grandes relatos han mutado y las búsquedas y métodos de quienes pugnan por una

transformación de la sociedad también lo han hecho. En la última década hemos observado movimientos políticos que han surgido y se han alimentado de formas de intercambio y encuentro que han sido posibles gracias a la emergencia de nuevas tecnologías de información y comunicación. En este sentido, es relevante plantear preguntas en torno a cómo se configuran los nuevos grupos de actores políticos y cómo en el escenario del intercambio virtual se refuerzan, o se configuran nuevas identidades colectivas, que pueden, a menudo, prescindir del encuentro físico, de la noción de territorialidad y que se alimentan ya no sólo de la difusión de textos, manifiestos escritos en papel, o de discursos pronunciados en plazas públicas; sino también de otras formas de comunicación con soporte en lo digital, como los memes, las infografías, las noticias falsas, los *posts* y *tweets* de actores políticos relevantes, los *videoblogs*, etc.

Así, es necesario cuestionarse si las tecnologías digitales favorecen el desarrollo real del debate democrático para la formación de lo que conocemos como opinión pública. Y en este sentido, si las lógicas de redes socio digitales permiten generar condiciones para la superación de la polarización política y la construcción de procesos de reconciliación en la sociedad colombiana durante el post conflicto o, todo lo contrario.

El conflicto colombiano y su abordaje desde la academia

El conflicto armado colombiano que durante años ha tenido en pugna a diversos actores políticos insurgentes, las fuerzas del orden institucional y otros grupos armados paraestatales, no sólo ha cobrado incontables vidas humanas, sino que ha generado imaginarios que inciden en las creencias de la población sobre el conflicto y sus actores, e influyen la toma de decisiones y el posicionamiento político de las personas.

La guerra se ha librado en zonas distantes de los principales centros urbanos, haciendo que el significado que le atribuyen los pobladores de todas las regiones del país al conflicto no sea el mismo, pues mientras las personas que habitan los pueblos y veredas en zonas de conflicto deben coexistir con múltiples actores armados, sufriendo muchas veces la intimidación y la violencia de todos los bandos, la gente de la ciudad ha presenciado la guerra

sobre todo a través de los medios masivos de comunicación y muy recientemente desde las redes socio-digitales.

Después de algunos intentos de parte de numerosos presidentes colombianos, el gobierno en cabeza de Juan Manuel Santos logró concretar un acuerdo de paz con el principal grupo guerrillero de Colombia, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo FARC-EP. Las negociaciones se hicieron entre 2012 y 2016 y durante ese tiempo fueron tema principal de las agendas informativas del país, generando distintas opiniones y dando pie a la aparición de múltiples actores políticos a favor y en contra. Esto se ejemplifica en que, según Roll y Rivas (2016) el tema que apareció con mayor frecuencia en la publicidad de los dos principales candidatos a la presidencia de Colombia en 2014 fue la paz. Además de esto, el tema de los acuerdos de paz fue el centro del debate electoral en los medios de comunicación durante la misma campaña (Roll & Rivas, 2016).

Como estrategia para la refrendación de los acuerdos de paz, el Gobierno de Colombia citó a un plebiscito a celebrarse el 2 de octubre de 2016 en el que los ciudadanos debían votar “Si” o “No” al *Acuerdo para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*. La campaña política que derivó de este evento terminó prácticamente dividiendo al país en dos bandos, unos a favor de la incorporación de las FARC-EP a la vida política y civil y otros en contra. Ante la opinión pública internacional parecía remota la posibilidad de que triunfara el “No”. Sin embargo, terminó por imponerse en las urnas por un estrecho margen.

La campaña por el “No” había sido liderada por facciones políticas ultra-conservadoras que lograron aliarse con el sector católico más tradicional de la sociedad y con numerosas iglesias cristianas pentecostales, bajo la premisa de que los acuerdos de paz promovían la “ideología de género” -y por ende la destrucción de la familia tradicional-, la abolición de la propiedad privada, la instauración de un régimen comunista, entre otros. Esta información, pese a haber sido desmentida en numerosas ocasiones por los delegados del gobierno colombiano, fue difundida a través de una exitosa campaña mediática que terminó en un éxito electoral. Días después el gerente de campaña del “No” reconoció abiertamente que en la campaña se había

hecho circular información falsa de manera deliberada, por lo que ya tiene un proceso judicial en curso (El Espectador, 2016).

Los partidarios del No diseñaron una campaña que buscaba generar rechazo e indignación. (...) Buscando generar rechazo a los acuerdos, el equipo del No diseñó campañas muy mediáticas, enfatizando un tema u otro según la audiencia. En más de una ocasión se echó mano a la retórica inflamatoria y a datos distorsionados. Los ataques al enfoque de género de los acuerdos ilustran bien la táctica: en llave con sectores conservadores y de derecha, los partidarios del No hicieron una lectura tendenciosa del enfoque de género y enfatizaron esto como problema frente a las audiencias de fieles de iglesias cristianas. En el contexto de la campaña por el No se difundió información falsa y se describió dicho enfoque como una “imposición de la ideología de género” (Botero, 2017, p. 378).

El escenario político que se configura tras el plebiscito de alguna manera corrobora la idea de que en Colombia la confianza en el mecanismo del sufragio y en las instituciones oficiales es baja. La participación en este proceso fue del 37,4% del censo electoral, cifra menor a las registradas en elecciones presidenciales anteriores, en las que la participación estuvo por el orden del 40% (Redacción Política, 2016) y a las de elecciones de alcaldías y gobernaciones donde la participación es algo mayor debido a las dinámicas clientelistas que tienden a captar más electores. Por ejemplo, en 2014 una encuesta nacional sobre confianza en las instituciones¹ mostró que alrededor del 75% de los colombianos no confía en el Congreso, un 64% no confía en el gobierno nacional y un 77% no confía en las instituciones de justicia (Semana, 2014). Pese a esto, elección tras elección los partidos políticos pertenecientes a las élites siguen alcanzando altos cargos directivos.

Otro asunto que llama la atención es que, en las encuestas de confianza en las instituciones, las Fuerzas Armadas son a menudo la institución que goza de mayor credibilidad (50% en el 2014), pese a que las mismas se han visto envueltas al menos en la última década en prácticas violatorias de los derechos humanos y en dinámicas internas de corrupción. Este asunto

¹Encuesta realizada por la empresa Ipsos Napoleón Franco, Encomendada y financiada por: Alianza de Medios, RCN Radio, RCN Televisión, La FM y Revista SEMANA.

puede ser comprendido, al menos en parte, por la fuerte campaña mediática que fue creada desde el gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002-2010) para levantar la imagen de las fuerzas militares y crear un fuerte imaginario social en torno a la idea de un enemigo común: la insurgencia.

La contraparte de esto es la fuerte animadversión que en la opinión pública existe no sólo frente a los grupos guerrilleros sino frente a organizaciones sociales, estudiantiles, sindicales y políticas (actores civiles) que reivindican posiciones contrarias a las oficiales y que durante años han sido estigmatizadas en un esfuerzo por crear condiciones para eliminar simbólicamente, cuando no de manera concreta, a los contradictores políticos del *establishment*.

Partiendo de la definición de las instituciones sociales como un conjunto de normas, discursos y formas de hacer las cosas, que dan sentido a la vida social de los individuos (Berger & Luckmann, 2008), podemos afirmar que lo que ha estado en disputa en el conflicto Colombiano tiene que ver, esencialmente, con la definición de cómo debe funcionar la sociedad y el lugar que ocuparían los individuos dentro de ella. De ahí que surjan fanatismos exacerbados por parte de quienes detentan unas u otras formas de concebir la realidad. Esto ha dado lugar a un fuerte proceso de polarización política, entendida como:

el resultado, voluntario o no, de considerar que en el cielo de los intereses públicos o colectivos sólo hay dos puntos fijos, opuestos entre sí y alejados diametralmente el uno del otro, de modo tal que sólo es posible ver uno a la vez y definir el cielo según esa visión única. Curiosamente, para sostener esa visión unipolar, hay que considerar, en todo momento, la existencia antagónica del punto que no se ve (Silva, 2004).

Así, puede afirmarse que en Colombia se ha construido una sociedad que se niega a reconocer el conflicto como parte de la condición humana y que ha negado la posibilidad de crear escenarios para que justamente los conflictos surjan y a partir de ellos sea posible el avance colectivo. Esta situación ha tenido mucho que ver con la forma en que han sido comunicados los sucesos de la guerra y la manera en que han sido presentados los distintos actores que en ella participan, en el discurso público (Medina P., 2015).

Berger y Luckmann (2008), definen la legitimación como un proceso mediante el cual los miembros de una institución social explican y justifican los elementos de su propia tradición a las generaciones posteriores. Teniendo en cuenta esto, en un contexto de guerra se hace necesario que cada uno de los bandos busque legitimarse frente al resto de miembros de la sociedad, para de esta manera poder comunicar su causa como coherente, necesaria y plausible.

Dadas las condiciones de la sociedad actual, los procesos de legitimación, que son procesos comunicativos, requieren de la mediación de las tecnologías para hacer llegar los mensajes necesarios a los miembros de la sociedad. De esta manera, la posibilidad de contar con condiciones materiales para comunicar se convierte en un aspecto crucial. En Colombia la red de instituciones de la que participan el gobierno y la élite económica ha tenido acceso privilegiado a los medios de comunicación, de esta manera han contado con una ventaja clara frente a los grupos opositores para legitimar su causa ante la opinión pública.

Medios de comunicación, política y conflicto en Colombia

En el proceso de los distintos gobiernos colombianos para legitimar su discurso ha jugado en muchas ocasiones un papel fundamental la búsqueda por deslegitimar a la insurgencia. En este sentido, han tenido un papel protagónico los medios masivos de comunicación y sobre todo la televisión, actualmente bajo el dominio casi exclusivo de grupos económicos y familias acaudaladas que tienen influencia y participación en los distintos escenarios gubernamentales, “aunque su papel no pueda ser reducido al de meros productores y transmisores de ideología, es indudable que el entramado de los medios no es ajeno a la difusión de contenidos ideológicos de considerable relevancia” (Fernandez Agis, 2008). De esta manera, ha sido posible que en un gran sector de la población se instauren imaginarios en torno a quiénes son los buenos y los malos en la guerra a través de los contenidos noticiosos, los programas de opinión, las producciones de ficción y la publicidad oficial, que han promovido una sola versión sobre el conflicto, invisibilizando a los actores que están fuera de la institucionalidad.

En este vía, López de la Roche (2009, p. 26) afirma: “Los medios, en la última década en Colombia, antes que un foro plural y abierto de deliberación y de confrontación de distintas opiniones y versiones acerca de nuestros conflictos y de nuestra historia, han tendido a reducir y a cerrar el espectro discursivo y a operar como instancias de dominación y de control político y social de la opinión”.

La creación de imaginarios sobre el conflicto colombiano ha impactado directamente la configuración de poderes políticos nacionales y regionales en Colombia, permitiendo la emergencia de propuestas de talante autoritario y de orientación conservadora como soluciones frente al problema de la guerra y la inseguridad. Esto debido a que cualquier noción histórica sobre el conflicto colombiano ha sido silenciada en los medios de comunicación, fuente primaria de acceso a la información para la población mayoritaria en Colombia. Refiriéndose al caso de la televisión, López de la Roche comenta:

(...)“es a través de este medio que las grandes mayorías construyen sus representaciones acerca de la realidad nacional, sus problemas, dilemas y alternativas, en un país donde la prensa y las revistas semanales de opinión son leídas principalmente por minorías letradas muy restringidas (intelectuales, periodistas, empresarios, funcionarios públicos participantes en la toma de decisiones institucionales, estudiantes universitarios), y donde por lo tanto, las funciones de información y de formación de opinión de las grandes mayorías, las desarrollan hoy fundamentalmente la televisión y el medio radial”(López de la Roche, 2009, p. 26).

Así, se puede observar que el conflicto colombiano se ha peleado más allá del campo de batalla, en el campo de la comunicación. De acuerdo con Bonilla (2002), las confrontaciones armadas no están relacionadas solamente con acciones de violencia organizada y el uso de armamento para derrotar o imponer la voluntad al enemigo, sino con la capacidad de gestionar la esfera pública para establecer un control de significados que permitan imponer una visión de la realidad.

Ahora bien, mientras la cobertura del conflicto armado en Colombia que han hecho los medios de comunicación con mayor audiencia nos muestra un panorama que permite entrever

la creación de condiciones para la polarización política y la legitimación del bando gubernamental, el abordaje del conflicto por parte de los investigadores de la comunicación y de algunas organizaciones de periodistas en la última década permite observar una preocupación distinta por la cobertura de la guerra. Estos estudios han orbitado en torno a tres preocupaciones principales: los riesgos, libertades y garantías para la cobertura del conflicto; las agendas informativas del conflicto y los escenarios emergentes en un eventual escenario de post-conflicto (Tamayo & Bonilla, 2014) y han permitido visibilizar posiciones críticas frente a la labor de los medios y los comunicadores en el conflicto colombiano.

Tamayo y Bonilla (2014) destacan una línea de investigaciones que da cuenta de las maneras en que los actores armados tienen influencia sobre las agendas informativas, esto debido a las estrategias propagandísticas que han desarrollado. En la misma vía, señalan la importancia que ha cobrado Internet en las prácticas comunicativas de los actores armados, debido a que este medio de comunicación les permite no sólo ser fuente de información (periodística) sino emisores.

De otro lado, Tamayo y Bonilla (2014) rastrean una serie de investigaciones que permiten cuestionar la relevancia informativa en la cobertura periodística del conflicto, pues en casos como la desmovilización de las AUC y la masacre de El Salado, las noticias que se difundieron tendían, por su forma y su contenido, a invisibilizar las víctimas y dar prevalencia a las voces oficiales.

En este sentido, se afirma que en Colombia (sobre todo durante el gobierno de Álvaro Uribe Vélez) la comunicación sobre el conflicto contribuyó a la consolidación de una esfera pública “altamente permeada por el clima de opinión y las estrategias comunicativas de los actores políticos y militares con capacidad de vincular simbólica e ideológicamente a la sociedad”(Tamayo & Bonilla, 2014, p. 25).

A partir del año 2008 se da un quiebre en los estudios sobre medios de comunicación y conflicto, como resultado de la “necesidad de vislumbrar, también desde el periodismo, las demandas de la memoria, en especial de las víctimas. Nos referimos a las demandas de verdad, justicia, reparación y no repetición de los hechos violentos, que en este caso se

asumen desde una perspectiva que combina la narración, el periodismo y la comunicación” (Tamayo & Bonilla, 2014, p. 26).

Pese al creciente número de investigaciones sobre la cobertura periodística del conflicto armado, las reflexiones que han llevado a cabo la academia, las organizaciones sociales y gremiales no han llegado a influir significativamente en las prácticas de los medios de comunicación que durante años han tenido una presencia hegemónica en Colombia. Sumado a esto, la investigación de Mendoza y Alzate (2017) da cuenta de que, pese a la complejidad desde la que se puede caracterizar el conflicto colombiano desde las investigaciones académicas, los libros de texto escolares en Colombia sólo incluyen algunas visiones simples del mismo, a saber:

- (a) La “lectura conservadora”: “Colombia es básicamente un país exitoso en circunstancias difíciles y con mala suerte”; (b) La “lectura de la modernización radical/bloqueada”: “Colombia no es un país exitoso debido a que su transición hacia una sociedad moderna se vio bloqueada por el yugo de los dos partidos políticos tradicionales y oligárquicos hasta 2012”; (c) La “lectura de la sociedad dual” : “Colombia tiene una tradición de solidez democrática e institucional paralela a la guerra civil y al negocio de la droga debido a la manera particular como el Estado colombiano se formó históricamente y se relacionó con su territorio y sus ciudadanos (..)” (Mendoza Gómez & Alzate Pedrahita, 2017, p. 224).

Este panorama nos permite vislumbrar que dos fuentes principales para la construcción de la memoria colectiva sobre el conflicto colombiano se encuentran fuertemente limitadas, lo que refuerza la fuerte visión de antagonismo en la sociedad colombiana, situación que dificulta las posibilidades de reconciliación que requiere el post-conflicto.

Internet en la historia política reciente de Colombia

En los últimos años podemos notar que Internet ha tenido un creciente protagonismo en algunas de las cuestiones importantes que en materia política se han suscitado en Colombia. Por ejemplo, en las dos últimas campañas presidenciales ha habido importantes fenómenos

que se generaron, bien a través de Internet, o, como consecuencia de su uso como herramienta de campaña.

Durante las elecciones presidenciales del año 2010 se creó un movimiento de jóvenes denominados La Ola Verde, en apoyo al candidato Antanas Mockus, quien se enfrentó en la segunda vuelta al ex ministro de defensa y candidato del oficialismo Juan Manuel Santos. Este movimiento reivindicaba como principios básicos la lucha por la vida y el repudio a la corrupción, bajo los lemas “toda vida es sagrada” y “no todo vale”. El movimiento de La Ola Verde se generó a partir del intercambio de mensajes y opiniones de jóvenes universitarios a través de Facebook y Twitter durante la campaña, haciendo uso de grupos en Facebook y de hashtags en Twitter como espacios de encuentro virtual en los que se intercambiaron ideas, y se compartieron creaciones gráficas y artísticas que sirvieron como material de campaña. Estos encuentros trascendieron al espacio físico, y los simpatizantes de Mockus se reunieron durante varias semanas, en las principales ciudades del país, para hacer coreografías públicas, regalar flores a los transeúntes y repartir publicidad de campaña.

La candidatura de Mockus ganó popularidad gracias al aire de renovación que representó, involucrando una fuerte iniciativa ciudadana impulsada y materializada en Internet. La participación ciudadana en la creación de iniciativas de campaña, la posibilidad de diálogo entre el candidato y sus simpatizantes y el uso de los nuevos escenarios de Internet como espacio de encuentro, hicieron que se viviera de otra manera el ejercicio de la política. Además, los discursos del candidato y sus seguidores trataron de crear imaginarios sobre los problemas de la sociedad colombiana distintos a lo hegemónico: “toda vida es sagrada” implicaba reconocer que aún los actores armados ilegales debían ser reconocidos como iguales y que la solución negociada al conflicto era la salida más idónea; por su parte, “no todo vale” implicaba una fuerte crítica a las prácticas de corrupción naturalizadas por la sociedad, que hacen posible el establecimiento de poderes mafiosos dentro del Estado colombiano.

Finalmente, Mockus perdió la segunda vuelta de las elecciones por un amplio margen, 27.47% contra 69,13% que obtuvo Juan Manuel Santos. Esto permitió reconocer que, pese al gran impulso de la Ola Verde, en el electorado colombiano todavía persisten prácticas

arraigadas a las formas más tradicionales de hacer política. Los jóvenes de la Ola Verde no pudieron mover la intención de voto de un sector de la población de tendencia conservadora y muchos de ellos ni siquiera pudieron votar, porque eran menores de edad. La campaña de Santos tuvo mucha más presencia en los medios masivos y un gran impulso proveniente de la empresa privada y de la propia presidencia de la república, desde donde se promovió incluso una fuerte campaña de desprestigio hacia Mockus, a quien en diversas ocasiones tildaron de débil e incapaz para asumir las responsabilidades presidenciales.

Durante el primer periodo presidencial de Juan Manuel Santos terminó fracturándose la relación política que mantenía con su antecesor Álvaro Uribe Vélez². En primer lugar, Santos reconoció públicamente que en Colombia existía un conflicto armado, tesis contraria a la sostenida por Uribe Vélez, quien aseguraba que las FARC eran un grupo terrorista que no podía tener estatus político; por tanto, no existía conflicto sino amenaza terrorista. Las declaraciones del presidente tomaron más fuerza cuando se anunció el inicio de los diálogos de paz con el mencionado grupo guerrillero, lo que terminó definitivamente con las relaciones de Santos y Uribe y derivó en que para las campañas legislativa y presidencial del 2014 este último creara su propio partido político, aspirando él al senado e impulsando la campaña de Oscar Iván Zuluaga a la presidencia.

En la campaña presidencial de 2014, que enfrentó principalmente al presidente Santos y a su opositor, el uribista Oscar Iván Zuluaga, el conflicto y los diálogos de paz tuvieron un papel protagónico. La elección polarizó al país alrededor de los diálogos de paz, mientras Santos aspiraba a continuar en el poder para concluir la negociación, Zuluaga propuso en un primer momento terminarla y en un segundo momento replantear las condiciones con las FARC (escenario en el que se podía presumir que el grupo guerrillero abandonaría el diálogo).

² Para este momento Álvaro Uribe, persona sumamente influyente en la política colombiana y de tendencia ultra conservadora, se ha convertido ya en un personaje bastante visible en la red social Twitter. Sus trinos, muchas veces acompañados de imágenes o pequeños clips de video, se caracterizan por su tono agresivo y contestatario frente a las decisiones del gobierno, al que cataloga de “aliado del terrorismo”. Alrededor de la figura de Uribe empiezan a ganar protagonismo otros políticos y líderes de opinión en Internet y se generan grupos en Facebook y hashtags en Twitter con los que se promueve el rechazo violento a las FARC, a los movimientos sociales y a los partidos de izquierda, además de mostrar una abierta oposición a los diálogos de paz.

En mayo de 2014 apareció en el portal digital de la revista Semana un video en el que se muestra una conversación entre el candidato Zuluaga y un hombre que le entrega detalles sobre una estrategia de hackeo que ha implementado para obtener información sobre el proceso de paz que pueda ser usada en beneficio de su campaña. Esto desató un escándalo mediático y el hacker fue capturado a los pocos días por la fiscalía. Numerosos testimonios permitieron saber que este hombre había sido contratado por la campaña *uribista* para hacer un trabajo de espionaje a las delegaciones del gobierno y la guerrilla en el proceso de paz y que tenía un equipo trabajando para obtener datos y generar información que permitieran posicionar a Zuluaga en las elecciones. La intención de Zuluaga y su equipo de campaña era reforzar la idea de que la negociación entre el gobierno y las FARC hacía parte de una estrategia para imponer una agenda comunista y antipatriota en Colombia, presentando a la FARC como un grupo criminal, enemigo de la democracia y al gobierno como su aliado.

La estrategia comunicativa de los movimientos sociales también ha encontrado en Internet una poderosa herramienta para difundir sus reivindicaciones, denuncias y crear comunidades que permiten la acción colectiva. Incluso, el grupo guerrillero de las FARC, en su tránsito a la vida civil ha comenzado a cambiar su estrategia comunicativa, pasando de la radio clandestina y algunas páginas de Internet como la agencia de noticias ANCOL, a tener varias páginas y perfiles en redes sociales como Facebook y Twitter, un canal de Youtube en el que publican videos que cuentan con cada vez mejores condiciones de producción y hasta una agencia de noticias (NC noticias) que cuenta con el apoyo de profesionales que asesoran a los exguerrilleros en la producción de contenidos.

De hecho, Internet ha sido, aún en la época previa a los acuerdos de paz en Colombia, “un campo de lucha política, no armada en medio de un conflicto armado, en donde se juega parte de la lucha por la significación de la guerra misma” (Wiesner Salamanca, 2004, p. 54). Gracias a Internet, el rol de los actores armados deja de ser el de fuentes de información para otros, entre ellos los periodistas, para convertirse en emisores de su propia comunicación, estratégica, planeada e ideológica (Barón, Martínez, Rodríguez y Wiesner , 2002; Cardona y Paredes, 2004, citados por: Bonilla, 2015, p. 72).

En la actualidad, la pluralidad de medios a través de los cuales circulan las principales discusiones del país, crea un panorama distinto al de la época en que los medios masivos de comunicación eran prácticamente el único referente informativo para la ciudadanía. Esto modifica no sólo los canales a través de los que se accede a la información sino la relación que establecen las personas con ésta y, en últimas, las mismas formas de socialización. Así las cosas, el momento político colombiano y la convergencia de los medios masivos de comunicación con las nuevas tecnologías de la información, plantea un escenario que nos permite preguntarnos por los procesos de construcción de imaginarios sobre el conflicto en Colombia y sus actores (civiles y armados). Escenario en el que se desenvuelve la dinámica política colombiana institucional y no institucional.

Queda claro que todos los individuos construyen sus propios imaginarios a partir de los múltiples referentes de los que se alimentan, por esta razón resulta imposible encontrar unanimidad de posiciones políticas en cualquier lugar donde haya un mínimo espacio para el ejercicio del debate y el pensamiento.

En este sentido Internet aparece como un escenario comunicativo en el que aparentemente tiene cabida una mayor pluralidad de voces, en comparación con la casi propagandista campaña comunicativa oficial sobre el conflicto, replicada en su terminología y agenda por parte de los medios de masas y recientemente a través de las redes socio-digitales gubernamentales. Sin embargo, esta posibilidad no necesariamente deriva en una transformación de los discursos y las ideas que tiene la población sobre el conflicto.

La agenda investigativa de la comunicación en Colombia no ha sido ajena a este debate, en la última década han comenzado a aparecer trabajos que analizan las interacciones en plataformas digitales y su incidencia en las cuestiones políticas del país. El trabajo de Rodríguez, Romero y Navarro (2015) analiza, por ejemplo, cómo en el escenario del proceso de paz Twitter fue un medio de comunicación en el que quienes eran contrarios a los diálogos promovieron un ambiente de polarización, mientras quienes estaban a favor de la salida negociada al conflicto apelaron a una forma de comunicación en la que podían reconocer la existencia y legitimidad de los diferentes bandos en conflicto.

Varios autores coinciden en que el protagonismo que ha tomado Internet en la nueva ecología mediática permite hablar de la existencia de una esfera pública virtual (Magnoni & Camargo, 2017; Said-Hung & Luquetta-Cediel, 2018). Sin embargo, es claro que las potencialidades que tiene Internet, como medio de comunicación *horizontal*, prácticamente son desaprovechadas por los *usos sociales* que se le dan a las distintas plataformas.

De acuerdo con Noguera (Citado en Said-Hung & Luquetta-Cediel, 2018, p. 136) no debe confundirse la conectividad que permiten los actuales escenarios digitales con participación ciudadana efectiva. .En este sentido, la investigación de Said-Hung y Luquetta-Cediel (2018) deja ver cómo en algunas comunidades de interés, creadas en Facebook alrededor del proceso de paz en Colombia, los usos más comunes tienen que ver con las reacciones (me gusta, me entristece, me enfurece, etc.) y compartir las publicaciones de terceros: otros usuario o sitios web informativos. Además, en algunos de los grupos el contenido que se publica es filtrado por los administradores de las páginas de acuerdo con sus propios “criterios editoriales”. Con esto, se evidencia que pese a las potencialidades que provee Facebook como plataforma (por ejemplo, su sección de comentarios en la que es posible que se generen discusiones) los usuarios se limitan a unas pocas modalidades de interacción que no aportan mucho al debate público. Además, si se tiene en cuenta que los propios autores mencionan como en cada grupo se privilegia la publicación de contenidos afines a su propia ideología, vemos como la socialización en plataformas digitales puede favorecer el reforzamiento de posiciones políticas previamente elaboradas (Said-Hung & Luquetta-Cediel, 2018).

Resulta interesante poder analizar el impacto que están teniendo los contenidos que circulan en Internet y los distintos tipos de socialización que permiten las plataformas digitales, como escenarios de intercambio político y formación de opinión.

Post conflicto y tránsito de las FARC a la vida civil

Luego de que el 24 de noviembre de 2016 se firmara el acuerdo final entre el gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC, comenzó el proceso para que este movimiento diera su paso a la vida civil y a la política institucional. El proceso ha incluido hasta la fecha la concentración de los excombatientes en zonas especiales que cuentan con la vigilancia de

organismos internacionales, la entrega de armas y material explosivo a una comisión de la ONU, la consolidación de las FARC como movimiento social y finalmente la creación de su partido político, que tendrá presencia en el congreso de la república bajo una jurisdicción especial y podrá presentar candidatos a diferentes elecciones populares en Colombia.

Dentro del texto final del acuerdo de paz se establecen mecanismos para la participación política y la incorporación a la vida civil, que contienen las normas para la participación de las FARC como partido político, garantías para el ejercicio de la oposición y un apartado específico que aborda la participación ciudadana en medios de comunicación como una condición para la construcción de una sociedad más democrática. Este último apartado señala:

“en un escenario de fin del conflicto, los medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales, contribuirán al desarrollo y promoción de una cultura de participación, igualdad y no discriminación, convivencia pacífica, paz con justicia social y reconciliación, incorporando en sus contenidos valores no discriminatorios y de respeto al derecho de las mujeres a una vida libre de violencias” (“Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”, 2016).

Producto de esto ha surgido una dinámica reciente de organización de las FARC como movimiento social y partido político, tomando el nombre de Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, conservando su acrónimo, pero distanciándose de la alusión a la lucha armada en su denominación.

Dentro de las acciones que ha desarrollado dicho movimiento está el establecimiento de una forma distinta de comunicarse con la población. Desde la clandestinidad las posibilidades que tenían las FARC de comunicarse con la sociedad colombiana estaban reducidas a la cobertura noticiosa que recibían y a unos pocos medios de comunicación gestionados desde la clandestinidad.

El movimiento social de las FARC ha buscado hacer uso de las plataformas digitales para presentarse ante la sociedad colombiana como un colectivo que ya no hace uso de las armas.

Para esto se han creado una página web y varios perfiles en Facebook y Twitter de los dirigentes de la organización, además de varias “fan page” en Facebook con contenidos temáticos (como es el caso de la página llamada Mujer Fariana) y una agencia de noticias llamada NC (Nueva Colombia) noticias, que difunde sus producciones vía YouTube y Facebook.

Esta estrategia tiene que ver, por un lado, con la importancia que han ido ganando las redes digitales en la dinámica de la comunicación política y, por otro, con las limitaciones en acceso a recursos que hacen de estas redes un medio atractivo pues requiere de una pequeña inversión y llega a un gran sector de la población.

[Internet]la red mundial de computadores, pasó a ofrecer variedades crecientes de informaciones, con bajos costos para la participación virtual, tanto política como cultural, al visibilizar canales de comunicación para que los diferentes segmentos sociales se involucren en la discusión pública, a partir del intercambio de e-mails, chats y grupos electrónicos de discusión (Magnoni & Camargo, 2017, p. 425).

De esta forma, podemos plantear que la comunicación política de las FARC en sus plataformas digitales, busca una incidencia sobre la esfera pública. De acuerdo con Pérez Arce (2017) la esfera pública se constituye en una red comunicativa en la que diversos contenidos se van entrelazando y tomando prominencia. Esto implica que la esfera pública se constituye como un espacio de debate político en el que confluyen mensajes que provienen de diversas fuentes, pero en la que algunos (o alguna orientación en particular) prevalecen. Como grupo legal este asunto viene a tomar una importancia manifiesta para las FARC, en la medida que su lucha ideológica ahora será llevada a cabo estrictamente mediante estrategias discursivas.

Las investigaciones sobre comunicación y conflicto armado en Colombia han privilegiado el análisis de medios como la televisión, la radio y la prensa, dejando ver el fuerte peso que tienen los conglomerados económicos y las campañas estatales en la difusión de una versión del conflicto social y político colombiano parcializada hacia los actores estatales. Sin embargo, es necesario que se amplíe el campo hacia el análisis de los medios de

comunicación digital, dado que éstos crean nuevas condiciones, no sólo para la producción y circulación de la información sino para la socialización de las personas y la creación de comunidades virtuales en las que se comparte información y denuncias, y se generan debates y discusiones. Este es un panorama nuevo para la acción política, pues Internet se ha convertido no sólo en una herramienta informativa y comunicativa sino en toda una plataforma de acción. La cultura de la convergencia es un escenario en el que la creación colectiva toma una gran importancia y esto suscita cambios no solamente técnicos, sino subjetivos.

El post conflicto requiere que los medios y las dinámicas comunicativas configuren una realidad social que favorezca la reconciliación nacional. El éxito o el fracaso de un proceso de paz depende en gran medida de las estrategias comunicativas que se generen tras la firma de los acuerdos de paz (Rodríguez, Romero, & Navarro, 2015).

De esta forma, Clemencia Rodríguez (2015) plantea la necesidad de construir una comunicación para la paz, en la que sea posible que la sociedad se reconcilie y construya una memoria colectiva sobre lo acontecido en el pasado, para dar forma y resignificar las experiencias del conflicto. En este sentido resulta útil analizar los mensajes emitidos actores políticos durante el post conflicto.

Tamayo y Bonilla (2014) señalan la necesidad de que el periodismo pueda promover una visión amplia de la barbarie de la guerra, contribuyendo al esclarecimiento de la verdad y dándole la voz a las víctimas.

“Los medios de comunicación y la sociedad civil desempeñan un papel fundamental en los procesos de justicia transicional, no sólo porque contribuyen a develar la verdad que otros mantuvieron oculta, sino por su labor de contextualización y seguimiento de los hechos”(Tamayo & Bonilla, 2014, p. 27) .

Una ruta conceptual

El presente capítulo contiene una propuesta de ruta conceptual para el análisis del fenómeno de opinión pública en el contexto del intercambio de mensajes políticos, sobre el conflicto armado, en Colombia. Se comienza por un abordaje general del conflicto como cuestión presente en disciplinas variadas como el psicoanálisis, la filosofía y la ciencia política; posteriormente se aborda el tema del postconflicto como momento de transición en la resolución de conflictos bélicos.

En las partes siguientes se abordan conceptos relacionados con la comunicación digital y en particular lo concerniente al cruce entre la comunicación política y los medios digitales, como las llamadas redes socio digitales.

Finalmente, se aborda el tema de la deliberación política como elemento clave para entender las lógicas de intercambio de mensajes y construcción de opinión pública en escenarios digitales.

Conflicto y post conflicto

El presente trabajo se ubica en el marco de lo que se denomina el periodo del postconflicto en Colombia. Dicho periodo corresponde al proceso político que se dibuja tras la firma del acuerdo de paz entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en el año 2016. No obstante, entender el post conflicto requiere en un primer momento desarrollar una definición de lo que es el conflicto.

De acuerdo con Sampson (2002) el conflicto, la agresividad y la violencia son propios de la condición humana, sin embargo, no puede afirmarse la existencia de un carácter animal o instintivo del que éstos se deriven. Más bien, las tensiones propias del psiquismo humano son las que derivan en la conflictividad: “La formación de toda identidad humana, de todo ‘yo’, conlleva simultáneamente la constitución de ‘otro’, el prójimo, con el cual la relación es siempre tensa y conflictiva” (Sampson, 2002).

Partiendo de esto es viable considerar que, si bien el conflicto es una fuerza movilizadora de las relaciones sociales, no necesariamente debe derivar en agresión o violencia directa. Muy

por el contrario, las instituciones sociales dan fe del esfuerzo histórico de la especie por canalizar esta fuerza y conducirla hacia caminos que garanticen cierta estabilidad. Justamente, el orden simbólico cultural se encarga de la regulación de la agresividad humana y abre la posibilidad de que los seres humanos desarrollen o no conductas agresivas o violentas a pesar de la tendencia de la especie al conflicto (Sampson, 2002). Así, el conflicto puede ser inherente a la sociedad, pero la guerra es sólo una de sus posibles manifestaciones (Hueso García, 2000).

Entre tanto, para Silva García (2008) los conflictos son inherentes a las sociedades humanas, definiéndolos como las situaciones de disparidad que llevan a determinados grupos a entrar en disputa por intereses o valores. Producto de estas disputas pueden surgir nuevas representaciones sobre el mundo y nuevas correlaciones de fuerzas. Así, el conflicto no es sólo algo inevitable, sino que además no puede definirse en sí mismo como algo indeseable, en la medida que permite el avance de las sociedades.

El conflicto social implica una relación de divergencia entre actores que están en pugna por valores o intereses o, más frecuentemente, por una combinación de ambos, en la medida que a una lucha de intereses subyacen con mucha frecuencia valores distintos. Dicha divergencia se desarrolla en un proceso de interactividad recíproca entre los actores, en la que las acciones de uno tienen consecuencias sobre las del otro (Silva García, 2008).

Así, los conflictos sociales pueden tomar múltiples formas, en función de los recursos que se usen para librarlos y del sentido subyacente a la disputa. De esta manera, un conflicto puede implicar desde el desarrollo de acciones meramente discursivas, en las que se pretende incidir sobre las concepciones de otros a través del lenguaje, hasta acciones directas en las que se bloquea el espacio del otro y que pueden derivar en violencia. “La gestión de la violencia y el conflicto es un aspecto universal con el que han tenido que lidiar los seres humanos en su evolución hacia mayores grados civilizatorios” (Guerra Manzo, 2013, p. 141).

Siguiendo la tesis de Norbet Elias, Guerra Manzo (2013) plantea que si bien la violencia y la agresión son propios de la condición humana, a lo largo de la historia han sido muchos los esfuerzos por crear procesos “civilizatorios” que permitan domesticar la tendencia a la

agresión para conducirla hacia una institucionalidad que garantice la coexistencia de los seres humanos como grupo, dicha coexistencia es por demás necesaria para el desarrollo de procesos sociales colectivos, sin los cuales sería impensable el estado actual de las distintas sociedades.

El conflicto armado colombiano ha puesto en pugna por varias décadas a distintos actores militares, estatales y no estatales oficiales e irregulares. Dentro del mismo han participado ejércitos con orientaciones políticas de izquierda, así como las fuerzas armadas del Estado y grupos paramilitares ilegales.

Los grupos insurgentes tienen su origen en movimientos campesinos que en la primera mitad del Siglo XX padecieron la llamada época de la violencia, en la que los militantes de los dos partidos políticos de la época, Liberal y Conservador, se enfrentaron cruelmente por el poder del Estado, proceso en el que sobre todo los campesinos liberales tuvieron que agruparse en milicias que les permitieran reclamar propiedad sobre la tierra y defenderse de la hegemonía conservadora que usó el aparato militar del Estado para eliminar la disidencia. Los campesinos liberales posteriormente se agruparían con sectores comunistas dando paso a la creación de las FARC-EP, movimiento armado que se desmovilizaría en 2016, tras casi 50 años de actividad de guerra. Así, el conflicto colombiano es un fenómeno multicausal y que tiene gran complejidad en la medida que involucra aspectos económicos, políticos y culturales.

El conflicto armado en Colombia obedece a dinámicas políticas, económicas y sociales de carácter estructural, que generan un número significativo de víctimas marginadas históricamente de la acción política, la redistribución de los recursos económicos y los procesos de integración de las políticas sociales propuestas por el Estado (Pérez, 2011, p. 132).

Así las cosas, no se puede considerar que la firma del proceso de paz signifique la superación del conflicto social y político colombiano, por un lado, debido a la multicausalidad de éste fenómeno. El paso a la vida civil de las FARC significa el fin del ejercicio de la violencia

directa por parte de éste grupo, sin embargo, los problemas económicos y sociales en Colombia siguen existiendo.

De otro lado, si tomamos en cuenta la naturaleza conflictiva que constituye a toda sociedad y que el conflicto no es algo que pueda suprimirse, ni en el psiquismo ni en las relaciones humanas, el postconflicto debe entenderse, no como la terminación del conflicto en sí mismo, sino como una alternativa para tramitar la divergencia entre actores sociales, ya no por la vía armada sino a través de mecanismos no violentos.

En este sentido, el concepto de post-conflicto resulta semánticamente engañoso, pues no se trata de un periodo de desaparición del conflicto dentro de la sociedad, sino de la suspensión de la violencia entre actores que, producto de una negociación, decidieron crear mecanismos para su trámite por vías legales e institucionales.

Así, puede afirmarse que la etapa de posconflicto, en las sociedades que han atravesado por situaciones de conflicto interno, dictaduras o guerras, es un momento en el que deben crearse condiciones para la reconstrucción, la reconciliación y la resolución (Hueso García, 2000).

En este orden de ideas, la reconstrucción implica que se reparen los daños causados por los actores involucrados. Esto va más allá de un simple arreglo material de infraestructura (Hueso García, 2000), implica la aplicación de medidas de justicia que permitan el resarcimiento de las víctimas, lo que podría implicar el establecimiento de penas especiales para los victimarios, la celebración de actos simbólicos y la reparación económica o material.

Ahora bien, este abordaje nos permite establecer que el periodo del post conflicto requiere de acciones en lo comunicativo que permitan la visibilización de distintos actores del conflicto colombiano, como las víctimas y los sectores políticos excluidos históricamente, y la creación de condiciones para su reconocimiento efectivo dentro de la sociedad.

Postconflicto y justicia transicional

El término postconflicto puede definirse a partir de su naturaleza compuesta. De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, en primer orden, el prefijo post significa después de. En segundo lugar, conflicto es definido como: combate, lucha, pelea o enfrentamiento

armado. En este orden de ideas puede entenderse postconflicto ante todo como un momento, posterior, a una situación de enfrentamiento entre partes.

En este sentido, llama la atención el carácter transitorio del término, que se designa como un estado posterior a la finalización de una confrontación, cuya acotación depende, bien de la aparición de un nuevo conflicto, bien de un proceso de normalización de las relaciones sociales. El postconflicto es un estado de transición en una sociedad que atravesaba por una situación de conflicto armado, hacia la búsqueda de condiciones que garanticen la resolución de dicho conflicto y la consecución de la paz.

Aunque la terminación de una confrontación entre los actores armados en conflicto es un factor indispensable para conseguir la paz, no es el único. Existen otras acciones que le corresponden a distintos actores sociales. (Marín Cortés & Quintero Jurado, 2018). Estas son las acciones tendientes a construir relaciones de confianza en una sociedad que ha sido fragmentada por el conflicto armado, lo que ha derivado, como se ha mencionado anteriormente, en una profunda polarización política.

Según Marín Cortés y Quintero Jurado (2018) en Colombia uno de los significados atribuidos a la paz corresponde con que ésta resulta algo posterior a los acuerdos entre el gobierno y la guerrilla y es deber de la sociedad en conjunto construirla. La paz es algo que se construye, que no está dado y mucho menos acabado (Marín Cortés & Quintero Jurado, 2018, p. 125).

El diálogo como encuentro para el cambio y el aprendizaje, en el que se establecen acuerdos que demarcan condiciones para relacionarse en el futuro, es un proceso basado en la confianza. La confianza en el diálogo está puesta sobre la voluntad de los actores y sobre el cumplimiento de lo acordado a lo largo del tiempo. La confianza, entonces, no es posterior a los acuerdos, sino que constituye un sentimiento intrínseco para que las partes que están en conflicto decidan dialogar (Marín Cortés & Quintero Jurado, 2018, p. 128).

Ahora bien, dado el carácter transitorio del postconflicto y la necesidad que se establece de que distintos sectores de la sociedad establezcan y desarrollen acciones con miras a la construcción de escenarios de paz posteriores las confrontaciones, la denominada justicia

transicional cobra importancia como una de las principales medidas a desarrollarse en escenarios de postconflicto.

La referencia a la justicia transicional aparece en el acuerdo de paz bajo la forma de Jurisdicción Especial para la Paz, en adelante denominada como JEP.

Como primer numeral del apartado de la JEP, aparece la referencia a la Corte Interamericana de Derechos Humanos en la que se cita un fallo de 2012 aplicado para el conflicto armado de El Salvador; en este se alude a que “La paz como producto de una negociación se ofrece como una alternativa moral y políticamente superior a la paz como producto del aniquilamiento del contrario. Por ello, el derecho internacional de los derechos humanos debe considerar a la paz como un derecho y al Estado como obligado a alcanzarla” (“Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”, 2016, p. 143).

En este sentido, se consagra el fundamento y la necesidad de aplicar medidas que garanticen la paz y la no repetición de la violación de los derechos humanos en un sentido prospectivo aludiendo a que una comunidad política tiene carácter trascendente en el tiempo y aquellas medidas que se toman en un momento dado repercuten en las generaciones posteriores.

De acuerdo con Gómez Sánchez (2013), el estudio de la justicia transicional requiere un marco analítico que trascienda las concepciones jurídicas e institucionalistas, en la medida que implica algo más que el diseño de mecanismos legales para dar trámite a las demandas de justicia que vienen con la terminación de un conflicto bélico o la instauración de un régimen democrático. De esta forma, en el escenario de un postconflicto y en la implementación de la justicia transicional entran en tensión el campo político y el jurídico y se da una intensa lucha entre actores sociales por la definición de sentidos en torno a la vida social, más allá de la suscripción de marcos jurídicos especiales o de la celebración de pactos de paz.

Estas tensiones, pueden manifestarse bien a partir de las diferencias entre las necesidades políticas percibidas por distintos actores y los valores normativos de justicia existentes; o a

partir de las diferencias entre las demandas de grupos poderosos frente a las de grupos subordinados (Gómez Sánchez, 2013).

La justicia transicional es un espacio de disputa en el que diferentes actores, con diferentes intereses, discursos y recursos, luchan alrededor de la conceptualización, el diseño y aplicación de mecanismos orientados a promover la paz y responder a las demandas de justicia, en el contexto de una transición política (Teitel, 2000; Hagan y Levi, 2005; McEvoy, 2008, citados por Gómez Sánchez, 2013).

Así pues, Gómez Sánchez (2013) plantea la necesidad de un abordaje crítico de la justicia transicional desde los análisis en ciencias sociales, para esto propone un abordaje “desde abajo” que, como se mencionó, trasciende las perspectivas legalistas e institucionalistas, pero que además tome como punto de referencia las acciones ejercidas por actores no institucionales y que sirven como medidas de justicia en escenarios de transición. De esta forma, y en la vía de los intereses del presente estudio, se asume a la justicia transicional como un escenario en el que se construyen y ponen en marcha marcos normativos que pretenden dar solución a las demandas políticas y jurídicas de las situaciones post bélicas, pero es fundamental hacer hincapié en que dichos procesos están atravesados por procesos de negociación de significados entre actores; en estos, la comunicación es un factor fundamental.

Finalmente, resulta útil considerar, de acuerdo a lo planteado por Marta Gil Blasco (2018), que en relación con la justicia transicional los distintos actores involucrados en un proceso de paz asumen posturas diversas en función de su ideología, intereses, situación histórica, etc. Estas diferencias son evidencia de la tensión que significa- en un escenario de postconflicto- la contraposición entre la exigencia de que haya justicia y la necesidad de alcanzar la paz.

Gil Blasco (2018) traza una tipología que permite ver posturas encontradas en lo relacionado con la aplicación de castigos a los victimarios y en el énfasis de las instituciones en trabajar por vislumbrar los hechos acontecidos en el pasado o concentrarse en el proceso de reconciliación a futuro.

Así, define las concepciones de justicia transicional como retributivas cuando el énfasis se pone en la aplicación de castigos a los victimarios y restaurativas cuando el énfasis se pone en que se creen medidas de reparación moral y material para las víctimas. De igual manera, plantea la existencia de posturas retrospectivas que implican la concentración de las instituciones por visibilizar los hechos ocurridos durante el periodo de guerra y prospectivas cuando el énfasis se pone en crear medidas que permitan la reconciliación a futuro.

Si bien en la práctica estas posturas pueden aparecer de manera híbrida entre los actores políticos, resulta útil su uso en términos analíticos para efectos de analizar cuáles son las posiciones que predominan en los mensajes de cada actor.

Internet y Comunicación Política

El encuentro entre la política y las tecnologías digitales de la información tiene relación con la ideología democrática que resalta la necesidad de que exista una ciudadanía informada, crítica y atenta a las decisiones de sus gobierno (Arcega Escobedo, 2012).

Con frecuencia se alude, desde posturas optimistas, a que la interacción que permiten las redes socio digitales facilita el planteamiento de discusiones, en las que los usuarios pueden participar con relativa sencillez. Aún más, se alude a que el carácter global de Internet facilita que en estas discusiones se encuentren personas provenientes de distintos lugares y portadoras de distintas posiciones, lo que aparentemente garantizaría una mayor pluralidad de voces en el intercambio. Se presume que la posibilidad de que diversas voces se encuentren dará paso a una política más horizontal, más incluyente y con mayor participación. Las características de la interacción vía web y las posibilidades que ésta inaugura crean un contexto para el surgimiento de nuevas formas de ejercicio político -en las que cambia la relación entre las instituciones y los ciudadanos- y para el surgimiento de una nueva clase de movimientos sociales que usan Internet como espacio de discusión y organización.

El surgimiento de la Internet 2.0 posibilita que los usuarios cambien su relación con los medios, esto gracias a que las características de este tipo de red permiten que puedan acceder a información sobre casi cualquier tema, interactuar con otros usuarios en línea,

comprometerse con una participación activa y generar dinámicas de movilización que pueden trascender el ámbito de lo digital (Muñiz, Dader, Téllez, & Salazar, 2016).

En este sentido, es necesario replantear el esquema canónico de la comunicación, en el que la relación entre el emisor y el receptor es prácticamente unidireccional, pues en Internet las “masas” se auto-organizan y construyen redes de comunicación a través de la denominada auto-comunicación de masas (Castells, 2009). De igual forma, la relación que establecen las instituciones políticas con la ciudadanía se replantea a partir del surgimiento de plataformas en las que la interactividad da paso a que los ciudadanos puedan intercambiar mensajes con los políticos para manifestar quejas, hacer propuestas, apoyar iniciativas, etc.

Desde posturas menos optimistas puede reconocerse que la comunicación digital no deriva únicamente en ventajas para la organización social. El surgimiento de la comunicación vía Internet ha creado una nueva ecología de medios (Bonilla, 2015) en la que se configuran nuevos roles de participación en la generación y la recepción de información. Esto crea, aparentemente, condiciones para la construcción de sociedades más democráticas, sin embargo, el empoderamiento de los actores sociales depende del uso que puedan dar a la tecnología (Magnoni & Camargo, 2017). En este sentido, se abre el debate sobre si Internet propicia una mayor visibilidad de distintas reivindicaciones políticas en comparación con lo que ocurría en la época de predominancia de los medios masivos de comunicación o si, por el contrario, la comunicación digital perpetua la correlación de fuerzas políticas. O aún más, si Internet es un espacio en el que se profundizan las desigualdades de visibilidad debido la manipulación de la opinión pública que puede hacerse a través de estrategias como la creación de perfiles falsos y la circulación de las llamadas *fake news*.

Lo cierto es que en el mundo contemporáneo es necesario tomar en cuenta el papel de las tecnologías digitales en la vida cotidiana de las personas y en el funcionamiento de las instituciones sociales. De acuerdo con Levy (2007) las culturas son resultado de un entramado socio-técnico-cultural, haciendo énfasis en que lo tecnológico, lo simbólico y lo social son componentes no dissociables del sistema completo. Su separación se da, según el autor, como una especie de ficción intelectual:

no hay propiamente prácticas o sistemas puros, o sea, que correspondan a un único medio cultural, sino que toda práctica cultural es híbrida, al estar, de un modo u otro, mediada y condicionada artefactualmente, estabilizada e interpretada simbólicamente, articulada y realizada socialmente y situada ambientalmente (Medina en, Lévy, 2007, p. XII).

Diferentes sistemas sociales y culturales surgen y se transforman a partir de la mediación de distintos medios tecnológicos (Medina en, Lévy, 2007, p. XVII). En este sentido cobra importancia el concepto de *mediación* definido por Martín Barbero (1991) como el proceso mediante el cual las personas construyen y se apropian de significados y sentidos a partir de los mensajes que circulan en los diferentes soportes materiales. Estos significados sin duda tienen repercusión en las estructuras sociales, el sistema se completa.

Una de las características de la denominada *cultura digital* es la aceleración de los procesos de circulación de información, reconfiguración de significados y movilización de colectivos por la vía de la denominada auto organización (Toret et al., 2013). “La rapidez de la transformación es por sí misma una constante –paradójica- de la *cibercultura*” (Lévy, 2007, p. 12).

los rápidos procesos de innovación desencadenados por las TIC digitales han transformado radicalmente, junto con los sistemas, los colectivos y las dinámicas de la información y la comunicación, también las formas de conocimiento e investigación tecno- científica (Medina en, Lévy, 2007, p. XVII).

En este sentido Scolari (2008) plantea que la comunicación digital tiene como centro a la interactividad, entendida como la capacidad de los usuarios de las interfaces comunicativas para comunicarse entre usuarios y con máquinas. Esta interactividad trae consigo las siguientes características para la comunicación:

- En primer lugar, ya no es posible hablar de públicos o espectadores de mensajes sino de usuarios, quienes tienen un cierto grado de control sobre la selección de la información a la que acceden. Además, los medios digitales ofrecen a los usuarios distintos niveles de actividad.

- Los usuarios invierten más tiempo y esfuerzo en la selección de la información que les interesa, si se compara con la dinámica de los medios masivos de comunicación.
- La interactividad está asociada al diálogo, entre el usuario y la máquina, en la medida que ésta tiene la capacidad técnica para proveer respuestas de distinto orden; y entre usuarios, a través de la mediación de las tecnologías.
- La comunicación digital provee cierta facilidad a los usuarios para generar información, lo que en algunos casos difumina la diferencia entre emisor y receptor.
- Los nuevos medios pueden promover la comunicación interpersonal, sin que esto signifique que no favorezcan igualmente a la comunicación masiva.

Finalmente, resulta valioso poder pensar desde la comunicación digital la dinámica de intercambio de mensajes políticos y la consecuente formación de preferencias, que tienen lugar en el contexto de la *cibercultura*. Las nuevas dinámicas de interacción y difusión de mensajes dan pie a que estos procesos se modifiquen y es necesario que se examine de qué manera se está dando la comunicación política en este terreno.

Internet como tecnología cívica

En los últimos años la sociedad civil ha empezado, primero en los países con mayor acceso a la tecnología, un proceso de exigencia de mayor transparencia en el manejo de información por parte de las instituciones del Estado; al tiempo han empezado a surgir demandas de apertura de nuevos espacios de participación sobre todo en función del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Las tecnologías cívicas aparecen en este contexto como herramientas, plataformas y dispositivos que permiten la resolución de problemas de la ciudadanía y abren nuevos espacios para la interacción entre las instituciones y los ciudadanos y para la participación en asuntos públicos (Sánchez Duarte, Bolaños Huertas, Magallón Rosa, & Caffarena, 2015).

Tradicionalmente los movimientos sociales dependieron de la intermediación de las estructuras de medios de comunicación tradicionales. Dicha intermediación estaba, y sigue estando, atravesada por relaciones de poder en las que aparecen conglomerados económicos y grupos con intereses políticos que pueden llegar a interferir en que las organizaciones

contra-hegemónicas puedan diseminar sus mensajes. Tomando en cuenta que, aquellos asuntos que ganan visibilidad en los medios son más fácilmente atendidos por los gobernantes, la existencia de relaciones de interés mutuo entre las instituciones gubernamentales y los medios de comunicación constituye, en muchos casos, una barrera para la visibilidad de los movimientos sociales emergentes.

En este sentido, los medios de comunicación digitales (blogs, webs, redes sociales, plataformas y apps) aparecen como una alternativa para éstos movimientos al permitirles usar otros canales para ganar visibilidad en la esfera pública. No obstante, los medios masivos siguen ocupando un papel preponderante, aunque con cambios en las lógicas de discusión y posicionamiento de temas. Las nuevas lógicas de interacción y producción de información hacen que los medios deban empezar a cambiar la forma en que generan noticias y aquello que sacan a la luz.

En este escenario, y de manera especial en los medios digitales, han aparecido espacios destinados a campañas y demandas ciudadanas que sustituyen en parte la intermediación de los medios e innovan en los temas sobre los que reparar. La ciudadanía desarrolla procesos cooperativos de información, impulsando campañas que más tarde se convertirán en noticias, proporcionando datos como materia prima a las informaciones, enviando fotos y audios o fabricando mapas colaborativos de denuncia (Sánchez Duarte et al., 2015, p. 195).

El debate sobre si las tecnologías digitales favorecen o no la participación política es tema todavía de discusión, con polos opuestos que van desde la denuncia de la banalización de las discusiones públicas y la entronización del entretenimiento en una sociedad del espectáculo, hasta quienes consideran que las tecnologías son verdaderas herramientas potenciadoras y generadoras de cambios sociales.

Un punto intermedio dentro de esta discusión nos ofrece una perspectiva atenuada en la que la participación política es susceptible de mejorar en escenarios donde intervienen las tecnologías digitales, pero con variables intermedias como la motivación, el capital social e incluso la pertenencia a organizaciones políticas en los offline, véase (Blanco Sampedro &

Resina de la Fuente, 2010; Borge, Cardenal, & Malpica, 2012; Gil de Zúñiga, Jung, & Valenzuela, 2012).

Esta postura lleva entonces a plantear la transformación del espacio público, entendido como el espacio en el que se discuten los aspectos de interés general para un grupo social y, como concepto concomitante, de la opinión pública.

La opinión pública puede entenderse desde dos dimensiones: por un lado, la opinión pública como agregación de opiniones individuales y por el otro la opinión pública como resultado de la discusión y el encuentro de distintas posiciones mediante la conversación pública (Bourdieu, 1984 , citado por Blanco Sampedro & Resina de la Fuente, 2010).

En el caso de la agregación destaca la facilidad con que esta puede verse conducida mediante el uso de recursos económicos y publicitarios llevando a la conformación de opiniones mayoritarias mediante la influencia o la coacción. De otro lado, la opinión pública discursiva es más difícil de conducir, pues se desarrolla en distintos escenarios donde las personas son quienes intercambian ideas y forman consensos relativos.

Para situarse desde la idea de una democracia deliberativa es necesario considerar la relevancia de la segunda definición, no obstante, la evidencia de que ambas formas de ejercicio de la opinión pública coexisten en el funcionamiento de la sociedad.

Un concepto concomitante al de opinión pública es el de esfera pública, entendida como el lugar (simbólico) donde se forma la opinión pública: «un espacio de discurso, institucional o geográfico, donde la gente ejerce de ciudadano accediendo —de forma metafórica— al diálogo sobre las cuestiones que afectan a la comunidad, a la política en su sentido más amplio» (Blanco Sampedro & Resina de la Fuente, 2010, p. 149).

La definición de esfera pública permite pensar en la diversidad de lugares en los que se puede generar opinión pública y enfatizar en que no puede entenderse ésta como un discurso único y generado en un solo lugar. Así las cosas, puede plantearse la existencia de una esfera pública central y esferas públicas periféricas. Siendo la primera portadora de un discurso hegemónico y gestionada a través de canales de comunicación institucionalizados que buscan dotar de legitimidad dicho discurso. Por su parte, las esferas públicas periféricas pueden hacer

uso de otros medios de comunicación y legitimación y a menudo construyen discursos contra hegemónicos en la medida que permiten la deliberación de personas de distintos contextos y la puesta en escena de sus creencias y necesidades. Por último, las esferas periféricas pueden incidir sobre la esfera central, haciendo que ésta tenga un mayor grado de apertura y favoreciendo la democratización de la sociedad.

Internet da un impulso para que algunas esferas públicas periféricas puedan incidir sobre la esfera pública central, como medio su arquitectura permite justamente que los distintos discursos puedan circular sin una mediación institucional que lo obstaculice. Sin embargo, es necesario desarrollar una postura crítica que permita reconocer que también la internet es un espacio donde confluyen intereses políticos y dinámicas mercantiles, además de lógicas comunicativas que pueden tender a favorecer la creación de guetos de opinión y de burbujas de filtro.

Así las cosas, es necesario que la acción ciudadana permita la apropiación de internet como escenario de intercambio de opiniones y deliberación política como posibilidad de gestionar esferas públicas alternativas que hagan frente a los discursos hegemónicos.

Actualmente no es posible pensar en que existe un único espacio ni un único público en la formación de la opinión pública. Bien vale la pena considerar, además, las implicaciones que tienen aspectos económicos y políticos en la accesibilidad de distintas personas a la opinión pública.

Deliberación política

“La ‘deliberación’ es una forma de debate cuyo objetivo es cambiar las preferencias que permiten a la gente decidir cómo actuar. La deliberación es ‘política’ cuando lleva a una decisión que compromete una comunidad” (Przeworski, 2001, p. 183)

La discusión es una forma de deliberación que se caracteriza por tener como objetivo “persuadir a otros del valor de las propias opiniones” (Gambetta, 2001, p. 36); ésta forma parte de un conjunto de estrategias para la toma de decisiones en las formas democráticas de organización, en el que podemos incluir también a la negociación y la votación. El elemento

central que distingue a la deliberación de las otras dos tiene que ver con su carácter racional, que lleva a que éste mecanismo, además de permitir tomar decisiones en las que se incluye la postura de las partes involucradas, favorezca el avance del colectivo, en la medida que la argumentación racional permite el cambio de posturas y la asunción de nuevas posiciones. En términos ideales la deliberación debe conducir al consenso, resultado de la consideración de todas las ideas enfrentadas y transformadas por vía de la discusión.

Sin embargo, es más común que en los estados llamados democráticos (y en la vida cotidiana) las decisiones se tomen por vía de los otros dos mecanismos mencionados. Esto se debe a que, en muchos casos, la deliberación resulta muy poco económica frente a la votación, en la que la mayoría puede imponer su voluntad sobre la minoría, o la negociación -de intereses- en la que un grupo está dispuesto a ceder algunas de sus pretensiones a cambio de obtener otras.

El mismo autor llama la atención sobre la tendencia de las personas en algunas culturas a inclinarse en las conversaciones por anular la palabra del otro y dar por sentado que ya saben todo acerca de un tema. Esto según Gambetta (2001) está relacionado con la tendencia a mantener la postura de que el terreno del conocimiento es holístico y que por tanto, una persona que puede mostrarse conocedora de algún tema en específico debe ser tomada como alguien igualmente competente en otros campos del saber. En el sentido inverso, aquellos que por algún motivo dan la impresión de no conocer algo en algún momento, son tomados por ignorantes sobre otros temas. Esto es contrario a un enfoque analítico del conocimiento, en el que se valora la especialización en los campos y disciplinas, prácticos o teóricos, y en el que como consecuencia: es valorado el reconocimiento de la ignorancia sobre un campo que no es el de dominio propio.

Gambetta (2001) menciona, de igual manera, que para que en una conversación se pueda dar una situación verdaderamente deliberativa es necesario que ésta se rija por una serie de reglas de procedimiento que permitan que la *libertad de expresión* se materialice en un sentido práctico. En el caso de una conversación cara a cara algunas reglas básicas serían, por ejemplo, el respeto en los turnos para usar la palabra, la disposición para escuchar a los otros, que quien habla no use los gritos cuando carezca de argumentos, entre otras cosas. Para el

caso de las conversaciones virtuales bien vale la pena observar cuáles son las normas básicas que garantizan que la libertad de expresión se materialice en la red.

“La persuasión mediante el razonamiento es trabajosa en las sociedades afectas a la disputa (...) es más probable que tenga éxito la retórica y no el razonamiento” (Gambetta, 2001, p. 54).

Para Susan Stokes (2001) existen creencias causales y creencias normativas sostenidas por los individuos dentro de un grupo social. Las creencias causales se refieren a lo que las personas *creen* respecto a los efectos que puede tener una determinada acción dentro de la esfera política, por ejemplo, la aplicación de una política pública o, en nuestro caso, el efecto que puede tener la incorporación de un grupo armado a la vida civil y su consiguiente participación en la política institucional. Las creencias normativas son creencias se forman a partir de la socialización en distintas esferas que *tienen* los individuos a lo largo de su vida; éstas se relacionan con la manera en la que las personas creen que debe funcionar la sociedad, por ejemplo, la forma en que debería organizarse el estado, el tipo de justicia que debería impartirse o incluso cómo debe funcionar la estructura familiar.

Stokes (2001) postula que en muchos casos las preferencias de los electores, o de los ciudadanos que apoyan una u otra postura política, no son endógenas. Por el contrario, pueden venir del posicionamiento de un tema en la opinión pública, promovida por un grupo de interés, bien perteneciente a la clase política o al sector privado. En este caso las preferencias son exógenas y la posibilidad de los actores políticos, ciudadanos o empresariales de contar con un espacio público de información juega un papel fundamental en la construcción del posicionamiento. En la misma línea, la autora plantea que incluso los miembros del poder ejecutivo o legislativo puede caer en falsas percepciones de la opinión pública suscitadas por estrategias de comunicación que llevan a cabo grupos con intereses puntuales. De esta forma, los políticos en la búsqueda de mantener su capital de electores buscarán congraciarse con las supuestas preferencias de la población (seudopreferencias, en palabras de Stokes), situación que puede derivar en la toma de decisiones que son contrarias a los verdaderos intereses y preferencias de los ciudadanos y a las posturas iniciales de los políticos.

Ahora bien, “la comunicación pública puede cambiar no sólo las preferencias sino también la identidad de los ciudadanos” (Stokes, 2001, p. 175) . Tanto los partidos políticos como los estados pueden buscar crear identidades dentro de sus ciudadanos con miras a conseguir sus propios objetivos, en el caso de los partidos para sustentar y difundir su ideología y en el caso de los estados para preservar el orden establecido.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Metodología

A continuación, se presentan las pregunta, objetivos e hipótesis que guiaron esta investigación. Seguido, se presentan elementos puntuales del modelo metodológico creado, a partir de varios referentes, para el presente estudio.

Preguntas de Investigación

¿Cuáles son las concepciones sobre justicia transicional, en el marco del post-conflicto en Colombia, que circulan en Facebook entre distintos actores políticos colombianos?

¿Para los casos analizados Facebook funciona como un espacio de deliberación que permite la transformación de las preferencias políticas de los usuarios?

Objetivos

Objetivo General

Analizar y comparar las concepciones frente a la justicia transicional, en el marco del postconflicto en Colombia, que circulan, durante dos periodos distintos de tiempo, en las páginas de Facebook de cinco actores políticos colombianos y su relación con las preferencias manifestadas, frente al mismo tema, por los usuarios de esas páginas.

Objetivos específicos

- Caracterizar los mensajes que circulan en las páginas de Facebook de distintos actores del post conflicto, en relación con su posicionamiento frente a la justicia transicional.
- Clasificar las interacciones en las páginas de Facebook de distintos actores políticos y su relación con la posibilidad de construir un escenario deliberativo.
- Explicar si existe una relación entre los mensajes y el posicionamiento presentes en las páginas de Facebook de distintos actores vinculados al proceso de paz, y una eventual transformación de las preferencias políticas de los usuarios de dichas páginas.

- Comparar la relación de los mensajes, el posicionamiento político de los actores y la transformación –o no- de las preferencias políticas de los usuarios en dos momentos distintos, caracterizados por cambios en el contexto político.

Hipótesis

H1: La distribución de las preferencias en términos de justicia transicional dependerá de la distancia entre el actor que delibera en Facebook y el conflicto con las FARC: las víctimas tenderán a mostrar concepciones de justicia transicional más confrontativas con las FARC, mientras que las no víctimas tenderán a posturas más conciliadoras.

H2: Otro predictor de las nociones de justicia transicional será la ideología: aquellos usuarios de Facebook con orientaciones de derecha/conservadoras serán más reacios a integrar a las FARC en la vida política y civil de Colombia.

H3: Aquellas páginas que tengan líneas discursivas más cercanas a una posición conciliadora tenderán a generar interacciones y diálogos que fomenten el intercambio y eventual transformación de las preferencias.

H4: No existen diferencias en la dinámica de intercambio de mensajes y cambio de preferencias políticas en lo que respecta a la paz y la justicia transicional en Facebook, en periodos distintos marcados por diferencias en el contexto político.

Método y tipo de estudio

Este trabajo se realizará bajo un diseño metodológico que triangulará técnicas de recolección y análisis de los datos de corte cualitativo y cuantitativo. Los métodos mixtos se caracterizan por integrar de manera sistemática los métodos cualitativo y cuantitativo con el fin de obtener una mejor comprensión del fenómeno a estudiar y en ellos puede tener más peso lo cualitativo o lo cuantitativo de acuerdo con el fenómeno particular y la perspectiva de los investigadores (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Particularmente, en la primera etapa se implementaron instrumentos de corte cualitativo que permitieron caracterizar las páginas de las que se extraerán los mensajes, que posteriormente se analizarán en función de las variables independientes que se explicarán más adelante:

afiliación política y condición de víctima. Con los mensajes seleccionados se hará un análisis cualitativo que permitirá su codificación, mediante una escala construida en función de las variables dependientes: *posicionamiento, interacción y cambio de preferencias políticas sobre la paz y la justicia transicional.*

Para el caso de este estudio, el análisis cualitativo permite la comprensión de los mensajes en función de su contexto de enunciación, lo que da un mayor grado de profundidad en el fenómeno estudiado; por su parte, el análisis cuantitativo sirve para establecer si existen patrones de comportamiento de estos mensajes y la interacción que generan en Facebook a partir de la búsqueda de correlaciones.

De igual manera, se trabajará tomando como referencia las hipótesis formuladas previo a las observaciones, lo que se conoce con el nombre de método hipotético- deductivo (Pérez Tamallo, 2014).

Tipo de diseño

El presente estudio tiene un corte explicativo, entendiendo que los diseños explicativos son aquellos que permiten al investigador formular asociaciones o inferencias de tipo causal, lo que significa que se puede medir, de una manera siempre aproximada, la relación que existe entre la ocurrencia de un fenómeno (efecto causal) y la presencia o ausencia, en mayor o menor grado, de un factor determinado (variable independiente o explicativa) (King, Keohane, & Verba, 2007).

Más específicamente se emplean técnicas de tratamiento estadístico de los datos, entendiendo que se formulan hipótesis correlacionales entre el posicionamiento frente a la justicia transicional de las páginas a observar y la posibilidad de que en la interacción con los usuarios se genere una dinámica deliberativa que permita cambiar las preferencias iniciales de éstos.

“Las hipótesis correlacionales no sólo pueden establecer que dos o más variables se encuentran vinculadas, sino también cómo están asociadas. Alcanzan el nivel predictivo y parcialmente explicativo” (Hernandez Sampieri et al., 2010, p. 139).

Además, el diseño es de tipo no experimental, transversal-correlacional en la medida que los datos a analizar se recolectan en un momento único con el fin de establecer correlaciones entre las variables observadas. Más específicamente, los diseños trasversales-correlacionales-causales “describen relaciones en uno o más grupos o subgrupos, y suelen describir primero las variables incluidas en las investigación, para luego establecer las relaciones entre éstas (en primer lugar, son descriptivos de variables individuales, pero luego van más allá de las descripciones: establecen relaciones) (Hernandez Sampieri et al., 2010, p. 193).

Selección de la población

Se seleccionó una muestra no probabilística intencional integrada por las páginas de Facebook de *stakeholders*³ que tienen distinta relación con el movimiento FARC.

El muestreo no probabilístico intencional “Permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos. Se utiliza en escenarios en los que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña”(Otzen & Manterola, 2017, p. 230).

Las ventajas de este tipo de muestreo estriban en que da la posibilidad de profundizar en la comprensión del fenómeno al analizar detalladamente un número pequeño de casos. Esto se relaciona positivamente, además, con un tema de factibilidad, en la medida que los recursos para la investigación son limitados.

No obstante, vale aclarar que los resultados del estudio no serán generalizables a un conjunto más amplio de casos debido a las condiciones mismas del muestreo.

Los criterios para la selección de las páginas de Facebook para la muestra son:

³ El concepto de Stakeholder se refiere a una parte interesada en algún asunto o a un grupo de interés. Para este caso Stakeholder hará alusión a cada uno de los grupos políticos cuya página de Facebook fue seleccionada para el estudio por la razón mencionada previamente.

- Que pueda cubrirse el espectro de posicionamientos que se observan en distintas organizaciones políticas frente a las FARC y el proceso de paz: A favor de las del proceso de paz y en contra del proceso de paz.
- Que dentro de la muestra de las páginas puedan identificarse algunas como víctimas de las FARC y otras como no víctimas de las FARC.
- Que las páginas sean institucionales y los usuarios puedan acceder a ellas con la opción “me gusta”, no perfiles personales.
- Que las páginas tengan actividad constante, para lo cual se examinó que tuvieran publicaciones al menos en la última semana.
- Que las páginas pertenezcan a alguna organización que haya desarrollado actividad política o cívica offline.

Entre estos criterios, los dos primeros permiten el establecimiento de las dos variables independientes para este estudio; en la medida que por definición pueden asumir valores distintos de acuerdo a las características propias del *Stakeholder*.

La siguiente tabla presenta las variables independientes del estudio, su definición y los valores posibles para cada una.

Tabla 1. Definición de las variables independientes

Variables independientes	Definición	Valores posibles
<i>Afiliación política</i>	Se refiere a la orientación política del <i>Stakeholder</i> dentro del contexto político colombiano. Para la definición de afiliación se toma únicamente como punto de referencia la posición política que tiene el <i>Stakeholder</i> frente al proceso de paz entre el gobierno y las FARC.	A favor del proceso de paz En contra del proceso de paz.
<i>Condición de victimización</i>	Se refiere a si el <i>Stakeholder</i> se define como víctima de las acciones de las FARC dentro del conflicto colombiano; o bien su actividad principal consiste en reivindicar o promover los derechos de las víctimas.	Víctima No víctima

Listado de páginas seleccionadas

La siguiente tabla enlista los *Stakeholders* seleccionados para el estudio, sus respectivas páginas de Facebook y el número de seguidores de cada una.

Tabla 2. Listado de stakeholders seleccionados

Stakeholder	Página de Facebook	No. Seguidores
Move: Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado	https://www.facebook.com/movice/	10036
Marcha Patriótica	https://www.facebook.com/MarchaPatriota/	130076
Partido Político Centro Democrático	https://www.facebook.com/CeDemocratico/	465580
Presidencia de la República de Colombia	https://www.facebook.com/PresidenciaColombia/	556886
One Million voices against FARC	https://www.facebook.com/onemillionvoices/	574176

¿Qué se analiza en cada página?

Se seleccionaron como unidades de análisis los *posts* y los comentarios de cada una de las páginas seleccionadas, publicados durante los periodos temporales que se explicarán más adelante. La palabra *post* puede traducirse al español con el vocablo *mensaje*, no obstante, en términos de la arquitectura de la red socio digital Facebook un *post* contiene algo más el mensaje emitido por el administrador de una página, de acuerdo con esto podemos definir la unidad de análisis *post* como la concatenación de un mensaje emitido por el titular de una página de Facebook, el conjunto de reacciones desencadenadas por dicho mensaje y los comentarios y respuestas emitidas por los usuarios que interactúan a partir del mensaje.

La separación de los comentarios como unidades de análisis independientes a los *posts* obedece al interés por observar la dinámica propia de interacción de los usuarios y medir si existe o no cambio de preferencias políticas expresadas en los hilos de conversación que se presentan en las secciones de comentarios de cada *post*.

Ahora bien, para la selección de los *posts* y comentarios a analizar se tomaron como ventanas temporales, en primer lugar, el periodo de campaña para el plebiscito por la paz en Colombia, que se efectuó en octubre de 2016 y, en segundo término, un periodo de un mes posterior a la firma del segundo acuerdo de paz entre el gobierno colombiano y las FARC llevado a cabo el 24 de noviembre de 2018.

La selección de los dos momentos obedece al interés por observar si existen cambios en las dinámicas de generación de opinión pública en Facebook en función de la aparición de nuevas condiciones contextuales. En particular, si entre el periodo de campaña por el plebiscito por la paz y un periodo posterior a la firma del nuevo acuerdo (noviembre de 2016) se presentaron cambios en el posicionamiento, la interacción y el cambio de preferencias en lo relacionado con el proceso de implementación de la justicia transicional.

Finalmente, la muestra que se analizará corresponde a los 5 *posts* –de cada periodo- con mayor cantidad de comentarios de cada una de las páginas y que además hagan alusión directa, de manera textual al proceso de paz en Colombia. Vale aclarar que para efectos del análisis no se tomaran en cuenta las imágenes o videos que pudieran contener los *posts*,

debido a que hacerlo implicaría un análisis semiótico que no se propone desarrollar en el presente trabajo.

De cada *post* se extrae:

- El contenido textual del mensaje publicado por el *stakeholder*.
- La cantidad de reacciones (me gusta, me divierte, me encanta, me asombra, me entristece, me enoja).
- Los comentarios emitidos por los usuarios de la página con sus correspondientes respuestas.

Recolección de los datos

Para la recolección de información se utilizó como primer instrumento la observación no participante, que permitió una caracterización inicial de las páginas de los *Stakeholders* en función de las dimensiones afiliación política (a favor o en contra del proceso de paz) y condición de victimización (representante de víctimas o no representante de víctimas). La observación se llevó a cabo mediante la interfaz de usuario de la red socio digital Facebook y se utilizó el siguiente instrumento de recolección de información para hacer la caracterización:

Tabla 3. Instrumento de observación para páginas de stakeholders

<i>Stakeholder</i>	Afiliación política	Condición de victimización

Como segundo instrumento se utilizó la minería de datos en las páginas de Facebook de los *Stakeholders* seleccionados. La minería de datos permite la extracción de la información de las publicaciones de Facebook para consolidar una base de datos que puede analizarse posteriormente.

Las técnicas de minería de datos son útiles para el manejo de información en grandes volúmenes, como la que puede encontrarse en las redes socio digitales, y básicamente persigue la automatización en la recolección y clasificación de la información y el análisis

de grandes cantidades de datos, con miras al establecimiento de patrones no perceptibles a simple vista (Pérez López & Santín González, 2007).

La recolección de información se desarrolló durante el mes de agosto de 2018 mediante el software Netvizz de Digital Methods para la plataforma Facebook. Este Software permite, entre sus funciones, extraer la información completa de los *posts* de las páginas de interés en las franjas de tiempo seleccionadas. El software consolida bases de datos en forma de hojas de cálculo que pueden editarse a conveniencia y que posteriormente pueden ser analizadas mediante software especializado.

Mediante este software se extrajeron las bases de datos correspondientes a cada una de las páginas y los periodos de tiempo de interés, que posteriormente se depuraron dejando en ellas los siguientes datos:

- Contenido de los *posts*
- Fecha de publicación
- Cantidad de *likes*
- Cantidad de otras reacciones
- Cantidad de comentarios
- Contenido de los comentarios

Puliendo el dato en bruto

La selección de una muestra de mensajes a analizar se realizó bajo la premisa de que ésta debería estar compuesta por una cantidad de mensajes que permitieran observar y medir, con suficiencia, las variables planteadas. Es, en ese sentido, una muestra teórica (no aleatoria).

Como se mencionó, inicialmente se seleccionaron 5 páginas en función de las variables independientes: Posicionamiento frente al acuerdo de paz y condición de víctima; de éstas páginas se extrajeron la totalidad de *posts* correspondientes a los periodos antes mencionados.

La cantidad inicial de mensajes, reacciones y sobre todo comentarios recolectados en un primer momento rebasa las capacidades de análisis para un trabajo como el presente. En este sentido se incurre en un problema de factibilidad que se abordó a partir de aplicar los siguientes filtros:

1. Se organizaron el total de los *posts* en función de la cantidad de comentarios que tenía cada uno. A partir de esto se seleccionaron los primeros 20 *posts* de cada página en cada periodo.
2. De la sub muestra de 20 se eliminaron los *posts* que no tuvieran como mensaje principal un texto propio con una unidad de significado. Es decir, se descartaron aquellos que tuvieran frases en las que exclusivamente se hacía alusión a un contenido adjunto (audio, foto, video o artículo).
3. De la muestra resultante se eliminaron los *posts* con contenido repetido o muy similar a otro, para esto se utilizó el siguiente criterio: si dos *post* son iguales o muy similares, se eliminó el que tuviera menor cantidad de comentarios.

Matriz de estrategia para recolección de datos

La siguiente tabla contiene una sistematización de la estrategia implementada para la recolección de información.

Tabla 4. Estrategia de recolección de datos

Etapa	Estrategia	Aplicación	Hallazgos
1	Observación no participante.	Observación y clasificación de páginas de Facebook de <i>stakeholders</i> relacionados con el proceso de paz y la justicia transicional en Colombia.	Listado de 5 páginas de Facebook de <i>Stakeholders</i> clasificados de acuerdo a las variables independientes del estudio.
2	Minería de datos en Facebook.	Extracción mediante Software Netvizz para Facebook de bases de datos con información de los posts de las	Base de datos con la totalidad de los <i>posts</i> recolectados en cada periodo temporal.

		páginas de Facebook seleccionadas, durante los periodos de tiempo establecidos: agosto 1 a octubre 1 de 2016 y noviembre 24 a diciembre 24 de 2016.	
2.1	Depuración de las bases de datos para la selección de una muestra que cumpla con criterios de viabilidad metodológica.	<ul style="list-style-type: none"> -Selección de los 20 primeros <i>posts</i> en función de la mayor cantidad de comentarios recibidos en cada uno. -Descarte de <i>posts</i> cuyos mensajes no tienen un texto con unidad de significado. -Eliminación de <i>posts</i> repetidos. 	5 <i>posts</i> para cada ventana temporal por cada página. Total de 50 <i>posts</i> con sus respectivos comentarios.

Estrategia de análisis de la información

Como estrategia de análisis se utilizarán el análisis semántico cualitativo y de contenido cuantitativo de la información en las distintas etapas propuestas.

“El AC [análisis de contenido] puede concebirse como un conjunto de procedimientos que tienen como objetivo la producción de un meta-texto analítico en el que se representa el corpus textual de manera transformada” (Navarro, Pablo; Díaz, 1997, p. 6).

Esta técnica nos permite describir los componentes de un mensaje, comprobar las hipótesis que hayamos desarrollado previamente frente a los mensajes, evaluar la imagen que tienen los grupos sociales en las publicaciones y establecer un punto de partida para estudiar los efectos que tiene la comunicación sobre una población particular, entre otros.

Para el caso de esta investigación se hará el análisis de contenido a partir de la codificación de los mensajes de las páginas de Facebook seleccionadas, correspondientes al periodo de la

campana por el *plebiscito por la paz* de 2016 y relacionados específicamente con dicha campana. La estrategia de análisis se divide en dos etapas:

Análisis semántico de frases núcleo

Este método consiste, básicamente, en descomponer los mensajes-entendidos como textos políticos por su contexto de enunciación- en unidades de codificación denominadas frases núcleo.

Se entiende por descomposición en unidades de codificación la designación de las unidades de texto que van a ser posteriormente codificadas. Las unidades de codificación más empleadas en ciencia política son la palabra aislada (o símbolo), la frase (o partes de ella) y el documento entero u objeto (el discurso, artículo, película, libro, etc. completos) (Alonso, Volkens, & Gómez, 2012, p. 16).

El método de las frases núcleo consiste en dividir los textos (para el caso de esta investigación *posts*), en cuasi frases que contengan un tema y una orientación sobre el mismo (Alonso et al., 2012). Elegir frases, o cuasi frases, en lugar de palabras aisladas para hacer un análisis de frecuencias, tiene que ver con que el conteo de palabras muchas veces puede llevar a interpretaciones erróneas del significado de los mensajes, mientras analizar las frases nos permite interpretar el contenido de los *posts* de acuerdo con su propio contexto de enunciación.

Para la aplicación de este método de análisis se utiliza la siguiente matriz, en la que se consignan las frases núcleo obtenidas de cada texto, el agente, el tema y el valor para cada categoría.

Tabla 5. Instrumento de codificación de posts

Código Post	Frase núcleo	Agente	Categoría	Valor

Categorías y definiciones

A continuación, se presentan las categorías definidas en función del marco teórico con las cuales se analizaron los *posts* correspondientes a los cinco *stakeholders* seleccionados.

Tabla 6. Libro de códigos

Categoría	Definición	Valores posibles	Palabras clave
Paz	Se refiere a la preferencia expresada frente a la paz como aspecto normativo, como ideal abstracto).	A favor En Contra	Concordia Reconciliación Guerra Violencia
Preferencia frente al acuerdo de paz	Se refiere a la preferencia expresada por el actor frente al Acuerdo para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. Dentro de esta categoría se incluyen las preferencias manifestadas frente al proceso de negociación y frente al plebiscito que buscaba legitimar el acuerdo.	A favor En contra	Resolución Pacto Divergencia Disputa
Apoyo a la Justicia transicional	Se refiere a la preferencia expresada frente a los mecanismos de aplicación de justicia transicional presentes en el acuerdo de paz.	A favor En Contra	Cambio Transformación Garantías Permanencia Estancamiento
Concepción de Justicia	Se refiere a una tipología de justicia tradicional que plantea una dicotomía entre, por un lado, la	Retributiva	Reparación

Transicional Dimensión 1	búsqueda del castigo a los perpetradores de atrocidades y, por otro la búsqueda de la rehabilitación moral y material de las víctimas.	Restaurativa	Restauración Condena Persecución
Concepción de Justicia Transicional Dimensión 2	Se refiere a una tipología de justicia tradicional que plantea una dicotomía entre, por un lado, la concentración de la justicia en los crímenes pasados y, por otro, la concentración en los objetivos futuros.	Restrospectiva Prospectiva	Futuro Estabilidad Antecedente Persecución
Víctimas	Se refiere a la concepción que se tiene sobre quiénes son víctimas legítimas dentro del conflicto.	Víctimas de las FARC. Víctimas del Estado Víctima de paramilitares. Víctimas con independencia del actor victimario.	Desaparecidos Secuestrados Desplazados Asesinados
Legitimidad FARC	Se refiere a la preferencia manifestada frente a la legitimidad o ilegitimidad de las FARC como actor político dentro de la negociación.	Legítimo Ilegítimo	Criminales Delincuentes Asesinos
Legitimidad Gobierno	Se refiere a la preferencia manifestada frente a la legitimidad o ilegitimidad del gobierno colombiano (al momento del estudio) como actor político dentro de la negociación.	Legítimo Ilegítimo	Traidores Corruptos Farsantes
Racionalidad	Se refiere al tipo de racionalidad presente en los argumentos expresados por los actores, en términos de:	Instrumental	

	instrumental cuando se alude a los medios; y Normativa cuando se alude a valores.	Normativa	
--	---	------------------	--

Hallazgos

Caracterización histórica de los *Stakeholders*

Centro Democrático

El Centro Democrático (CD) es un partido político surgido en Colombia hacia el año 2013 y que obtuvo su personería jurídica después de participar como grupo significativo de ciudadanos a partir de lograr, en las elecciones legislativas del año 2014, un 9% del total de escaños en el Senado de la República y un 11.4% en la Cámara de Representantes. Posteriormente el CD presentó como candidato a la presidencia de la República de Colombia a Oscar Iván Zuluaga, quien triunfó en la primera vuelta de las elecciones, pero debió enfrentarse en segunda vuelta al entonces presidente Juan Manuel Santos, con quien perdió la elección.

El CD es una colectividad que desde sus inicios ha tenido como líder político a Álvaro Uribe Vélez, quien fuera presidente de Colombia entre 2002 y 2010. Además, como su antecedente más cercano se encuentra la fundación Centro de Pensamiento Primero Colombia, colectividad liderada por José Obdulio Gaviria, colaborador cercano de Uribe Vélez durante sus dos mandatos presidenciales.

De acuerdo con Losada y Liendo (2016) la conformación del CD deja ver una fuerte estructuración en torno a la figura de Uribe Vélez, de hecho dentro de los estatutos del partido encuentran los autores detalles que permiten dilucidar el lugar preponderante del expresidente dentro del partido: el logo contiene una silueta que es clara alusión a la imagen de Uribe. El rol estatutario que se le asigna a Uribe es el de “presidente fundador”, posición de la que sólo él goza y que le permite tener asiento y voto en todos los órganos administrativos del CD. Por último, los cinco pilares que definen los objetivos del partido (seguridad democrática, confianza inversionista, cohesión social, estado austero y

descentralizado y diálogo popular) eran justamente los pilares que guiaron el gobierno Uribe durante 8 años.

Ahora bien, en lo que respecta al corte ideológico del CD se encuentra que, si bien los estatutos definen al partido como una colectividad de centro, en la práctica es más fácil ubicarlo como un grupo político de derecha (Losada & Liendo, 2016), esto tomando como referencia, por un lado el lugar dominante de Uribe Vélez, político reconocido por sus posturas de derecha y, por otro, por la marcada oposición y lucha frontal a las guerrillas de izquierda y por su oposición explícita a la negociación política entre el gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC, que los llevó incluso a ser portavoces de la campaña en contra del plebiscito por la paz de 2016.

One Million Voices Against Farc

One Million Voices Against Farc es una comunidad virtual creada por Oscar Morales en el año 2008 para protestar en contra del grupo guerrillero FARC-EP, en la que se propuso, como el nombre lo indica, convocar un millón de personas para protestar en contra de esta agrupación. Según lo relata en entrevista con Andrew Williams para el periódico Metro (2010), a Morales lo motivó la indignación que se suscitó en enero de 2008 cuando en Colombia fue de público conocimiento que Clara Rojas, política secuestrada por las FARC y aún en cautiverio para esa fecha, había tenido un hijo durante su cautiverio y que el niño había sido dejado en secreto con una familia aun cuando tenía problemas de salud. Posteriormente, las FARC se comprometieron a entregar el niño a una comisión humanitaria, pero no lo hicieron, pues se descubrió que el niño ya no se encontraba con la familia que lo custodiaba, sino que estaba bajo protección del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, sin que para ese momento se le hubiera identificado. Este hecho en particular y las condiciones generales de otras personas que se encontraban secuestradas (militares, políticos y contratistas estadounidenses) agudizó el clima de malestar que existía en la opinión pública de Colombia en contra de las FARC, lo que desencadenó en una marcha multitudinaria que se llevó a cabo el 4 de febrero de 2008 y que tuvo como consigna principal el lema “No más FARC”.

La iniciativa de One Million Voices Against FARC tuvo una respuesta masiva desde su creación y encontró eco en los medios televisivos y de prensa, por lo que la movilización se difundió ampliamente y contó con participación de personas en más de 200 ciudades alrededor del mundo (Williams, 2010).

Esta comunidad virtual aún se encuentra activa en Facebook y su posicionamiento puede definirse con claridad como “anti FARC” con una marcada coincidencia con grupos políticos de derecha que se opusieron a los diálogos de paz entre el gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia.

Presidencia de la República de Colombia

Para el periodo en que se recolectaron los datos de esta investigación, la presidencia de la República de Colombia era ejercida por Juan Manuel Santos, quien se reeligió en el año 2014 después de un primer periodo que inició en el año 2010. En su primera campaña presidencial Juan Manuel Santos emergió como una figura de continuidad del gobierno de Álvaro Uribe Vélez, gracias a que se desempeñó como ministro de defensa entre 2006 y 2009 y que en su función como ministro llevó a cabo varias acciones militares que terminaron en la muerte de algunos de los principales comandantes de las FARC y en la liberación de personas secuestradas por este grupo.

Durante el gobierno de Juan Manuel Santos ocurrieron varias situaciones que lo distanciaron políticamente de su antecesor y que de hecho derivaron en una ruptura tal de la relación, que Álvaro Uribe Vélez terminó por crear su propio partido político y se declaró en oposición al gobierno Santos. Estas situaciones estuvieron principalmente relacionadas con el conflicto armado y los diálogos de paz con las FARC. Santos, que empezó por reconocer públicamente que en Colombia existía un conflicto armado y que las FARC eran un grupo con fines políticos, terminó negociando con las FARC, después de 4 años de diálogos en La Habana, Cuba, un acuerdo de paz que le permitió a esa guerrilla incorporarse a la vida civil y a la política institucional tras dejar las armas.

Posterior a la firma del “Acuerdo para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera” entre el gobierno colombiano y las FARC el presidente Santos

decidió convocar un plebiscito para que la ciudadanía participara en la refrendación del texto. El plebiscito consistía de una sola pregunta: “¿Apoya usted el acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera?” a la que los ciudadanos debían contestar Sí o No; éste se llevó a cabo el 2 de octubre de 2016. Durante el mes anterior a la votación se desarrolló una campaña en la que el gobierno participó como promotor del Sí y en la que usó distintos canales de comunicación como los medios de prensa, radiales, televisivos y el internet.

Marcha Patriótica

El movimiento social y político Marcha Patriótica (MP) apareció ante la opinión pública colombiana el 21 de abril del año 2012, como una agrupación de varias organizaciones campesinas, indígenas, colectivos de mujeres, LGTBI, organizaciones sociales y estudiantiles. (Fundación Paz & Reconciliación, 2014).

El origen de Marcha Patriótica está muy relacionado con sectores agrarios y campesinos, no obstante, el movimiento está conformado por distintas organizaciones que también hacen presencia y trabajo comunitario en entornos urbanos.

De acuerdo con el informe de la Fundación Paz y Reconciliación (2014) puede trazarse una especie de continuidad entre MP y el partido político Unión Patriótica(UP). Este partido político fue creado en 1985 como una iniciativa para la participación en la política legal de las FARC, que en ese tiempo estaban adelantando negociaciones con el gobierno colombiano y habían pactado un cese al fuego. Lamentablemente el Partido Unión Patriótica terminó reducido en sus fuerzas pues a finales de la década de 1980 y principios de la década de 1990 se ejecutó un plan sistemático de exterminio de sus líderes políticos y militantes que lo llevó incluso a perder la personería jurídica en 2002, por esta razón en 1987 se terminarían también los diálogos de paz entre las FARC y el gobierno.

Ahora bien, de acuerdo con Paz y Reconciliación (2014), la cercanía entre la UP y MP no tiene que ver con la coincidencia en sus nombres, sino que están estrechamente relacionados con el tema de la paz. Mientras la UP surge como resultado de un proceso de paz, Marcha

Patriótica surge como una iniciativa de construcción de una agenda para presionar por una salida política al conflicto armado.

En este sentido, el posicionamiento de Marcha Patriótica frente al acuerdo de paz entre las FARC y el gobierno de Juan Manuel Santos, no solamente es favorable, sino que desarrollaron durante el proceso una agenda de trabajo que les permitió recoger propuestas de distintos sectores de la población colombiana y llevarlas como temas de discusión a la mesa de la Habana.

De otro lado, el lazo de continuidad con la Unión Patriótica y la cercanía a sectores obreros, campesinos, indígenas, estudiantiles, etc. Permiten entrever que Marcha Patriótica es un movimiento de izquierda. Aún más, su plataforma política reivindica algunas posturas de Simón Bolívar, pugnando por una segunda independencia de Colombia, además que tiene una clara posición anti imperialista frente a Estado Unidos (Fundación Paz & Reconciliación, 2014).

MOVICE

El Movimiento Nacional del Víctimas de Crímenes de Estado (MOVICE) es una organización que surge en Colombia hacia el año 2005, con el fin de promover la visibilización de los crímenes perpetrados por agentes del Estado Colombiano y los Paramilitares en el contexto del conflicto armado en Colombia y las reivindicaciones de las víctimas de estas acciones.

Entre los fundadores del movimiento se encuentran personas que han sido propiamente víctimas de crímenes perpetrados por el Estado, como es el caso de Iván Cepeda Castro, hoy senador por el partido político Polo Democrático Alternativo y antes director de MOVICE.

El MOVICE surge pocos días después de la firma de la ley 975 de 2005, ley de Justicia y Paz, creada como mecanismo jurídico para acoger a los miembros desmovilizados de los grupos paramilitares de extrema derecha denominados Autodefensas Unidas de Colombia. Esta ley, trata con laxitud a los victimarios y no reconoce la responsabilidad del Estado en la comisión de delitos en el marco del conflicto.

El MOVICE, “como expresión colectiva, se ha caracterizado por un acumulado de procesos históricos de luchas de las víctimas alrededor de la reivindicación de los derechos a la verdad, la justicia y la reparación integral en Colombia (Leal Roncancio, 2017, p. 45)”.

Entre sus procesos de acción política, el MOVICE organizó una movilización nacional como respuesta a las marchas del 4 de febrero de 2008 en contra de las FARC. Esto, bajo la premisa de que era necesario visibilizar que el único actor armado en el conflicto no eran las FARC y que el Estado y los paramilitares tenían víctimas que debían ser reconocidas (Leal Roncancio, 2017).

Finalmente, durante los acuerdos de paz de La Habana, el MOVICE manifestó su posición favorable frente al proceso de negociación, de hecho, el mismo Iván Cepeda Castro participó como miembro de la comisión de paz del Congreso Colombiano.

Datos recolectados

1. Caracterización de los stakeholders en función de las variables independientes

A continuación, se presentan los resultados del ejercicio de observación y caracterización de los *stakeholders* seleccionados para el estudio. Una caracterización histórica y contextual de cada *stakeholder* se incluyó en el apartado metodológico, y sirvió como marco contextual para el análisis de los datos recolectados.

Tabla 7. Caracterización de stakeholders según variables independientes

<i>Stakeholder</i>	Afiliación política	Condición de victimización
Centro Democrático	En contra del Proceso de Paz	No víctima
One Million Voices Against FARC	En contra del Proceso de Paz	Víctima
Presidencia de la República	A favor del Proceso de paz	No víctima
MOVICE	A favor del Proceso de paz	Víctima

Marcha Patriótica	A favor del Proceso de paz	No víctima
--------------------------	----------------------------	------------

2. Cantidad de posts y comentarios recolectados

A continuación, se presentan la cantidad de *posts*, comentarios y reacciones recolectados mediante el ejercicio de minería de datos. Los datos se recogieron, como se explica en el apartado metodológico, en dos ventanas temporales distintas que en adelante se mencionarán como “periodo de campaña” (1 de septiembre de 2016 al 1 de octubre de 2016) y “periodo post campaña” (24 de noviembre de 2016 al 24 de diciembre de 2016).

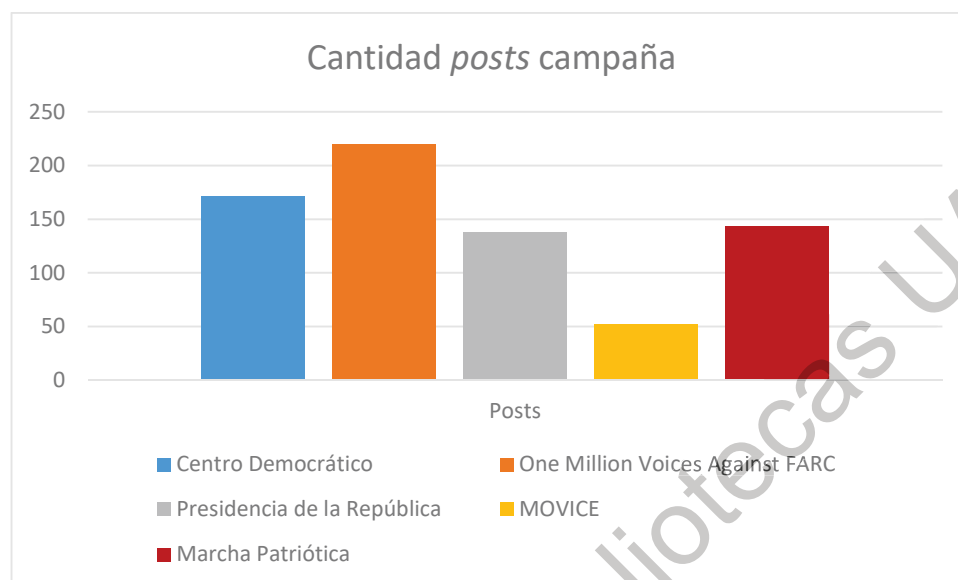
Periodo temporal de campaña

Tabla 8. Cantidad de posts comentarios y reacciones por stakeholder para el periodo de campaña

Stakeholder	Posts	Comentarios	Reacciones
Centro Democrático	171	18504	161313
One Million Voices Against FARC	220	11426	73894
Presidencia de la República	138	17025	66819
MOVICE	52	17	401
Marcha Patriótica	143	10155	65683

El siguiente gráfico muestra una comparación entre la cantidad de publicaciones hecha por cada *stakeholder* durante el periodo de campaña.

Gráfico 1. Cantidad de posts por stakeholder en el periodo de campaña



De acuerdo con el gráfico puede observarse como las páginas con más actividad en el periodo de campaña son One Million Voices Against Farc y el Centro Democrático. Por su parte el MOVICE es la página con menor cantidad de publicaciones.

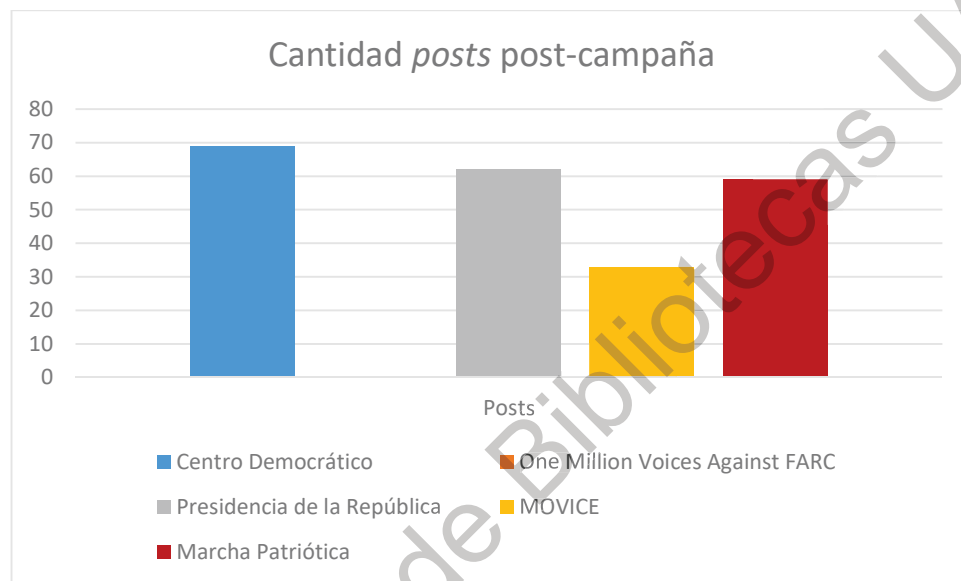
Periodo temporal post campaña

Tabla 9. Cantidad de posts comentarios y reacciones por stakeholder para el periodo post campaña

Stakeholder	Posts	Comentarios	Reacciones
Centro Democrático	69	4275	42341
One Million Voices Against FARC	0	0	0
Presidencia de la República	62	3219	17192
Movice	33	9	529
Marcha Patriótica	59	4412	31679

El siguiente gráfico muestra una comparación entre la cantidad de publicaciones hecha por cada *stakeholder* durante el periodo post campaña.

Gráfico 2. Cantidad de posts por stakeholder en el periodo post campaña



Curiosamente la página que tuvo más publicaciones durante el periodo de campaña no registró ninguna en el periodo post campaña seleccionado. No obstante, la observación de la actividad de la página en Facebook deja ver que aún sigue activa y que con posterioridad a la fecha observada volvió a tener actividad.

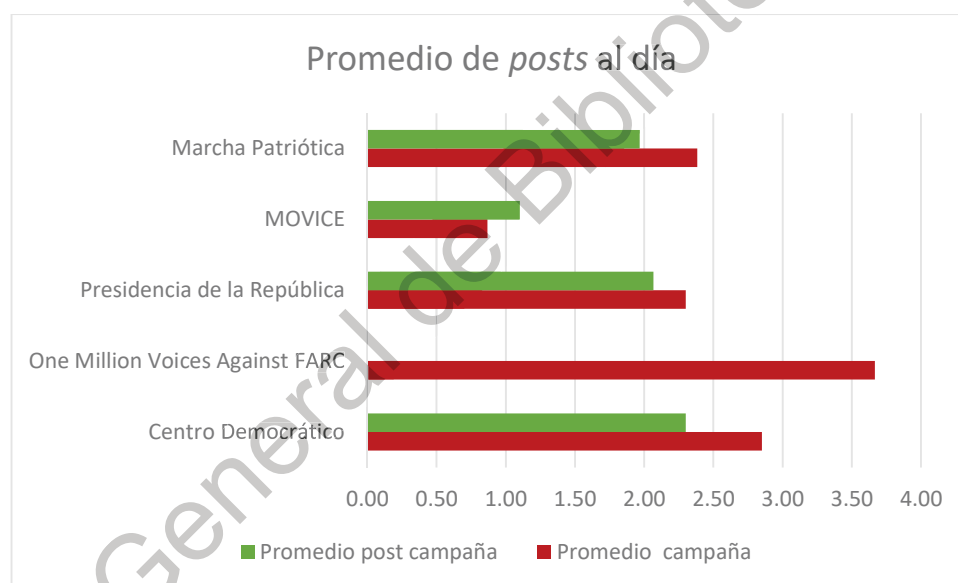
Promedio de posts en cada periodo analizado

La siguiente tabla muestra el promedio de publicaciones por día para cada *stakeholder* en los dos periodos de observación seleccionados. A simple vista puede determinarse que en el momento de campaña el promedio de publicación de todas las páginas, salvo por el MOVICE, es más alto.

Tabla 10. Promedio de posts por stakeholder y periodo

Stakeholder	Promedio campaña	Promedio post campaña
Centro Democrático	2.85	2.30
One Million Voices Against FARC	3.67	0.00
Presidencia de la República	2.30	2.07
MOVICE	0.87	1.10
Marcha Patriótica	2.38	1.97

Gráfico 3. Promedio de posts por stakeholder y periodo



Sistematización de los posts

Para el proceso de sistematización de la información se generaron nuevas bases de datos a partir de los datos recolectados mediante la herramienta Netvizz. Para el procesamiento de los posts fue necesario convertir las bases de datos del sistema de codificación de caracteres UTF-8 al LATIN. Esto debido a que los archivos generados por Netvizz se descargan originalmente en UTF-8, sistema que no reconoce caracteres especiales de la lengua española, como las vocales acentuadas, la letra ñ, entre otros. Para esto se utilizó la

herramienta online para conversión disponible en el sitio web <https://site112.com/convert-latin-utf>. Una vez recodificada la base de datos, se procedió a la selección de los posts a ser analizados, aplicando los criterios de selección antes mencionados. De ahí, se obtuvieron 5 *posts* por cada momento, para cada página, cada uno con un número distinto de comentarios.

La información recolectada fue organizada en hojas de cálculo que incluyeron, para cada página los datos relevantes para el posterior análisis, además, se le asignó un código a cada post como estrategia para facilitar la identificación de cada mensaje. A continuación, se presenta una síntesis de la información recolectada y organizada para cada página.

Posts por stakeholder

A continuación, se presenta una tabla con cantidad de comentarios y reacciones para cada uno de los *posts* seleccionados y sistematizados en las bases de datos que servirán para el análisis. Con propósitos analíticos, cada *post* se identifica con un código único, denominado “Id”, que consta de las siglas del *stakeholder* y el número correspondiente a cada *post* para el primer periodo y con las siglas del *stakeholder*, el número romano I y el número correspondiente a cada *post* para el segundo periodo.

Tabla 11. Cantidad de comentarios y reacciones de los posts seleccionados

Centro democrático		
Id	Comentarios	Reacciones
CD1	948	4597
CD2	779	6920
CD3	511	2245
CD4	495	3842
CD5	389	2098
CDI1	259	1588
CDI2	88	830
CDI3	42	844
CDI4	37	305

CDI5	34	263
One Million Voices Against FARC		
Id	Comentarios	Reacciones
AF1	240	302
AF2	175	879
AF3	147	466
AF4	134	234
AF5	131	429
AF6	115	740
Presidencia de la República de Colombia		
Id	Comentarios	Reacciones
PR1	1449	7751
PR2	598	2172
PR3	540	2403
PR4	517	2839
PR5	459	3221
PRI1	300	827
PRI2	201	770
PRI3	112	1776
PRI4	54	254
PRI5	50	227
MOVICE		
Id	Comentarios	Reacciones
MV1	1	15
MV2	1	23
MV3	0	12
MV4	0	3

MV5	0	10
MVI1	5	153
MVI2	0	0
MVI3	0	12
MVI4	0	6
MVI5	0	9
Marcha Patriótica		
Id	Comentarios	Reacciones
MP1	1340	5742
MP2	1135	4046
MP3	187	1315
MP4	171	804
MP5	103	1214
MP6	97	953
MPI1	380	1367
MPI2	74	456
MPI3	35	381
MPI4	25	250
MPI5	5	32

Análisis por Stakeholder

A continuación, se presentan los resultados del análisis de contenido para cada uno de los *stakeholders* seleccionados. Dicho análisis se hace con una muestra de cinco *posts* por periodo para cada una de las páginas de Facebook de los *stakeholders* seleccionados.

El instrumento de análisis utilizado es una matriz construida a partir de las categorías definidas teóricamente y se tomaron como unidades de análisis a los *posts*, divididos en cuasifrasas para efectos de la codificación. Finalmente, dado que cada *stakeholder* fue

analizado durante dos periodos distintos, se incluye un análisis comparativo entre ambos periodos tanto para cada *stakeholder*, como para la muestra total.

Centro Democrático (CD)

Primer periodo

Entre las categorías de análisis la que más se presentó en toda la muestra fue “preferencia frente al acuerdo de paz” contando con un valor para la totalidad de los *posts* de “En contra”. Es decir, de la muestra, todos los mensajes cuentan con, al menos, una frase que hace alusión a un posicionamiento en contra del acuerdo de paz entre el Gobierno Colombiano y las FARC.

Paradójicamente, de los cinco mensajes analizados tres hacen alusión a la categoría “paz” con un posicionamiento “a favor”. En este sentido, dichos mensajes pueden caracterizarse como enunciaciones en favor de la paz, pero en contra del acuerdo de paz.

La categoría “apoyo a la justicia transicional” se evidenció en dos de los *posts*, cada uno en una frase, con un valor de “en contra” para cada una de las publicaciones.

En lo que tiene que ver con la legitimidad de los actores involucrados en el acuerdo de paz, las categorías “Legitimidad del Gobierno” y “Legitimidad de las FARC” se observaron sólo en uno de los *posts*, en una sola frase y con valor “ilegítimo” para cada una de las categorías.

En cuanto a la racionalidad de los argumentos expuestos en los mensajes, prácticamente todos dan cuenta de una racionalidad instrumental, presentándose sólo en una frase de uno de los *posts* un argumento de orden normativo.

La muestra del primer periodo del *stakeholder* Centro Democrático da cuenta de una fuerte tendencia al posicionamiento en contra del acuerdo de paz, no obstante, la alusión en un par de ocasiones a un posicionamiento positivo frente a la paz en abstracto. Esto coincide con lo planteado en la Hipótesis 2, en la medida que el Centro Democrático es un actor político de derecha y con un posicionamiento público en contra del proceso de paz.

Segundo periodo

En el segundo periodo analizado las dos categorías que tienen más presencia corresponden a “Legitimidad del Gobierno Colombiano” y “Legitimidad de las FARC”, para ambas aparecen cuatro *posts* todos con valor “Ilegítimo”. Es decir, los mensajes en su mayoría incluyen alusiones a la ilegitimidad de las partes involucradas en el proceso de paz.

De igual manera, la categoría “Preferencia frente al acuerdo de paz” aparece en dos de los *posts*, con un valor de “en contra” en ambos. Si bien, en comparación con el primer periodo la aparición de esta categoría merma, en todo caso la muestra sigue dando cuenta de una tendencia hacia el posicionamiento negativo frente al acuerdo de paz, dado que incluyen posturas en contra de la legitimidad de los actores negociadores.

La categoría apoyo a la justicia transicional aparece también en dos de los mensajes de la muestra, en ambas apariciones con un valor de “en contra”. Así mismo, aparecen en dos ocasiones mensajes que dejan ver una concepción “retributiva” de la justicia transicional y una mención que deja ver una concepción “retrospectiva” de la misma.

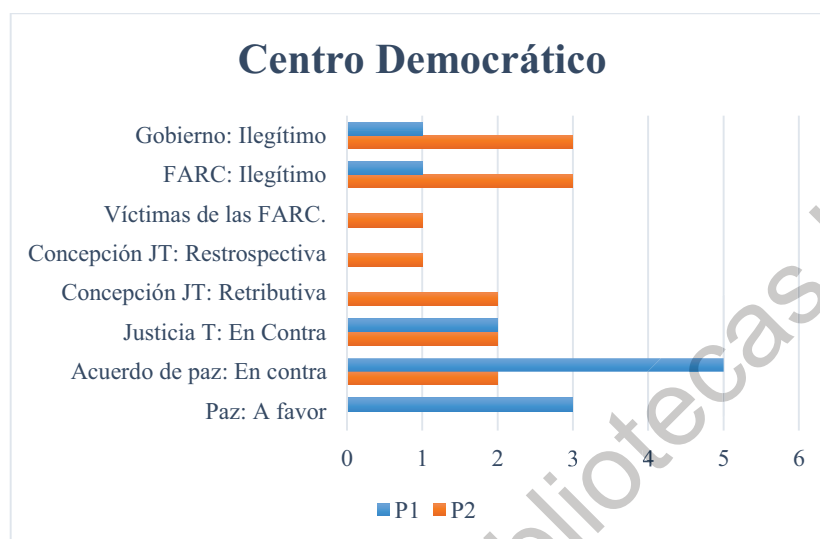
Finalmente, aparece un *post* en el que se hace alusión a las víctimas de las FARC como víctimas legítimas del conflicto. Por su parte, de los cinco *posts* analizados, cuatro dan cuenta de argumentos de corte instrumental.

Comparación de los dos periodos

El análisis de las muestras correspondientes a cada periodo deja ver que, de las ocho categorías definidas, sólo cuatro aparecen en los mensajes de ambas muestras: “Preferencia frente al acuerdo de paz”, “Preferencia frente a la justicia transicional”, “legitimidad del gobierno” y “Legitimidad de las FARC”. De las cuatro categorías restantes “Paz” aparece sólo en la muestra correspondiente al primer periodo y “Víctimas” “Concepción de justicia transicional 1” y “Concepción de justicia transicional 2” solamente en la muestra del segundo periodo.

El gráfico 1 permite observar las categorías y valores que aparecen para cada una de las muestras de *posts* y la frecuencia con que lo hacen.

Gráfico 4. Categorías y valores para las dos muestras del CD



Si bien en ambas muestras hay una clara tendencia al posicionamiento en contra del acuerdo de paz, como se anotó, en el primer periodo está presente la alusión a la paz en más de la mitad de las publicaciones, mientras en el segundo periodo la paz en abstracto ya no es mencionada. Esto se relaciona con que los mensajes de este periodo tienen como objetivo movilizar la intención de voto de los electores en la campaña del plebiscito por la paz, entonces, la alusión a la paz aparece como tema importante de campaña, dado que posicionarse como contrario a un valor tan deseable puede resultar impopular.

Ahora bien, en la segunda muestra, dado que el contexto no es electoral, la confrontación aparece de una manera más directa y, en efecto, no se hace alusión a la categoría “Paz”. Más bien, los mensajes tienden a concentrar posturas que señalan la ilegitimidad de los actores negociadores de la paz, Gobierno y FARC. Esto, en un escenario en el que se debate en la opinión pública la firma y legitimación de un acuerdo de paz corregido tras la victoria del No en el plebiscito.

En cuanto al posicionamiento y concepciones de justicia transicional, se observa como tanto la primera como la segunda muestra tienen dos mensajes con posicionamiento negativo frente a este tema. Sin embargo, sólo en la segunda muestra aparecen mensajes que reflejan

concepciones de justicia transicional propias del actor y éstas se ubican, como las demás categorías, en el polo confrontativo, con posturas retrospectivas y restaurativas.

En síntesis, ambas muestras pueden catalogarse con una postura confrontativa frente al acuerdo de paz, aunque cada una enfatice aspectos diferentes: en la muestra 1 el énfasis está puesto en el posicionamiento negativo frente al acuerdo de paz, mientras en la muestra 2 está puesto sobre la ilegitimidad de los actores negociadores.

Racionalidad

Para ambas muestras la totalidad de los *posts* analizados contienen argumentos con una racionalidad instrumental.

One Million Voices Against FARC (AF)

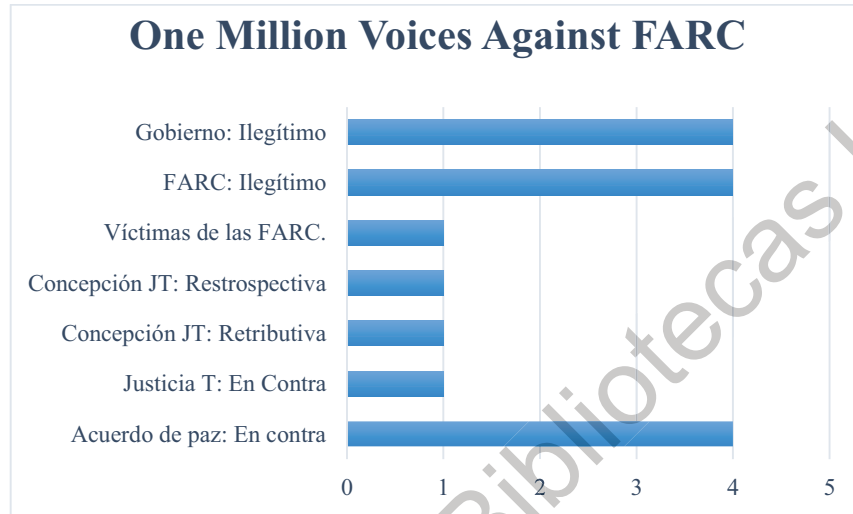
Para el *stakeholder* One Million Voices Against FARC sólo se analizó un periodo temporal, dado que durante el segundo momento elegido para el estudio su página de Facebook no tuvo publicaciones. Pese a esto, la página continuó teniendo actividad con posterioridad y la tenía al momento de la captura de la información, por tal motivo se incluyó dentro del estudio.

Los mensajes publicados por este *stakeholder* dan cuenta de un posicionamiento alto en términos de confrontación con el acuerdo de paz. Esto se evidencia en el hecho de que cuatro de los cinco *posts* que componen la muestra incluyen frases que se pueden catalogar como en contra del acuerdo de paz. El mismo número de publicaciones contienen la alusión a la ilegitimidad del Gobierno Colombiano y la ilegitimidad de las FARC como actores negociadores.

El resto de categorías presentes en la muestra corresponden a “Posicionamiento frente a la justicia transicional”, “Concepción de justicia transicional 1”, “Concepción de justicia transicional 2” y “Víctimas” y están contenidas en uno de los posts, cada una. Para las primeras tres categorías mencionadas los valores encontrados corresponden a una postura confrontativa: “En contra”, “Restitutiva” y “Retrospectiva”; por su parte, en la categoría “Víctimas” aparece un post que postula a las víctimas de las FARC como víctimas legítimas dentro del conflicto colombiano.

El gráfico 2 muestra la cantidad de apariciones de cada categoría y valor para la muestra del stakeholder One Million Voices Against FARC.

Gráfico 5. Categorías y valores para la muestra de AF



Racionalidad

De los cinco *posts* analizados, dos pudieron ubicarse como mensajes con una racionalidad instrumental, mientras que uno se ubicó como un mensaje con una racionalidad normativa.

Presidencia de la República (PR)

Primer periodo

Durante el primer periodo analizado, la categoría que más se presentó corresponde a “Preferencia frente al acuerdo de paz” con una puntuación de “a favor” en los cinco mensajes de la muestra.

Seguido de esta categoría, se encontró “Preferencia frente a la justicia transicional” con cuatro *posts* que puntuaron “A favor”. La concepción de justicia transicional prospectiva se reflejó en tres de los mensajes de este periodo, mientras que la restaurativa en uno de ellos.

En este grupo de *posts* destaca además la alusión en dos de los mensajes a la categoría “Paz”, con una puntuación a favor. Finalmente, aparece un *post* en el que se alude a las víctimas con independencia del actor victimario.

Segundo periodo

Durante el segundo periodo observado, los mensajes se inclinaron más hacia el tema de la paz, cuatro de los cinco *posts* de la muestra abordan la categoría Paz con un valor de “A favor”. Esto se relaciona justamente con que este periodo es posterior al plebiscito por la paz en el que gana la opción contraria al gobierno, lo que lleva a que desde la presidencia se busquen vías para legitimar el acuerdo de paz.

Ahora bien, las categorías Apoyo a la justicia transicional y Apoyo al acuerdo de paz aparecen cada una en dos *posts* con puntuaciones A favor.

Finalmente, para las categorías Concepción de justicia transicional 1 y 2, aparece un mensaje con valores de Prospectiva y Restaurativa. Un *post* más se refiere a la categoría Legitimidad del Gobierno, con una puntuación de Legítimo y otro reivindica a las Víctimas de las FARC como víctimas legítimas dentro del conflicto.

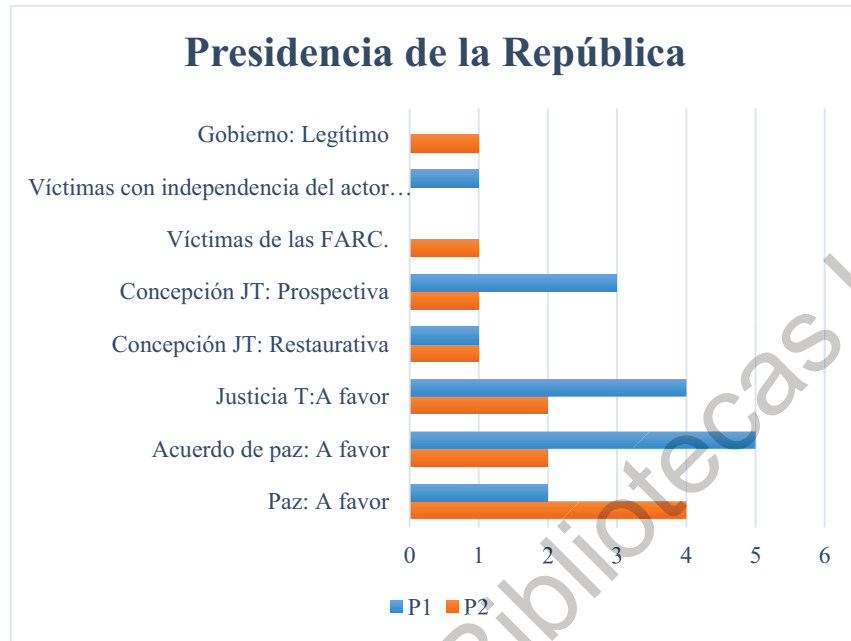
Comparación de los dos periodos

De las ocho categorías observadas para ambas muestras, cinco aparecen simultáneamente en el periodo 1 y el periodo dos. Se observa que mientras en el primer periodo la categoría que tiene más frecuencia obedece a Preferencia frente al acuerdo de paz, en el segundo periodo los mensajes se concentran más en la Paz como ideal abstracto. Esto, se relaciona con el hecho de que las publicaciones del primer periodo refieren mucho más al tema de los acuerdos con el objetivo de movilizar la intención de voto, mientras en el segundo periodo los mensajes tienden mucho más hacia lograr una legitimidad del acuerdo en términos de su efecto, la paz.

Ahora bien, pese a las diferencias en el énfasis de los mensajes, ambas muestras pueden catalogarse de acuerdo a la escala definida, como muestras con valores principalmente reconciliatorios.

El gráfico 3 presenta una síntesis de las categorías que se evidencian tanto en la primera como en la segunda muestra del *sktakeholder* Presidencia de la República.

Gráfico 6. Categorías y valores para las dos muestras de PR



Racionalidad

Para la primera muestra, todos los *posts* tuvieron argumentos con racionalidad instrumental, no obstante, una de las publicaciones tiene argumentos también de carácter normativo. Ahora bien, la segunda muestra contiene cuatro mensajes con argumentos instrumentales, uno de ellos con un argumento normativo en simultáneo, y una publicación más con argumentos de carácter normativo.

Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado (MV)

Primer periodo

De los cinco *posts* analizados durante el primer periodo, cuatro hicieron referencia a las categorías Preferencia frente al acuerdo de paz, Preferencia frente a la justicia transicional, con un valor de A favor y a Concepción de Justicia transicional con un valor de Prospectiva.

Tres de los mensajes hicieron alusión a la categoría Paz, con un posicionamiento A favor. También, tres *posts* hacen alusión a la concepción de justicia transicional Restaurativa.

En dos de las publicaciones se refleja la categoría víctimas con la alusión a la legitimidad de las víctimas independientemente del actor victimario.

Por su parte, aparecen la mención en uno de los *posts* para la categoría Legitimidad de las FARC, con valor de Legítimo, misma cantidad en la que aparece la alusión a las víctimas de agentes del Estado como víctimas legítimas.

Segundo periodo

En las publicaciones del segundo periodo las categorías que más aparecen son Paz y Preferencia frente al acuerdo de paz, ambas se reflejan en tres *posts* con puntuación de A favor para todos los casos.

Las categorías Concepción de justicia transicional restaurativa y Víctimas del Estado aparecen cada una en dos de las publicaciones. Finalmente, las categorías Preferencia frente a la justicia transicional, con un valor A favor, Concepción de justicia transicional, con valor de Retrospectiva, Víctimas con independencia del actor y Legitimidad de las FARC, con valor de Legítimo; aparecen cada una en una de las publicaciones.

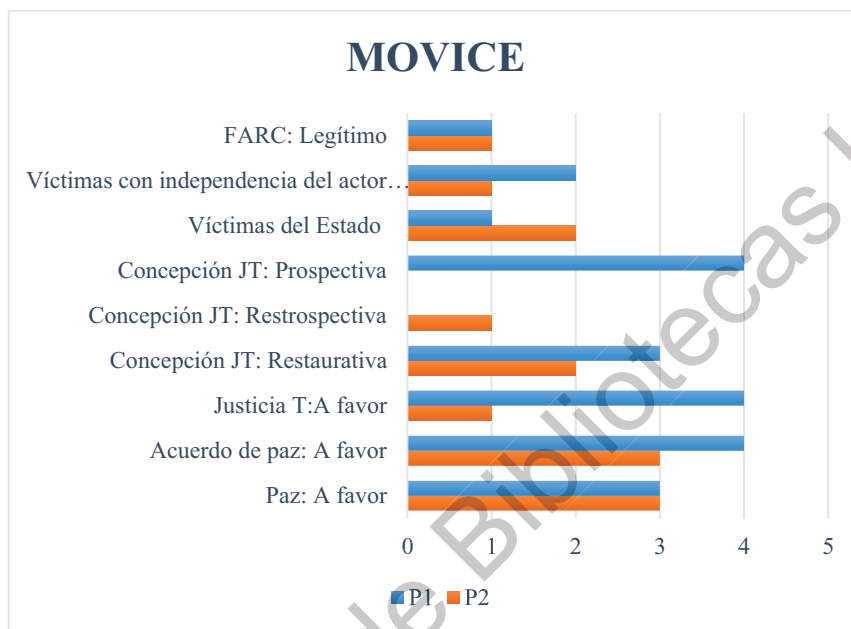
Comparación de los dos periodos

De acuerdo a lo observado, la muestra correspondiente al primer periodo tiene un fuerte énfasis en el tema del acuerdo de paz y la justicia transicional. Además, más de la mitad de los *posts* incluyen alusiones a la paz en abstracto. La muestra del segundo periodo tiene un énfasis similar, la Preferencia frente al acuerdo de paz sigue siendo la categoría que más veces se menciona en los mensajes, aunque el número de apariciones disminuye, de cuatro en el primer periodo a tres en el segundo.

Finalmente, dada la puntuación de las categorías para ambas muestras, puede asegurarse que hay una tendencia fuerte hacia una postura reconciliatoria. Dicha postura queda reflejada en ambos periodos, en el primero con la totalidad de las categorías incluidas, mientras que en el segundo sólo uno de los *posts* tiene puntuación confrontativa, en particular con respecto a una concepción confrontativa de la justicia transicional

El gráfico 4 sintetiza las categorías, con sus respectivos valores, que se reflejan en los *posts* del Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado.

Gráfico 7. Categorías y valores para las dos muestras de MV



Marcha Patriótica

Primer periodo

Durante el periodo de campaña, los *posts* del *stakeholder* Marcha Patriótica se refirieron a cinco de las categorías de análisis planteadas. La categoría que más se presentó corresponde a Paz, con una puntuación A favor, se encontró en cinco de las publicaciones. Por su parte, Preferencia frente al acuerdo de paz apareció en tres de los mensajes publicados con una puntuación de A favor. Con igual número de publicaciones aparece Concepción de justicia transicional con un valor de Prospectiva.

Finalmente, Concepción de justicia transicional con el valor de Restaurativa, aparece en una de las publicaciones de este periodo.

Segundo periodo

La muestra correspondiente al segundo periodo del *stakeholder* Marcha Patriótica es la que menos categorías refleja dentro de sus publicaciones. Para los *posts* analizados aparecen dos

categorías: Paz, con un valor de A favor aparece en cinco de los mensajes, mientras que Preferencia frente al acuerdo de paz, con un valor A favor, aparece en cuatro.

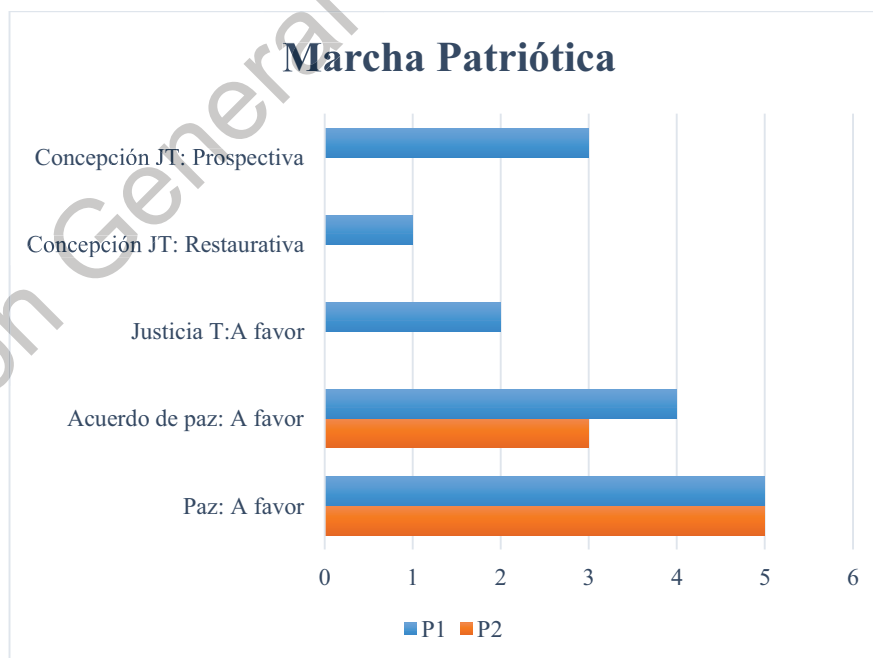
Comparación de los dos periodos

Para ambas muestras las categorías que se repiten son Paz y Preferencia frente al acuerdo de paz. Ambas categorías son las que más se reflejan en los dos periodos y sus valores coinciden. Esto significa, que ambas muestras tienen una inclinación hacia el posicionamiento reconciliatorio frente al acuerdo de paz.

De otro lado, llama la atención que en la primera muestra aparecen mensajes relacionados con la justicia transicional, con posicionamientos que reflejan también una postura reconciliatoria del *stakeholder*, mientras en la segunda muestra el tema de la justicia transicional no se aborda.

El gráfico 5 sintetiza las categorías y valores reflejados en las publicaciones correspondientes a los dos periodos analizados para el *stakeholder* Marcha Patriótica.

Gráfico 8. Categorías y valores para las dos muestras de MP



Comentarios, hilos de discusión y cambio de preferencias

El primer acercamiento a la muestra de comentarios se hizo a partir de una observación que permitió identificar patrones generales. Por un lado, se observa que entre más comentarios tiene la publicación es más probable que se desarrollen hilos de conversación. De otro lado, se observa que los comentarios que no conforman hilos de conversación con mucha frecuencia no hacen parte de una discusión con otros usuarios, y en pocas ocasiones son retomados por otros participantes.

Otro aspecto observado es que, si bien los administradores de las páginas tienen la opción de participar en las discusiones, lo hacen con poca frecuencia y cuando lo hacen no pretenden mediar discusiones sino dar mensajes de agradecimiento o reafirmación de algún comentario positivo.

A partir de esto, se toma como unidad de análisis el hilo de conversación, dado que en estos se observa preliminarmente una dinámica de intercambio entre los usuarios, siendo necesario un análisis complementario para entender si dicho intercambio puede resultar en una situación de discusión o deliberación política.

Por hilo de conversación se entiende la secuencia de comentarios que hacen los usuarios y que inician con la respuesta directa al comentario de otro usuario. La arquitectura de Facebook facilita la formación de estos hilos mediante la inclusión de la opción “responder” en los comentarios de las publicaciones.

Para el análisis detallado de los hilos de conversación se utilizó, para cada *stakeholder*, la publicación con más comentarios de cada periodo. De cada una de estas publicaciones se seleccionaron los tres hilos con más comentarios dentro de la publicación.

Se observaron dentro de los hilos de conversación las preferencias expresadas por los usuarios, en sus comentarios, respecto a la línea discursiva de la página. Una primera codificación se realizó a partir de la estructura misma de los hilos de comentarios. Posteriormente, se registraron por separado los comentarios y su posicionamiento para cada

uno los usuarios participantes dentro de la discusión, de esta forma es posible reconocer si en la dinámica de intercambio de mensajes dentro del hilo existe o no cambio de preferencias.

Otras categorías que se observaron en los comentarios corresponden a la respuesta y el tono. La respuesta se refiere a sí el comentario retoma o no algún comentario anterior en el sentido de bien complementarlo, rechazarlo o apoyarlo. El tono se refiere a la afectividad manifestada en el comentario en el sentido de si se escribe para atacar, insultar o burlarse de un usuario o argumento; para aportar información o responder sin incluir valoraciones de un usuario o argumento anteriores; o para exaltar, celebrar o reconocer algún argumento o a algún usuario dentro de la conversación. De igual manera, se incluye dentro del tono la alusión a actores políticos externos involucrados en la discusión, ponderando si se hace referencia a ellos de una manera despectiva, burlona o insultante; de una manera neutral o informativa; o de manera exaltante.

Algunos mensajes no contienen alusiones directas a la línea discursiva de la página, lo que implica que para la codificación deba tomarse como referencia el *post* en el que se da la interacción como contexto para la interpretación del comentario.

Tabla 12. Dimensiones de análisis para comentarios

Dimensión	Valores	Definición
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	En el contexto de la conversación el comentario se posiciona a favor de la línea discursiva de la página.
	Ambiguo	No es posible reconocer el posicionamiento del comentario frente la línea discursiva de la página.
	En contra	En el contexto de la conversación el comentario se posiciona en contra de la línea discursiva de la página.
Respuesta	Sí	El comentario responde o retoma un comentario anterior de otro usuario.
	No	El comentario no responde o retoma un comentario anterior de otro usuario.
Tono	Positivo	El comentario exalta a otro usuario, reconoce un comentario o argumento previo de otro usuario o

		agradece la participación de otro usuario en la conversación.
	Neutral	El comentario aporta información relacionada con la conversación o bien responde a un comentario de otro usuario sin contener calificativos positivos o negativos.
	Negativo	El comentario contiene términos que insultan o descalifican a un usuario y/o los argumentos que expresa. El usuario usa términos que descalifican o insultan a un actor político involucrado en la discusión.
	Mixto	El comentario contiene respuestas que pueden ser positivas, neutrales y/o negativas al tiempo.

La dimensión Cambio de preferencias fue evaluada a partir del posicionamiento de los usuarios respecto a la línea discursiva de la página. Para esto se agruparon los distintos comentarios de los usuarios dentro de los hilos de conversación analizados, lo que permitió establecer cuáles de los participantes de la discusión lo hicieron a través de varios comentarios y, así, poder medir si su posicionamiento cambió en el transcurso de la discusión.

También, se analizó para cada usuario la cantidad de interacciones con tono negativo, positivo, neutro o mixto. De esta manera es posible buscar una eventual relación entre el cambio de preferencias y el tono que se usa en la discusión.

Centro democrático

La línea discursiva del Centro Democrático, como se observa en el análisis de las publicaciones, es contraria al acuerdo de paz y tiene mensajes con una tendencia fuerte a la confrontación frente a este acuerdo.

Para efectos del análisis se seleccionaron los tres hilos de conversación con más comentarios para la publicación con mayor número de comentarios de cada periodo temporal del *stakeholder*. La publicación correspondiente al primer periodo se denomina CD1 y la publicación correspondiente al segundo periodo se denomina CDI2.

Los comentarios analizados en términos generales abordan temáticas relacionadas con actores políticos como Álvaro Uribe, el Centro Democrático mismo, el presidente Juan Manuel Santos, grupos paramilitares y las FARC.

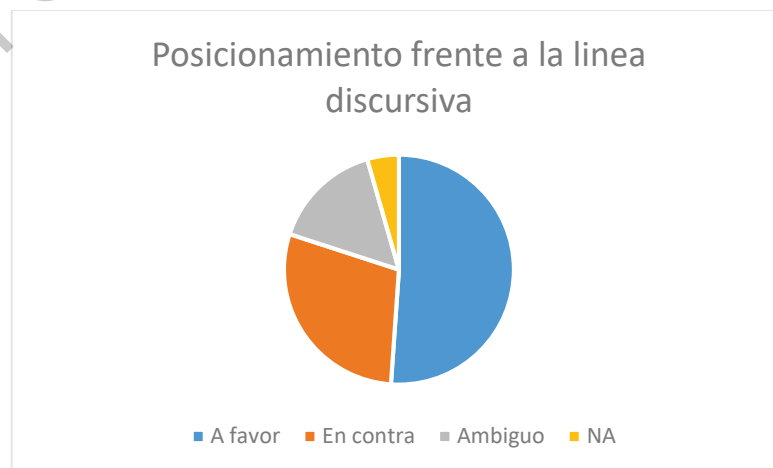
Dentro de los hilos de conversación analizados se encuentra un número significativamente alto de comentarios con un tono negativo, con una alta presencia de insultos y descalificaciones entre los mismos usuarios y hacia actores políticos externos respecto a la conversación.

Hilos de conversación CD1

Se analizaron los tres hilos de conversación con más comentarios. El total de comentarios analizados fue de 45, correspondiendo 28 al primer hilo, 9 al segundo hilo y 8 al tercero. Dentro de los tres hilos analizados participaron 26 usuarios diferentes, de los cuales 10 hicieron más de un comentario.

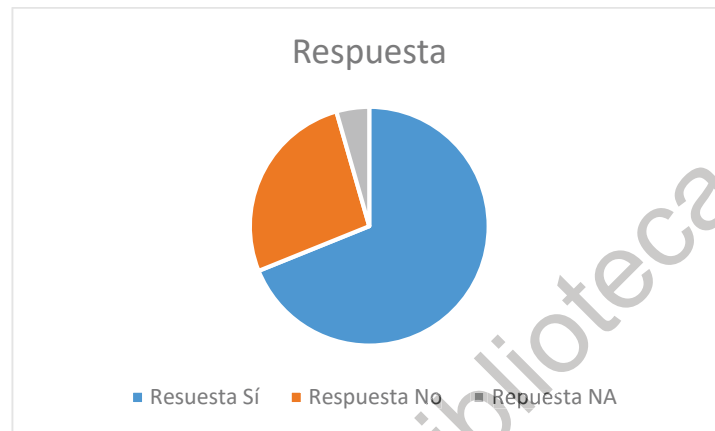
De acuerdo a la dimensión Preferencia frente a la línea discursiva de la página, alrededor de la mitad de los comentarios que aparecen en estos hilos pueden catalogarse con un posicionamiento favorable respecto al *stakeholder* Centro Democrático. Por su parte, el posicionamiento en contra de la línea discursiva del *Stakeholder* se observó en un 28,89% de los comentarios, mientras que un posicionamiento ambiguo apareció en el 17, 78% de los comentarios.

Gráfico 9. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en CD1



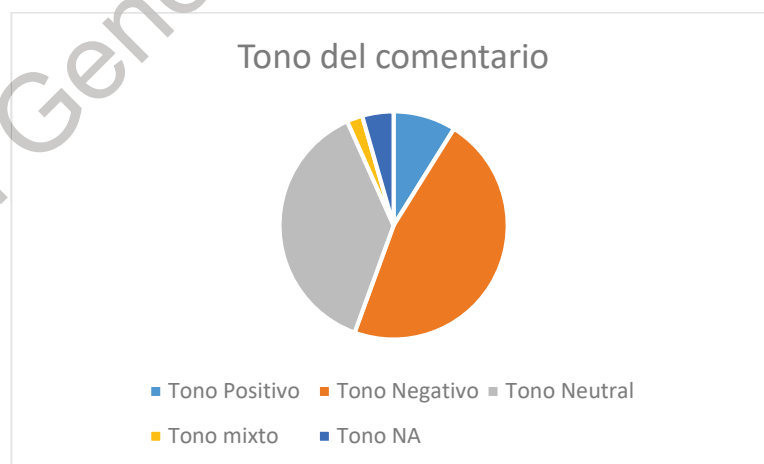
Respecto a la dimensión que analiza si el comentario es o no una respuesta a otro comentario, se observó para los hilos analizados que la gran mayoría, 68.89%, son respuestas a interacciones anteriores.

Gráfico 10. Dimensión Respuesta en CD1



En lo que tiene que ver con el tono, se observa un predominio del tono negativo en las interacciones de los usuarios, seguido del tono neutral. Los mensajes con tono positivo o que incluyen varios tonos en un mismo comentario aparecieron marginalmente dentro de los comentarios realizados por los usuarios.

Gráfico 11. Dimensión Tono en CD1



La siguiente contiene las frecuencias y porcentajes de aparición de cada dimensión para los hilos de comentarios analizados.

Tabla 13. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en CD1

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	22	48.89%
	En contra	13	28.89%
	Ambiguo	8	17.78%
	NA	2	4.44%
	Total	45	100%
Respuesta	Sí	31	68.89%
	No	12	26.67%
	NA	2	4.44%
	Total	45	100%
Tono	Positivo	4	8.89%
	Negativo	21	46.67%
	Neutral	17	37.78%
	Mixto	1	2.22%
	NA	2	4.44%
	Total	45	100%

Cambio de preferencias en CD1

Para este comentario, se analizaron tres hilos de conversación que en total contienen en total 37 comentarios de los cuales 12 corresponden al primer hilo, 16 al segundo y 9 al tercer hilo.

Para los hilos de comentarios analizados en el primer *post* se registró la participación de 26 usuarios, de los cuáles 10 comentaron la publicación en más de una ocasión.

Con estos 10 usuarios se realizó la medición del cambio de preferencia, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 14. Usuarios y cambio de preferencias en CD1

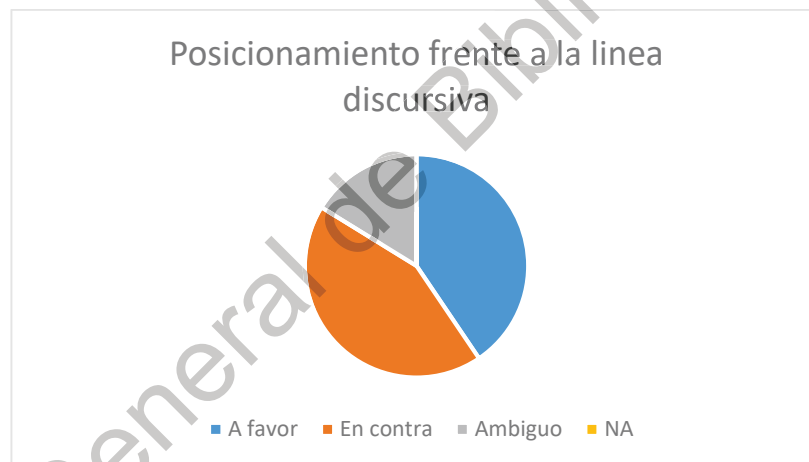
Usuarios	Usuarios totales	26
	Usuarios con más de un comentario	10
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	10

Para esta muestra se observa que el 100% de los usuarios que participaron en más de una ocasión en los hilos de conversación analizados no cambiaron sus preferencias respecto a su posicionamiento frente a la línea discursiva del *stakeholder*.

Hilos de conversación en CDII

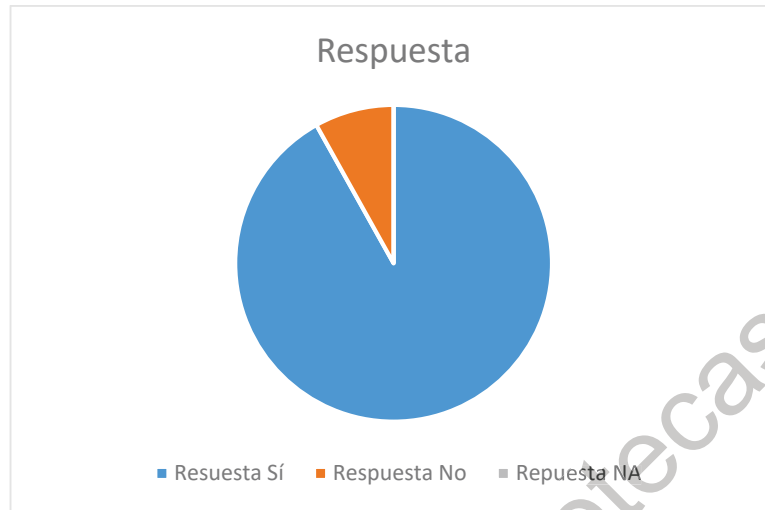
En los tres grupos de comentarios analizados para este *post* se encontró, contrario a los hilos anteriores, un mayor porcentaje de comentarios con un posicionamiento contrario a la línea discursiva del *stakeholder* de la página. En este caso, el porcentaje de comentarios en contra fue del 43,24%, el porcentaje de comentarios a favor correspondió al 40,54% y el 16,22% de comentarios mostraron un posicionamiento ambiguo.

Gráfico 12. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en CDII



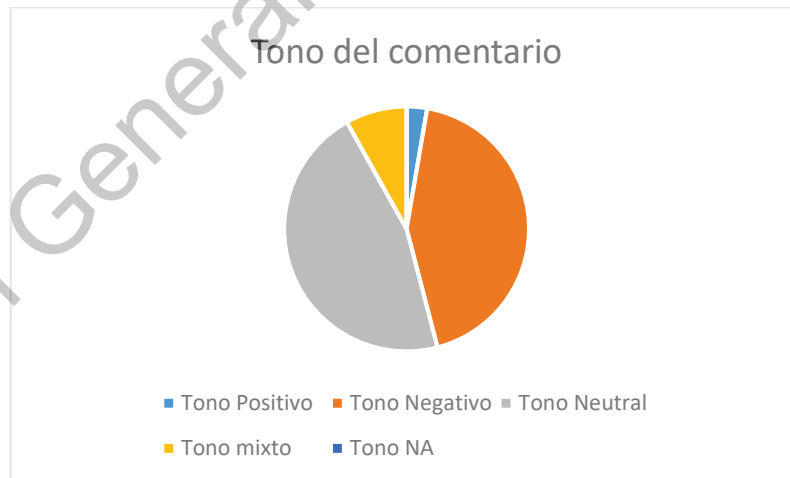
De otro lado, en lo que tiene que ver con si los comentarios son respuestas o no, el 91.89% correspondió a respuestas a comentarios anteriores, mientras el 8,11% correspondió a comentarios que no responden a ningún usuario que hubiera interactuado previamente.

Gráfico 13. Dimensión Respuesta en CDII



En lo que tiene que ver con el tono de los mensajes, la mayoría de los comentarios se ubicaron como negativos o neutrales: el tono negativo correspondió al 43.24%, mientras el tono neutral correspondió al 45,95%. Por su parte, un porcentaje bajo, 8,11%, correspondió a comentarios con tono positivo.

Gráfico 14. Dimensión Tono en CDII



La información de frecuencias y porcentajes se encuentra en la siguiente tabla.

Tabla 15. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en CDII

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	15	40.54%
	En contra	16	43.24%
	Ambiguo	6	16.22%
	NA	0	0.00%
	Total	37	100%
Respuesta	Sí	34	91.89%
	No	3	8.11%
	NA	0	0.00%
	Total	37	100%
Tono	Positivo	1	2.70%
	Negativo	16	43.24%
	Neutral	17	45.95%
	Mixto	3	8.11%
	NA	0	0.00%
	Total	37	100%

Cambio de preferencias en CDII

Para los tres hilos de conversación analizados, se encontraron 15 participantes distintos en la discusión, de los cuales sólo 6 participaron con más de un comentario dentro de los hilos de conversación.

Al igual que se observa en el *post* CD1, el 100% de los usuarios que participan de la discusión no cambian sus preferencias respecto al posicionamiento frente a la línea discursiva del *Stakeholder*.

La siguiente tabla muestra los resultados de la medición del cambio de preferencias para los seis usuarios que participaron de la conversación con más de un comentario.

Tabla 16. Usuarios y cambio de preferencias en CDII

Usuarios	Usuarios totales	15
	Usuarios con más de un comentario	6
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	6

One Million Voices Against FARC

La línea discursiva manifestada por el *stakeholder* One Million Voices Against FARC es, como se señaló en la caracterización presentada anteriormente, contraria al proceso de paz entre el Gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC. Se observa en sus publicaciones una fuerte inclinación a criticar el proceso de negociación, los efectos del acuerdo y a deslegitimar como actores políticos tanto al gobierno como a las FARC.

Para el análisis de los comentarios e hilos de discusión en las publicaciones de este *stakeholder* se tiene en cuenta sólo el periodo temporal correspondiente a la campaña por el plebiscito por la paz, esto tiene que ver con que para el segundo periodo seleccionado no se encontraron publicaciones en la página de Facebook de esta organización.

Una observación general de los comentarios permite ver la prevalencia de un posicionamiento expresado por los usuarios en favor de la línea discursiva de la página, es decir, en contra del proceso de paz. En la muestra compuesta por 24 comentarios se generan discusiones que giran principalmente alrededor de temas puntuales del acuerdo de paz, como los auxilios económicos a los guerrilleros desmovilizados, y se citan textualmente apartados del texto del acuerdo de paz seguidos de interpretaciones de usuarios y de los mismos administradores de la página.

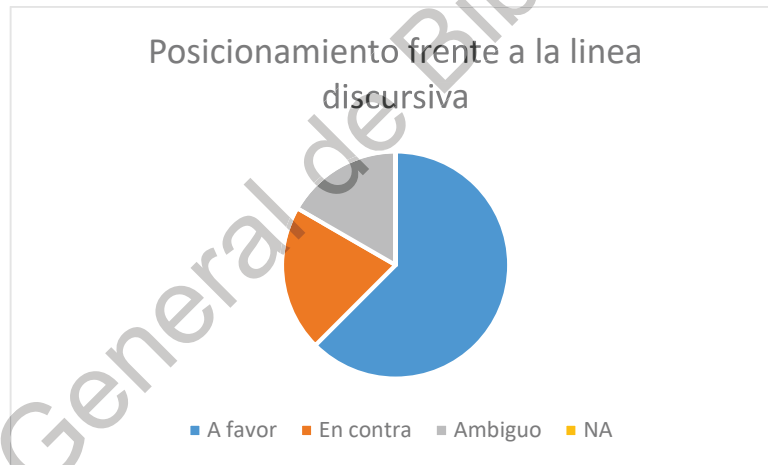
Por lo anterior, y como se verá más adelante, existe un número considerable de comentarios con tono neutral, en la medida que aportan información externa al debate dentro de los hilos de discusión.

Hilos de conversación en AF1

Para el análisis de los comentarios se seleccionó el *post* denominado *AF1*, al ser el que contaba con una cantidad mayor de comentarios entre la muestra total. Del total de comentarios se seleccionaron los tres hilos de conversación con más participación dando un total de 24 comentarios codificados.

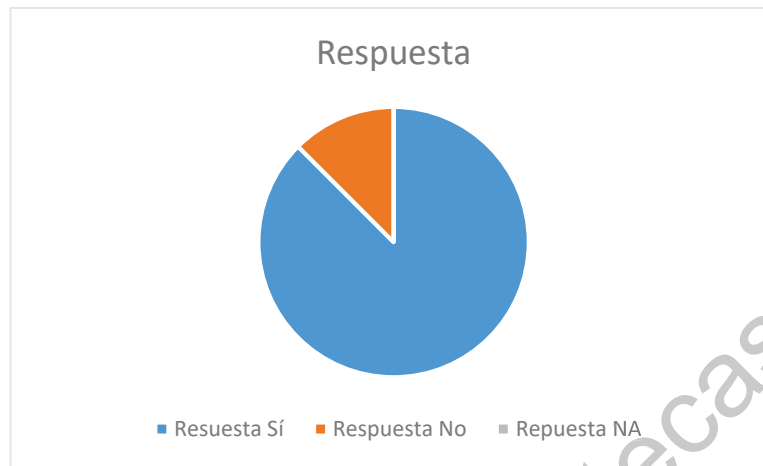
Para la dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva se encontró un 62.5% de comentarios con puntuación a favor, mientras que un 20.83% se codificaron como en contra de la línea discursiva; finalmente, el 16.67% tienen un posicionamiento que fue codificado como ambiguo en la medida que no puede identificarse claramente si están a favor o en contra de la postura del *stakeholder*.

Gráfico 15. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en AF1



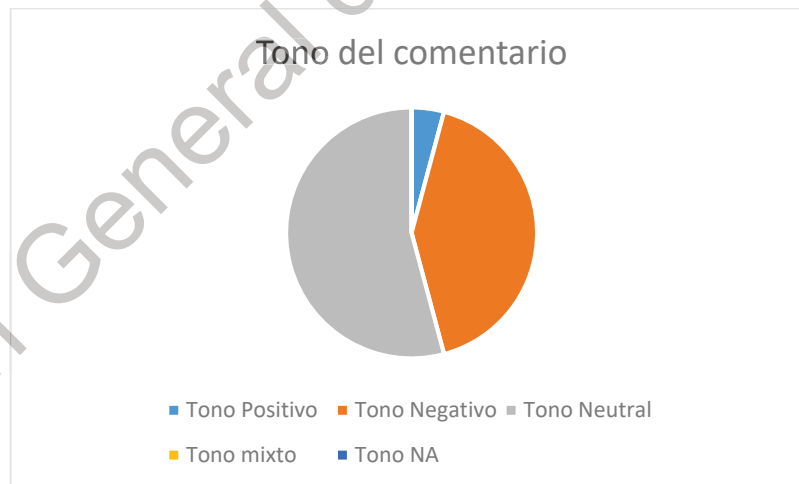
Para el caso de la dimensión Respuesta el 87.5% de los comentarios analizados corresponden a respuestas directas a comentarios anteriores en el hilo de conversación, mientras que el 12.5% no son respuestas a interacciones anteriores.

Gráfico 16. Dimensión Respuesta en AF1



Finalmente, en lo referente a la dimensión Tono del comentario se encontró un 54.17% de comentarios con tono neutral, mientras que el 41.67% corresponden a un tono negativo dentro de la discusión. Tan sólo el 4.17% (un comentario) tiene tono positivo dentro de la muestra analizada.

Gráfico 17. Dimensión Tono en AF1



La siguiente tabla resume las frecuencias de aparición de cada valor para las tres dimensiones analizadas en los comentarios del *post AF1*.

Tabla 17. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en AFI

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	15	62.50%
	En contra	5	20.83%
	Ambiguo	4	16.67%
	NA	0	0.00%
	Total	24	100%
Respuesta	Sí	21	87.50%
	No	3	12.50%
	NA	0	0.00%
	Total	24	100%
Tono	Positivo	1	4.17%
	Negativo	10	41.67%
	Neutral	13	54.17%
	Mixto	0	0.00%
	NA	0	0.00%
	Total	24	100%

Cambio de preferencias en AFI

En los 24 comentarios analizados de la publicación denominada *AFI* participaron un total de 16 usuarios entre los cuales 5 lo hicieron con más de un comentario dentro del hilo de discusión.

Entre los usuarios que participaron más de una vez se encuentra que la mayoría (4 usuarios) manifiestan una postura favorable respecto a la línea discursiva de la página, mientras que uno solo tiene un posicionamiento en contra de esta. No obstante, entre ninguno de los usuarios registrados se observan cambios frente a las preferencias expresadas respecto a la línea discursiva de la página.

La siguiente tabla resume la cantidad de usuarios que participan en la discusión y la cantidad de usuarios que cambian sus preferencias manifestadas.

Tabla 18. Usuarios y cambio de preferencias en AF1

Usuarios	Usuarios totales	16
	Usuarios con más de un comentario	5
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	5

Presidencia de la República

La línea discursiva de la Presidencia de la República, como se observa en el análisis de las publicaciones, está a favor al acuerdo de paz, los mensajes analizados en la primera parte de la investigación, contienen una inclinación fuerte hacia una postura reconciliatoria respecto al acuerdo de paz.

Para el caso de este *stakeholder* se utilizaron como muestra los tres hilos de conversación con más comentarios del *post* con mayor número de comentarios en cada uno de los dos periodos analizados. Los *posts* seleccionados se denominan PR1 y PR11.

Una visión general de los hilos de discusiones analizados en la página de Facebook del *stakeholder* Presidencia de la República permite observar las siguientes características generales.

Dentro de los comentarios analizados se encuentran constantes alusiones a temas secundarios en las publicaciones y profundización de discusiones en este sentido, por tal motivo se encuentra un número más alto de posicionamientos ambiguos en comparación con otras muestras, como se verá más adelante.

Además, pueden leerse referencias constantes a la inferioridad intelectual de los otros participantes de la discusión, representadas en expresiones que invitan a la gente a leer los textos del acuerdo de paz tildándolos de ignorantes y asumiendo que las diferencias en el posicionamiento frente a los diálogos de paz, u otros temas políticos conexos, tiene que ver con la falta de información de los interlocutores. Otras expresiones comunes en este mismo

sentido hacen énfasis en los errores ortográficos o de redacción de otros usuarios, justamente, para invalidarlos como participantes legítimos dentro de la discusión.

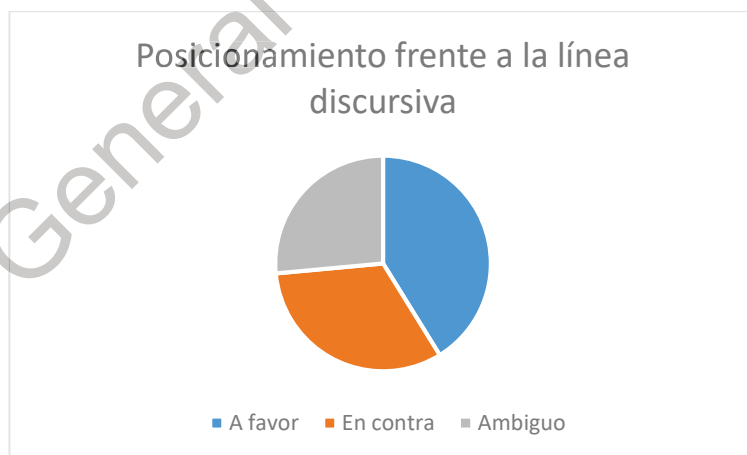
De esta forma, quien comenta se sitúa en una posición de superioridad desde la que valida su propio argumento e invalida el de los participantes de la discusión que tienen posturas distintas.

Hilos de conversación PR1

Para el análisis de comentarios de esta sección se utilizaron 34 *posts*, divididos en tres hilos de discusión. Algunos comentarios de los hilos fueron removidos de la base de datos pues estaban repetidos a causa de algún error de publicación por parte del usuario.

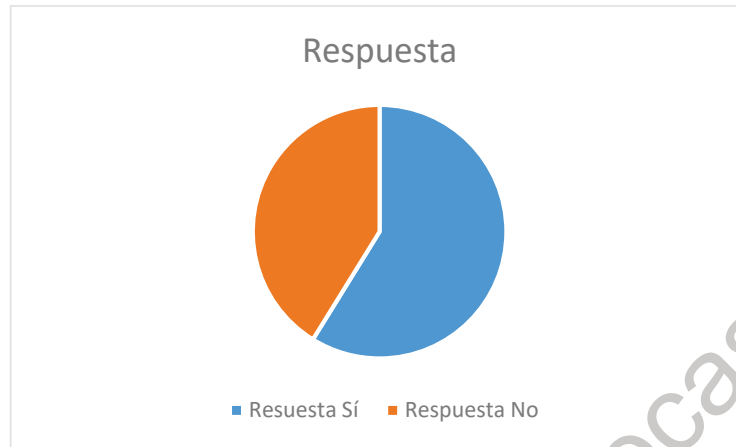
Para la dimensión posicionamiento frente a la línea discursiva de la página, se observó un 41,18% de comentarios a favor, mientras que el 35,35% se posicionaron en contra. Por su parte, los comentarios ambiguos tuvieron un 26,47%, cifra cercana al posicionamiento negativo.

Gráfico 18. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en PR1



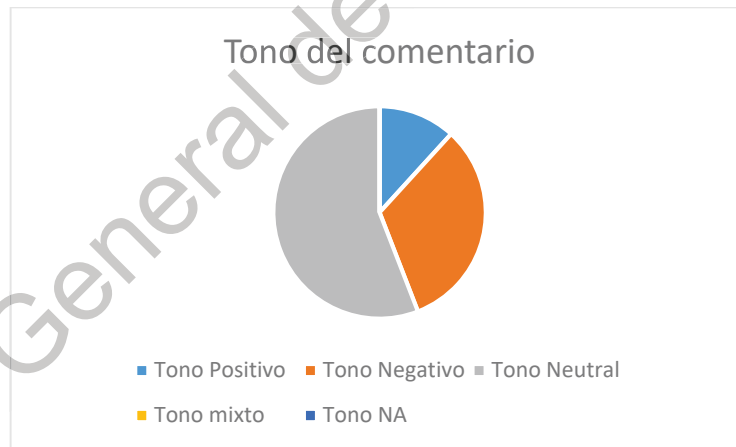
En lo concerniente a la cantidad de respuestas, se observó que más de la mitad de comentarios corresponden a interacciones en las que se contesta o se retoman aspectos de comentarios anteriores hechos por un usuario. El 58,82% fueron respuestas, mientras el 41,18% no lo fueron.

Gráfico 19. Dimensión Respuesta en PR1



En cuanto al tono, se observó una predominancia del tono neutral con 55,8%, seguido del tono negativo con 32,35%. Por su parte, los comentarios con tono positivo correspondieron al 11,76%.

Gráfico 20. Dimensión Tono en PR1



La siguiente tabla sintetiza las frecuencias y porcentajes para cada una de las dimensiones analizadas en los hilos de comentarios del *post* PR1.

Tabla 19. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en PRI

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	14	41.18%
	En contra	11	32.35%
	Ambiguo	9	26.47%
	NA	0	0.00%
	Total	34	100%
Respuesta	Sí	20	58.82%
	No	14	41.18%
	NA	0	0.00%
	Total	34	100%
Tono	Positivo	4	11.76%
	Negativo	11	32.35%
	Neutral	19	55.88%
	Mixto	0	0.00%
	NA	0	0.00%
	Total	24	100%

Cambio de preferencias en PRI

Como se señaló, de los 25 usuarios que interactuaron en los hilos analizados, 6 interactuaron en más de una ocasión. Con los comentarios de estos usuarios se realizó un análisis para observar si existe cambio de preferencias en el tiempo. El 100% de los usuarios no mostraron cambio de preferencias, algunos usuarios evidenciaron posicionamientos ambiguos seguidos de posicionamientos positivos o negativos según el caso. No obstante, esto no puede catalogarse como un cambio de preferencia en la medida que la ambigüedad comporta una preferencia de fondo que no puede evidenciarse en el texto del comentario.

La siguiente tabla sintetiza el número de usuarios presentes en la discusión, los usuarios que participan en ella varias veces y el total de usuarios que cambiaron o no de preferencias en el transcurso de la discusión.

Tabla 20. Usuarios y cambio de preferencias en PRI

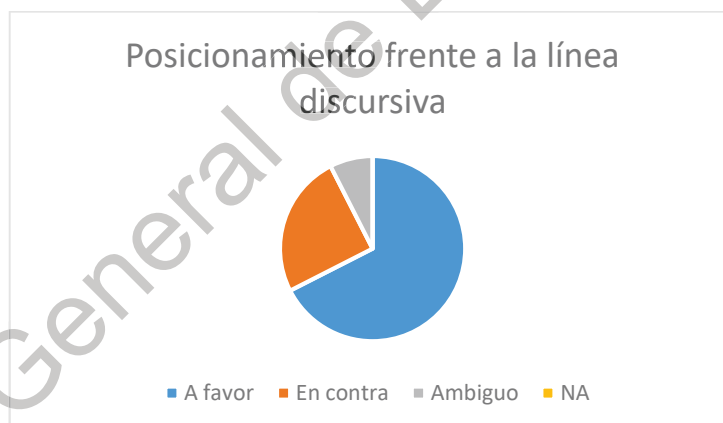
Usuarios	Usuarios totales	25
	Usuarios con más de un comentario	6
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	6

Hilos de conversación PRII

Para el análisis de comentarios se usaron 40 *posts* correspondientes a tres hilos de discusión.

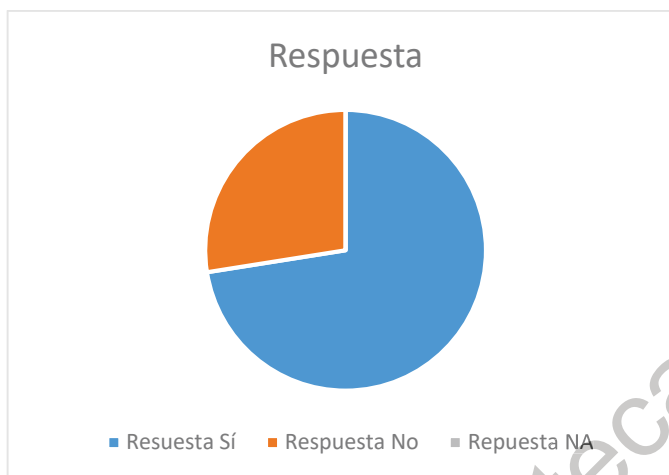
Para la dimensión posicionamiento frente a la línea discursiva de la página, se observó un 67.5% de comentarios a favor, mientras que el 25% se posicionaron en contra. Un 7.5% de los comentarios tuvieron posturas que pueden clasificarse como ambiguas respecto a la línea discursiva de la página.

Gráfico 21. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en PRII



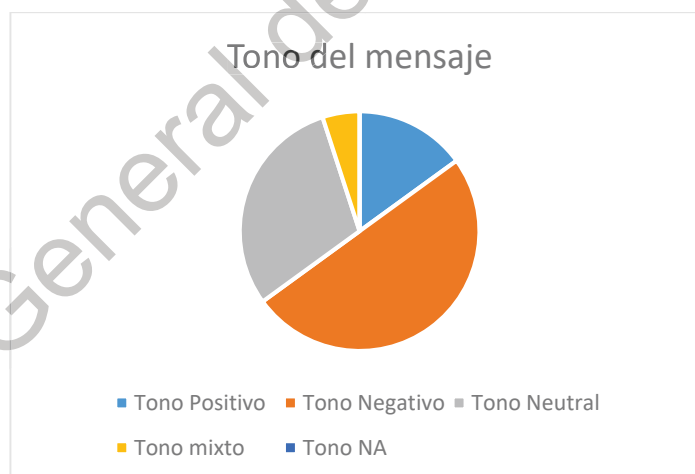
Respecto a la dimensión Respuesta, la mayoría de los comentarios, 72,5%, corresponden a respuestas a la interacción de otros usuarios. Por su parte, el 27,5% corresponde a comentarios que no se hacen para responder interacciones previas dentro del hilo de conversación.

Gráfico 22. Dimensión Respuesta en PRI1



En lo relacionado con el tono, la mitad de los comentarios corresponden a un tono negativo. Por su parte, el 30% corresponde a un tono neutro, el 15% tuvieron un tono positivo y el 5% registró tonos positivos y negativos en el mismo mensaje.

Gráfico 23. Dimensión Tono en PRI1



La siguiente tabla esquematiza las frecuencias de aparición de cada valor para las tres dimensiones usadas en el análisis de los hilos de conversación del *post* PRI1.

Tabla 21. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en PRII

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	27	67.50%
	En contra	10	25.00%
	Ambiguo	3	7.50%
	NA	0	0.00%
	Total	40	100%
Respuesta	Sí	29	72.50%
	No	11	27.50%
	NA	0	0.00%
	Total	40	100%
Tono	Positivo	6	15.00%
	Negativo	20	50.00%
	Neutral	12	30.00%
	Mixto	2	5.00%
	NA	0	0.00%
	Total	40	100%

Cambio de preferencias en PRII

Para el caso de los hilos de conversación correspondientes al *post* PRII, se encontraron 25 usuarios que participaron dentro de las discusiones, entre los cuáles 8 interactuaron más de una vez. Como en los *posts* analizados hasta ahora no se observan cambios de preferencia entre los usuarios, los 8 participantes mantuvieron su preferencia inicial manifestada con respecto a la línea discursiva de la página.

Curiosamente, un detalle que emergió del análisis de cambio de preferencias para este *post*, tiene que ver con que de la totalidad de usuarios que interactuaron más de una vez en los hilos, tan sólo uno tuvo un posicionamiento negativo respecto a la línea discursiva de la página. Se observa entonces que para este *post* los usuarios con posicionamientos que coinciden con la línea del *stakeholder* se mostraron más inclinados a participar en más de una ocasión.

La siguiente tabla concatena las cifras de usuarios que participaron en los hilos de discusión, los que lo hicieron más de una vez y el valor para la dimensión cambio de preferencia.

Tabla 22. Usuarios y cambio de preferencias en PR11

Usuarios	Usuarios totales	25
	Usuarios con más de un comentario	8
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	8

Marcha Patriótica

La línea discursiva del *stakeholder* Marcha Patriótica se puede ubicar como favorable al proceso de paz entre el Estado colombiano y las FARC en función de los mensajes analizados en la primera parte de la investigación. Para el análisis de los comentarios se tomaron como muestra los tres hilos de conversación con mayor cantidad de comentarios en el *post* con mayor cantidad de los mismos para cada periodo. Respectivamente se denominan MP1 y MPI1.

Para el *post* denominado MP1 se analizaron 93 comentarios divididos en tres hilos de conversación, mientras que para el *post* denominado MPI1 se analizaron 67, divididos en el mismo número de hilos.

Una observación general de los comentarios presentes en los *posts* seleccionados permite ver cómo en el intercambio de mensajes las referencias al *post* se van perdiendo rápidamente y, en cambio, los usuarios se concentran en discusiones sobre temas derivados -relacionados con el contexto político colombiano y con el conflicto- pero con énfasis en el ataque la posición política del contrario y a los personajes cercanos a ésta. Es decir, los comentarios en lugar de continuar con la línea del mensaje emitido por el *stakeholder* hacen referencia a temas como la legitimidad del Uribismo, las FARC, la incompetencia de los interlocutores o a discusiones sobre qué actor político es más ilegítimo, más violento o ha cometido más crímenes.

Todo esto da cuenta de un clima de polarización alta en las discusiones, lo que no permite que se entablen diálogos en los que se intercambien argumentos racionales ni se generen dinámicas de horizontalidad.

Dentro de la muestra analizada para el primer periodo del *stakeholder* Marcha Patriótica llama la atención el intercambio de mensajes entre cuatro usuarios distintos, con un tono altamente confrontativo que empezó con el cuestionamiento al intelecto de un usuario a otro y terminó en insultos. Usuarios con posturas opuestas descalificaron las posiciones de los otros sin llegar, por supuesto, a ningún acuerdo. Este ejemplo es llamativo en la medida que es la secuencia de discusión entre usuarios más larga y con contenido más confrontativo que se observó en las muestras seleccionadas.

En la discusión seis usuarios distintos intercambian mensajes, divididos en dos bandos: uribistas y no uribistas. Los usuarios de ambos bandos descalifican a los contrarios y se apoyan entre sí. Generalmente los argumentos se dirigen contra las personas involucradas al calificarlas, de manera peyorativa, como “ignorantes”, “adoctrinados”, “uribestias” e incluso con insultos de alto calibre. Lo anterior se ilustra en este apartado de la discusión:

Diana *Mentiras lo del uribismo que sólo quieren confundir al que no se informa al que no le importa el país Es tan ilógico seguir a uribe sabiendo que les quito la pensión la salud daño el trabajo con sus cooperativas de trabajo Y quieren que sea impune*

Astrid *pobre ignorante.diana(...)*

Diana *Lean tapados para eso es público los acuerdos siguen a un delincuente que les quito la pensión*

Marina *Dianita no te preocupes no gastes tu valioso tiempo con ellos hablan sin sentido y de todas maners vamos co ese SI Q ES LO Q IMPORTA*

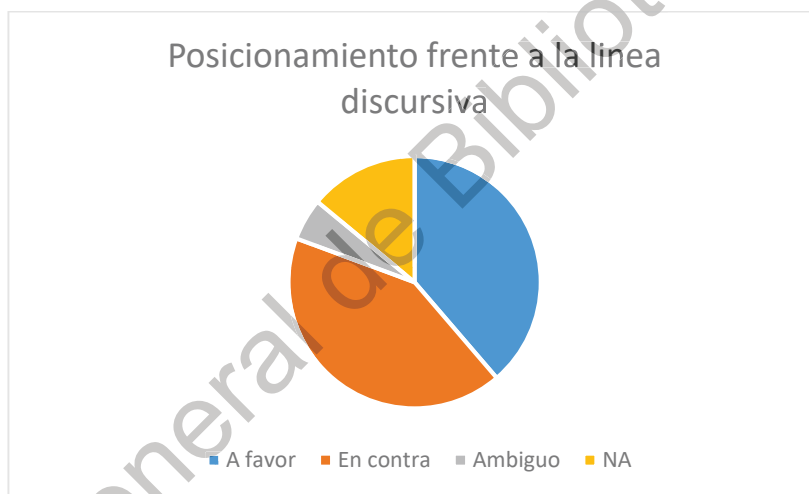
Si bien, los usuarios de ambos bandos tratan de exponer razones que, a su juicio, apoyan su postura política, lo que predomina en la discusión es el deseo de demostrar la incapacidad del otro y, en última medida, descalificarlos como interlocutores.

Este ejemplo, más allá del análisis de frecuencias observado bajo la metodología propuesta, da cuenta del clima de polarización que se suscitó en los espacios de discusión en Facebook analizados en este trabajo.

Hilos de conversación en MP1

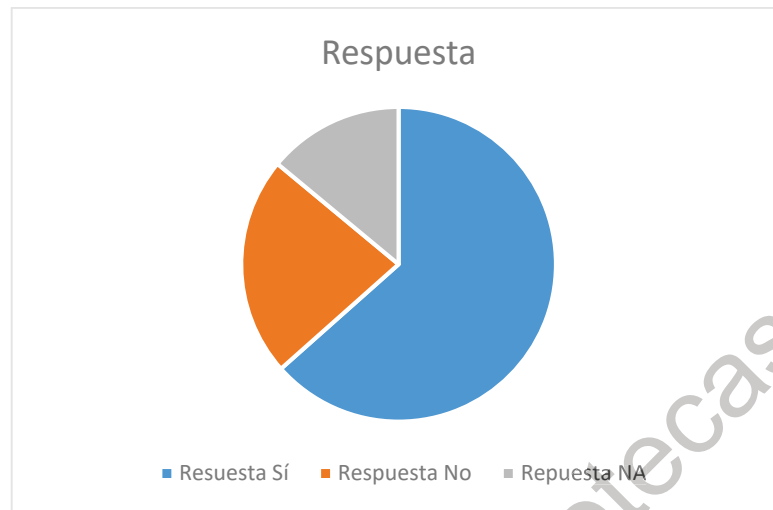
Para los 93 comentarios analizados se observó: respecto a la dimensión posicionamiento frente a la línea discursiva de la página aparece un 38.71% de comentarios a favor, mientras que el 41.94% se posicionaron en contra y un 5.38% pueden ubicarse como ambiguos respecto a la línea discursiva de la página.

Gráfico 24. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en MP1



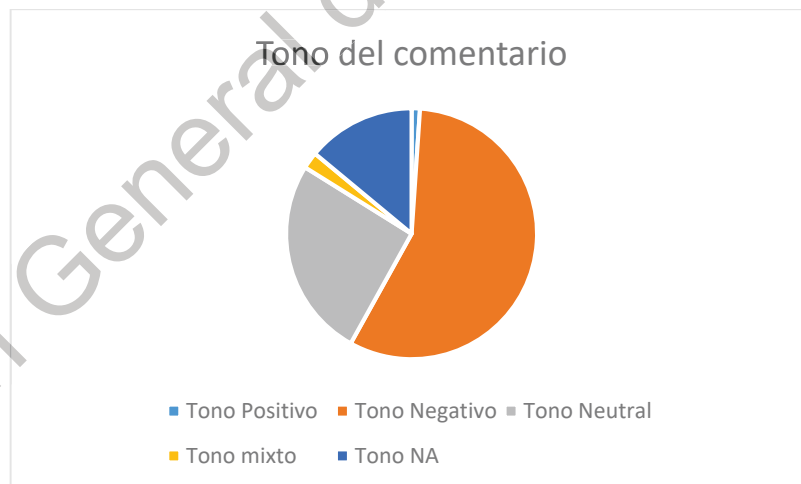
Respecto a la dimensión Respuesta, un 63.44% de los comentarios pueden catalogarse como respuestas a una interacción anterior, mientras que un 22.58% no se consideran respuestas a comentarios anteriores.

Gráfico 25. Dimensión Respuesta en MP1



En lo referente al tono de los mensajes, se encontró que el 56.99% de los mensajes corresponden a un tono negativo, el 25.81% a un tono neutral, el 2.15% tiene un tono mixto y tan sólo el 1.08% tienen un tono positivo en su enunciación.

Gráfico 26. Dimensión Tono en MP1



Para las tres dimensiones analizadas el 13.98% de los mensajes fueron codificados como NA, al no encontrarse en ellos información codificable que permitiera ubicar el mensaje dentro de alguna de las categorías. Esto corresponde, generalmente, a comentarios sin contenido codificable.

La siguiente tabla da cuenta de las frecuencias con las que apareció cada valor para las tres dimensiones analizadas en los comentarios del *post* MP1.

Tabla 23. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en MP1

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	36	38.71%
	En contra	39	41.94%
	Ambiguo	5	5.38%
	NA	13	13.98%
	Total	93	100%
Respuesta	Sí	59	63.44%
	No	21	22.58%
	NA	13	13.98%
	Total	93	100%
Tono	Positivo	1	1.08%
	Negativo	53	56.99%
	Neutral	24	25.81%
	Mixto	2	2.15%
	NA	13	13.98%
	Total	93	100%

Cambio de preferencias en MP1

En los tres hilos de conversación correspondientes al *post* MP1 se analizaron 93 mensajes en los que participaron un total de 46 usuarios distintos. De estos 46 solamente 13 hicieron más de un comentario durante la secuencia de intercambio de mensajes.

Entre los usuarios con más de un comentario se observa una mayoría, ocho casos, que se ubican con posturas contrarias a la línea discursiva de la página, mientras que cuatro mantuvieron posturas a favor de la línea discursiva de la página, uno de los usuarios mantuvo a lo largo de la discusión un posicionamiento que se codificó como ambiguo. No obstante, en ninguno de los casos se observa cambio de preferencias en lo expresado frente a la línea discursiva de la página.

La siguiente tabla resume la cantidad de usuarios participantes en los hilos de discusión analizados y la frecuencia en el cambio de preferencias manifestadas.

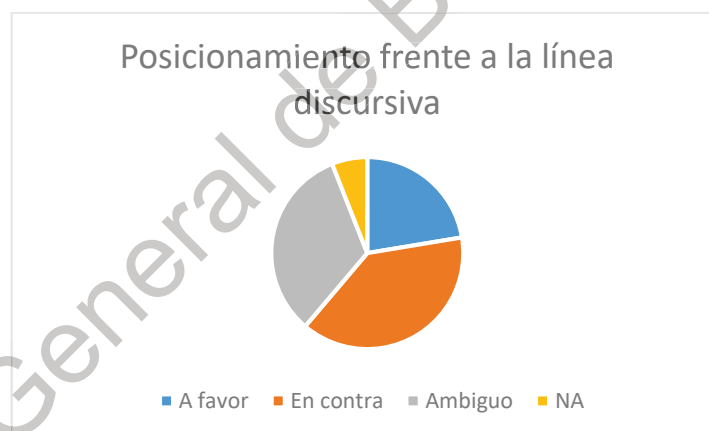
Tabla 24. Usuarios y cambio de preferencias en MPI

Usuarios	Usuarios totales	46
	Usuarios con más de un comentario	13
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	13

Hilos de conversación en MPII

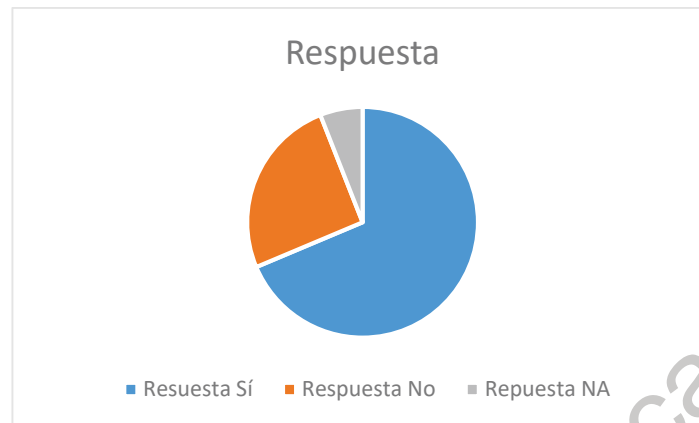
Para los 67 comentarios analizados, correspondientes a los hilos de conversación con más respuestas en el *post MPII*, se observó respecto a la dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva un 38.81% de comentarios en contra, por su parte el 32.84% muestran posiciones codificadas como ambiguas y el 22.39% manifiestan un posicionamiento que puede ubicarse como a favor respecto a la línea discursiva del *stakeholder*.

Gráfico 27. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva en MPII



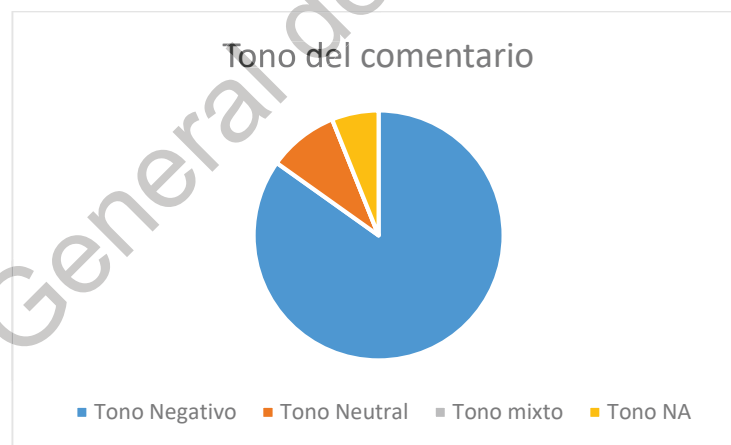
Respecto a la dimensión Respuesta, se observa un 68.66% de comentarios que corresponden a respuestas a comentarios de otros usuarios, mientras que el 25.37% no pueden ser considerados respuestas directas a algún comentario anterior.

Gráfico 28. Dimensión Respuesta en MPII



Para el caso de la dimensión Tono del comentario se observa un 83.58% de comentarios con tono negativo, un 8.96% con tono neutral, y un 1.49% corresponden a comentarios con tono positivo. En esta muestra no se encontraron comentarios que pudieran codificarse con tono mixto.

Gráfico 29. Dimensión Tono en MPII



Para esta muestra se encontró un 5.97%, 4 comentarios, codificados como NA al no ser posible asignarles algún valor dentro de las dimensiones de análisis establecidas.

La siguiente tabla resume las frecuencias de aparición de cada valor para las tres dimensiones analizadas.

Tabla 25. Frecuencias y porcentajes análisis de comentarios en MPII

Dimensión	Valor	Frecuencia	Porcentaje
Preferencia frente a la línea discursiva de la página	A favor	15	22.39%
	En contra	26	38.81%
	Ambiguo	22	32.84%
	NA	4	5.97%
	Total	67	100%
Respuesta	Sí	46	68.66%
	No	17	25.37%
	NA	4	5.97%
	Total	67	100%
Tono	Positivo	1	1.49%
	Negativo	56	83.58%
	Neutral	6	8.96%
	Mixto	0	0.00%
	NA	4	5.97%
	Total	67	100%

Cambio de preferencias en MPII

En los tres hilos de conversación seleccionados para el *post MPII* se analizaron 67 comentarios en los que participaron en total 36 usuarios diferentes de los cuales 11 hicieron más de un comentario.

Entre los 11 usuarios que participaron en más de una ocasión en el hilo de conversación 5 tienen posicionamientos en contra de la línea discursiva de la página, 4 tienen un posicionamiento mayoritariamente ambiguo y tan sólo 2 manifiestan un posicionamiento a favor de la línea discursiva de la página. No obstante, entre ninguno de los usuarios se observan cambios en las preferencias manifestadas respecto a la línea discursiva de la página, como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 26. Usuarios y cambio de preferencias en MPII

Usuarios	Usuarios totales	36
	Usuarios con más de un comentario	11
Cambio de preferencias	Sí	0
	No	11

Cabe aclarar que en algunos usuarios se encuentran comentarios ambiguos combinados con otro posicionamiento, este comportamiento no se codifica como cambio de preferencia manifestada en la medida que la ambigüedad radica en la falta de referentes en el mensaje aislado para dar cuenta de la expresión de un posicionamiento claro. Cuando los mensajes se leen en conjunto queda claro en estos casos que el posicionamiento de los usuarios es constante.

Comparación entre *stakeholders*

Para hacer un análisis de los hilos de comentarios de todas las páginas seleccionadas se comparó su comportamiento respecto a cada una de las dimensiones de análisis, además de esto se calculó la media para efectos de conocer cuáles de los hilos de conversación tenían mayor desviación y tratar de comprender esto a la luz de las características de cada grupo de comentarios.

Respecto a la dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva del *stakeholder* se encontró que la media más alta (45.96%) corresponde al posicionamiento favorable de los comentarios respecto a la línea discursiva de la página. Esto se puede interpretar en términos de que hay una mayor tendencia de los usuarios a interactuar en páginas que refuerzan sus propias creencias y posturas.

De otro lado, se observa que el posicionamiento contrario respecto a la línea discursiva del *stakeholder* es la segunda media más alta (33.01%) lo que significa que, aunque una proporción más alta coinciden con el posicionamiento de la página, hay presencia de usuarios que interactúan para oponerse a los mensajes emitidos y tratar de generar discusiones en los hilos de comentarios.

No obstante, las demás dimensiones permiten entender de una manera más profunda de qué manera se desarrollan dichas discusiones con miras a establecer qué tipo de intercambio de argumentos generan los usuarios.

La siguiente tabla presenta los porcentajes de aparición de cada valor para la dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva de la página, además de la media para cada uno de los valores.

Tabla 27. Dimensión Posicionamiento frente a la línea discursiva de la página para los 5 stakeholders

Valor	CD1	CDI1	AF1	PR1	PRI1	MP1	MPI1	Media
A favor	48.89%	40.54%	62.50%	41.18%	67.50%	38.71%	22.39%	45.96%
En contra	28.89%	43.24%	20.83%	32.35%	25.00%	41.94%	38.81%	33.01%
Ambiguo	17.78%	16.22%	16.67%	26.47%	7.50%	5.38%	32.84%	17.55%
NA	4.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.98%	5.97%	3.48%

Ahora bien, la observación de los hilos de comentarios con mayor desviación permite observar que, en relación con el posicionamiento a favor, la muestra con mayor diferencia positiva es la correspondiente al *post* PRI1 (67.5%), es decir a la página de la Presidencia de la República, durante el segundo periodo post electoral. En términos contextuales, el momento en que se emitió este mensaje corresponde a la firma del acuerdo de paz definitivo y al galardón de Juan Manuel Santos había con el Premio Nobel de Paz.

En lo relacionado con el posicionamiento en contra, se observa que el hilo de conversación con mayor desviación en términos positivos (43,24%) corresponde a CDI1, es decir el Centro Democrático en el periodo post campaña. Esto de igual manera tiene relación con el contexto de firma del acuerdo definitivo y la obtención del Nobel de Paz por parte Juan Manuel Santos. El Centro Democrático, como principal actor opositor de Santos, tuvo una mayor cantidad de detractores entre sus usuarios de Facebook en este periodo dado que el contexto político no le era favorable.

Si bien estos dos hechos no pueden analizarse como elementos causales, sí permiten vislumbrar que un escenario favorable para el *stakeholder* está relacionado con una mayor presencia de apoyo a sus mensajes en las interacciones de su página de Facebook, de igual manera, un contexto político desfavorable tiene relación con un mayor rechazo al *stakeholder*.

Ahora bien, respecto al posicionamiento a favor, el hilo de comentarios con la mayor desviación en términos negativos respecto a la media general corresponde a la MPI1, es decir al segundo periodo del *stakeholder* Marcha Patriótica. Como se verá más adelante, en este

hilo de conversación, hay una mayor cantidad de comentarios con tono negativo respecto a los demás hilos de conversación.

En lo relacionado con el posicionamiento en contra, el hilo de conversación con una mayor desviación, en términos negativos, respecto a la media corresponde a AF1 (20.83%), situación relacionada con que en el escenario de la campaña al plebiscito por la paz los usuarios de dicha página fueron principalmente personas afines a la ideología de la misma, es decir opositores al acuerdo de paz.

Ahora bien, en lo relacionado con el tono de los mensajes se observó una prevalencia alta del tono negativo en los comentarios, con una media de 50.64%, seguido por el tono neutral, con una media de 36.94%. El tono positivo aparece con una media bastante baja, 6.44%.

Esto muestra que el intercambio de mensajes entre usuarios de las páginas analizadas principalmente se desarrolla en un clima de confrontación –Tono Negativo- en el que los usuarios se descalifican entre sí en la mayoría de los casos lo que dificulta que exista intercambio de argumentos.

La presencia del tono neutral por debajo del tono negativo deja ver que hay algún intercambio de información en la discusión, pero éste no es el principal uso que se da a la interacción en las secciones de comentarios.

La siguiente tabla presenta los porcentajes de aparición de cada valor para la dimensión Tono del mensaje, además de la media para cada uno de los valores.

Tabla 28. Dimensión Tono para los 5 stakeholders

Valor	CD1	CDI1	AF1	PR1	PRI1	MP1	MPI1	Media
Tono Positivo	8.89%	2.70%	4.17%	11.76%	15.00%	1.08%	1.49%	6.44%
Tono Negativo	46.67%	43.24%	41.67%	32.35%	50.00%	56.99%	83.58%	50.64%
Tono Neutral	37.78%	45.95%	54.17%	55.88%	30.00%	25.81%	8.96%	36.94%
Tono mixto	2.22%	8.11%	0.00%	0.00%	5.00%	2.15%	0.00%	2.50%
Tono NA	4.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.98%	5.97%	3.48%

Ahora bien, referente al tono negativo se encuentra que el conjunto de comentarios correspondientes al *post* MPI1 tienen la desviación más alta en términos positivos respecto a

la media. Como se observó anteriormente esta publicación es también la que tiene una mayor cantidad de usuarios con posicionamientos en contra. Esto permite observar la relación entre el rechazo de los usuarios a la postura del *stakeholder* y el uso de un tono negativo en la discusión, lo que genera polarización e impide el intercambio de argumentos y el cambio de preferencias.

Para el caso del tono positivo, el *post* con mayor desviación con orientación positiva es el PRI1, que como se mencionó también corresponde al que cuenta con una mayor cantidad de mensajes con posicionamiento afín. En este sentido, se observa también una relación entre mayor cantidad de comentarios a favor del mensaje y la proliferación del tono positivo.

Conclusiones

El propósito de este trabajo fue analizar los mensajes en Facebook de cinco actores políticos -involucrados de manera distinta con el proceso de paz entre el gobierno colombiano y las FARC-EP- y explorar una posible relación con potenciales procesos de deliberación política y cambio de preferencias, entre los usuarios de esta red social.

Para el caso de los mensajes de los cinco actores políticos seleccionados (Centro Democrático, One Million Voices Against FARC, Movimiento de Víctimas de Crímenes de Estado, Presidencia de la República de Colombia y Marcha Patriótica) se utilizó un instrumento de análisis semántico, basado en el método del Manifiesto Project (Alonso et al., 2012), con categorías que surgieron de la revisión de literatura sobre el conflicto, la deliberación política y la justicia transicional (Gambetta, 2001; Gil Blasco, 2018; Przeworski, 2001; Stokes, 2001). Este análisis permitió hacer una caracterización de los mensajes presentes en las páginas analizadas y encontrar algunas regularidades respecto a los posicionamientos expresados por los actores políticos en relación con su ideología política y su condición de victimización en el contexto del conflicto colombiano, como se verá a continuación.

Posicionamiento de los stakeholders

Las publicaciones de las páginas, consideradas individualmente, muestran, frente a las dimensiones analizadas, líneas de posicionamiento muy consistentes. Aquellas que se posicionan a favor del proceso de paz, comúnmente lo hacen en todas las publicaciones y además se corresponde un posicionamiento a favor de temas como la justicia transicional y la legitimidad de los actores vinculados al proceso de paz colombiano.

Esta situación ocurre de la misma manera para las páginas que tienen posicionamientos contrarios al proceso de paz, las cuales en sus publicaciones muestran consistentemente un posicionamiento negativo frente a la justicia transicional y frente a la legitimidad de los actores vinculados en el acuerdo de paz.

Para el caso de las variables que miden la concepción de justicia transicional se encuentran coincidencias entre los actores que se postulan en contra de la justicia transicional y posiciones retrospectivas y/o retributivas. De igual manera, para actores que se muestran a favor de la justicia transicional se pueden observar comúnmente concepciones de justicia relacionadas con lo prospectivo y/o restaurativo.

En otras palabras, entre los actores analizados se observó una regularidad: cuando en los mensajes hacían énfasis en el castigo a los victimarios (concepción retributiva), también lo hacían en develar los hechos ocurridos en el pasado (concepción retrospectiva). De igual manera, cuando los mensajes evidenciaban un posicionamiento en favor de la aplicación de medidas de reparación a las víctimas (concepción restaurativa) también aparecían posicionamientos en favor de construir procesos de reconciliación (concepción prospectiva) (Gil Blasco, 2018).

Además, se observó que la tendencia de los mensajes en relación con el apoyo al proceso de paz y la justicia transicional está fuertemente relacionada con el posicionamiento político del actor y no con su condición de actores que reivindican, o no, los derechos de las víctimas.

De esta manera, se puede afirmar que la Hipótesis 1 es rechazada, en la medida que la condición de cada *stakeholder* en términos de ser, o no, víctimas no predice su posicionamiento frente al acuerdo de paz o la justicia transicional.

No obstante, se acepta la Hipótesis 2 en la medida que el posicionamiento político de los *stakeholders* sí puede considerarse un predictor de su posicionamiento frente al acuerdo de paz y la justicia transicional. La información recabada y el análisis semántico permiten reconocer una fuerte tendencia de los actores políticos de derecha a posicionamientos contrarios al proceso de paz y la justicia transicional y los actores con posturas más progresistas, incluyendo la Presidencia de la República⁴, tuvieron una tendencia más fuerte

⁴ Si bien el gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2018) no se considera progresista en términos económicos, sí mostró una postura más abierta respecto a gobiernos anteriores con relación al conflicto armado. Desde el principio Santos manifestó abiertamente el reconocimiento de un conflicto armado interno y avanzó en una agenda de negociación con las FARC y el ELN en busca de una solución pacífica a la confrontación con estos grupos armados; esto significó una ruptura ideológica con los sectores políticos más conservadores como el denominado Uribismo.

hacia un posicionamiento positivo frente al acuerdo de paz y la implementación del proceso de justicia transicional.

Respecto al análisis comparativo de los *posts* se puede afirmar que cada *stakeholder* mantiene su posicionamiento respecto al proceso de paz y la justicia transicional durante el tiempo analizado. No obstante, puede observarse un cambio de énfasis respecto a las dimensiones evaluadas, es decir, las páginas mantienen coherencia en su posicionamiento frente al acuerdo de paz, la justicia transicional y la legitimidad de los actores involucrados en la negociación, pero los mensajes de cada periodo enfatizan aspectos distintos dentro de las discusiones que plantean. Esto permite aceptar la Hipótesis 4, en la medida que los *stakeholders* mantienen sus posturas, aunque cambie el énfasis de los mensajes emitidos.

¿Deliberación y cambio de preferencias en Facebook?

A partir de los datos analizados no puede afirmarse que en el cambio de preferencias de los usuarios que participan de discusiones se vea alterado por la línea discursiva de la página, con esto se rechaza la Hipótesis 3. Es decir, la forma en que interactúan los usuarios, el tono de los mensajes y el nulo cambio de preferencias, es una constante en los hilos de conversación correspondientes a los mensajes de todos los *stakeholders* con independencia de su posicionamiento frente al acuerdo de paz y la justicia transicional.

Lo que sí se observa es una tendencia fuerte de los usuarios de cada página en favor de las posturas planteadas por cada *stakeholder* y la aparición más frecuente del tono negativo en el intercambio respecto al positivo sin importar la línea discursiva de cada página.

También, se pudo constatar la relación existente entre un mayor posicionamiento de los usuarios en favor del *stakeholder* con la aparición de tonos de conversación positivos y entre un mayor posicionamiento en contra del *stakeholder* con tonos de conversación negativos.

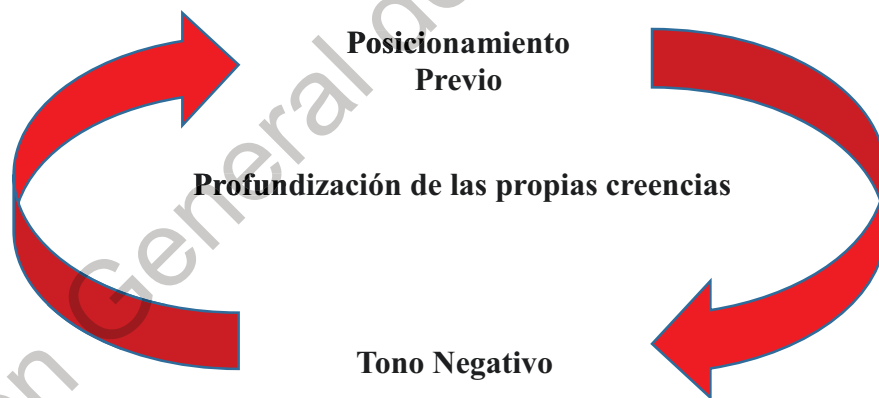
Además de esto, es importante señalar que la aparición del tono positivo es considerablemente baja respecto al negativo y el neutral, esto, junto al hecho de que la medición del cambio de preferencias expresadas de los usuarios es cero para todos los hilos de conversación, permite intuir una relación entre el tono positivo y el cambio de preferencias. Esto tiene que ver con que los comentarios con tono positivo se fundamentan

en el reconocimiento del interlocutor como un par dentro de la discusión, dando la posibilidad de un intercambio horizontal y racional en la discusión.

Como se observó, la deliberación es una forma de intercambio de argumentos que tiene como objetivo cambiar las preferencias de los participantes de la discusión mediante la persuasión (Gambetta, 2001; Przeworski, 2001), en este sentido, las discusiones observadas -en las que predomina la polarización y la deslegitimación del interlocutor y de sus argumentos- no pueden considerarse una forma de deliberación política.

Es posible intuir además que los usuarios que no participaron en las discusiones con más de un comentario pudieron haberse abstenido de seguir participando al encontrarse con tonos altamente negativos entre sus interlocutores.

Estas observaciones permiten plantear que el predominio de un tono negativo favorece la creación de un círculo vicioso en el intercambio de mensajes, en el que no puede apreciarse algún cambio de preferencias significativo entre los usuarios.



Uso de Facebook en el contexto del postconflicto

En lo relacionado con la dinámica de intercambio de mensajes entre los *stakeholders* y los usuarios de Facebook se puede apreciar que los primeros hacen un uso “convencional” de la plataforma en la medida que emiten mensajes a su público, pero no participan de manera activa en las discusiones que estos mensajes suscitan. Dentro del conjunto de comentarios analizados se encontró que sólo en una ocasión el *stakeholder* respondió a los

cuestionamientos de los usuarios, en el resto de casos las discusiones sólo involucran a usuarios externos y no a los administradores de las páginas.

Si bien, el objetivo de esta investigación no giraba alrededor de construir una tipología del uso de la plataforma, sino más bien de analizar la relación entre las posturas de los actores políticos y la posibilidad de construir escenarios de deliberación en la plataforma digital Facebook; la observación del fenómeno aporta indicios respecto al uso instrumental que hacen las organizaciones políticas de esta red. Facebook es usado como plataforma de difusión, pero sus potencialidades de interacción no son explotadas en la medida que los *stakeholders* se comunican de manera unidireccional con sus usuarios.

Esta situación probablemente favorece el hecho de que tampoco los usuarios construyan escenarios de deliberación, pues no surge algún actor que medie en las discusiones y ayude a ponerlas en términos racionales y horizontales. Los administradores de las páginas no contribuyen como mediadores dentro de las discusiones, lo que denota un compromiso bajo respecto al uso de la red socio digital como un escenario para construir formas más horizontales de hacer política y crear nuevas alternativas en el ejercicio de la ciudadanía.

Investigar la cultura digital

Dada la novedad del fenómeno analizado gran parte del ejercicio desarrollado en esta investigación consistió en la generación de un método de investigación que articula instrumentos tomados de distintos estudios y combina las técnicas de minería de datos con estrategias de análisis de contenidos.

Este ejercicio ha requerido de la exploración de diversas rutas, algunas infructuosas, y de desarrollar una sensibilidad para encontrar patrones entre una gran cantidad de datos que en principio se presentaban de manera desordenada y caótica.

Gran parte de esa sensibilidad surgió de reconocer que el contexto de enunciación de los mensajes es fundamental para la comprensión y el análisis. Se analizaron mensajes que, por supuesto, no están desligados de su contexto, por lo que para su comprensión se requiere una revisión exhaustiva de éste.

Los acercamientos a distintas opciones de análisis de los mensajes con los que se trabajó, permitieron reconocer que las metodologías automatizadas de análisis de frecuencias (conteos, nubes de palabras, etc.) no permiten captar con minucia el contexto de enunciación de los mensajes y por ende no permite una comprensión acertada del fenómeno abordado. Por esta razón, las metodologías que implican la interpretación de los investigadores siguen siendo sumamente vigentes pese a la aparición vertiginosa de plataformas y programas para el análisis de contenido digital.

Dirección General de Bibliotecas UFRG

Bibliografía

- Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. (2016). Recuperado el 27 de noviembre de 2017, de <http://www.altocomisionadoparalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Paginas/Texto-completo-del-Acuerdo-Final-para-la-Terminacion-del-conflicto.aspx>
- Alonso, S., Volkens, A., & Gómez, B. (2012). Análisis de contenido de textos políticos. Un enfoque cuantitativo. *Madrid*, (February 2018).
- Arcega Escobedo, O. (2012). *¿Deliberación racional en Facebook? Lógica y dinámica de la opinión pública en las redes sociales virtuales*. Universidad Autónoma de Querétaro.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Blanco Sampredo, V., & Resina de la Fuente, J. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. *Ayer*, 4(80), 139–162.
- Bonilla, J. I. (2002). Periodismo, guerra y violencia política en Colombia. *Signo y Pensamiento*, XXI(40), 52–71.
- Bonilla, J. I. (2015). Algo más que malas noticias. Una revisión crítica a los estudios sobre medios-guerra. *Signo y Pensamiento*, 34(66), 62–78. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-66.ammn>
- Borge, R., Cardenal, A. S., & Malpica, C. (2012). El impacto de Internet en la participación política: Revisando el papel del interés político. *Arbor*, 188(756), 733–750. <https://doi.org/10.3989/arbor.2012.756n4008>
- Botero, S. (2017). El plebiscito y los desafíos políticos de consolidar la paz negociada en Colombia; *Revista de Ciencia Política*, (2), 369–388.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- El Espectador. (2016, octubre 6). La cuestionable estrategia de campaña del No. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/politica/cuestionable-estrategia-de-campana-del-no-articulo-658862>
- Fernandez Agis, D. (2008). Construcción social y construcción mediática de la realidad. Recuperado el 4 de junio de 2017, de <http://eprints.sifp.it/134/1/agis.html>
- Fundación Paz & Reconciliación. (2014). *Ensayo que recoge las diferentes perspectivas que tienen los líderes nacionales y regionales del movimiento social de Marcha Patriótica sobre su interés en participar en política y la expectativa sobre los diálogos de La Habana*. Bogotá.
- Gambetta, D. (2001). “¡Claro!” Ensayo sobre el machismo discursivo. En J. Elster (Ed.), *Democracia Deliberativa*. Barcelona: Gedisa.
- Gil Blasco, M. (2018). Justicia transicional : conceptos clave y aspectos normativos. *Res Publica*, 21(1), 123–136.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated*

- Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gómez Sánchez, G. I. (2013). abajo ”: Un marco teórico de la experiencia colombiana, *10*(19), 137–166.
- Guerra Manzo, E. (2013). Civilización y violencia en la obra de Norbert Elias. *Iztapalapa Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 34(74), 129–154.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación. Metodología de la investigación*. <https://doi.org/>- ISBN 978-92-75-32913-9
- Hueso García, V. (2000). Johan Galtung La transformación de los conflictos por medios pacíficos. *Cuadernos de estrategia*, 111, 125–159. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/595158.pdf>
- King, G., Keohane, R. O., & Verba, S. (2007). *El diseño de la investigación social: La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Leal Roncancio, G. G. (2017). Víctimas de crímenes de estado como un asunto público: el caso de MOVICE. *Polémica*, (15), 42–55.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al Consejo de Europa* (1a ed.). Barcelona: Anthropos.
- López de la Roche, F. (2009). *Conflicto, hegemonía y nacionalismo tutelado en Colombia 2002–2008: Entre la comunicación gubernamental y la ficción noticiosa de televisión*. ProQuest Dissertations and Theses. University of Pittsburgh. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/304983019?accountid=14598>
- Losada, R., & Liendo, N. (2016). El Partido “Centro Democrático” En Colombia: Razones De Su Surgimiento Y Éxito. *Análisis Político*, 29(87), 41. <https://doi.org/10.15446/anpol.v29n87.60717>
- Magnoni, A. F., & Camargo, A. C. (2017). O potencial social e democrático da internet como esfera pública. *Raón y palabra*, 21(97), 423–440. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199552192022>
- Marín Cortés, A. F., & Quintero Jurado, J. M. (2018). Confianza en el proceso de paz en Colombia en Twitter. *Revista Mexicana de Sociología*, 80(1), 115–137. Recuperado de http://escolapau.uab.es/img/qcp/procesos_paz_colombia.pdf
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (2a ed.). México D.F: Ediciones G. Gili.
- Medina P., G. (2015). Medios de comunicacion-postconflicto-opinion publica: Cual de ellos guarda la llave de nuestra solucion? *Perfil de Coyuntura Economica*, (25), 21–39. <https://doi.org/10.17533/udea.pece.n25a02>
- Mendoza Gómez, M. Á., & Alzate Pedrahita, M. V. (2017). El conflicto social y político colombiano en los libros de texto escolar de ciencias sociales : representación , diversidad y narrativa. *Educatio Siglo XXI*, 35(3), 197–226. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6018/j/308971>
- Muñiz, C., Dader, J. L., Téllez, N. M., & Salazar, A. (2016). ¿Están los políticos políticamente

- comprometidos? Análisis del compromiso político 2.0 desarrollado por los candidatos a través de Facebook. *Cuadernos.info*, (39), 135–150. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.970>
- Navarro, Pablo; Díaz, C. (1997). Análisis de contenido. En J. Delgado, Juan Manuel; Gutiérrez (Ed.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio Sampling Techniques on a Population Study. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pérez Arce, J. C. (2017). *Caracterización comparativa del uso de Twitter en el ciberactivismo: Caso #NiUnaMenos y #NiUnaMenosBolivia*. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_293357/Trabajo_Final_de_Master.pdf
- Pérez López, C., & Santín González, D. (2007). *Minería de datos. Técnicas y herramientas*. Madrid: Thomson.
- Pérez, T. H. (2011). Conflicto y posconflicto en Colombia: una mirada a la política de seguridad democrática. *Separata humanística Magistro*, 5(10), 129–150. <https://doi.org/10.15332/s2011-8643.2011.0010.09>
- Pérez Tamallo, R. (2014). *¿Existe el método científico?* México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Przeworski, A. (2001). Deliberación y dominación ideológica. En J. Elster (Ed.), *Democracia Deliberativa*. Barcelona: Gedisa.
- Redacción Política. (2016, octubre 2). Además del No, ganó la abstención: fue la más alta en los últimos 22 años. *El Espectador*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/politica/ademas-del-no-gano-abstencion-fue-mas-alta-los-ultimos-articulo-658178>
- Rodríguez, C., Romero, M. C., & Navarro, L. R. (2015). Social Media and Polarization in Colombia. The Use of Twitter during the Colombian Peace Process. *Global Fusion 2015 Conference, (October)*.
- Rodríguez, C., Romero, M. C., & Navarro, L. R. (2015). *Medios de Redes Sociales y Polarización en Colombia. Uso de Twitter durante el Proceso de Paz Colombiano. Global Fusion 2015 Conference*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B2uKVZxfSo3dX05iNTJ6NnNIMkE/view>
- Rodríguez, Clemencia (Ed.). (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. <https://doi.org/10.13140/2.1.3599.9525>
- Roll, D., & Rivas, J. M. (2016). Los acuerdos de paz: ¿tema central de los partidos en la campaña presidencial de 2014 en Colombia? *Ciencia Política*, 11(21), 365–396.
- Said-Hung, E., & Luquetta-Cediel, D. (2018). Social Networks, Cyberdemocracy and Social Conflict in Colombia. En F. S. Caballero & T. Gravante (Eds.), *Networks, Movements and Technopolitics in Latin America: Critical Analysis and Current Challenges* (pp. 133–145). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65560-4_7
- Sampson, A. (2002). REFLEXIONES SOBRE LA VIOLENCIA , LA GUERRA Y LA PAZ. En

Violencia, guerra y paz. Santiago de Cali: Programa Editorial. Facultad de Humanidades. Universidad del Valle.

- Sánchez Duarte, J. M., Bolaños Huertas, M. V., Magallón Rosa, R., & Caffarena, V. A. (2015). El papel de las tecnologías cívicas en la redefinición de la esfera pública, *20*, 483–499.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Semana. (2014, noviembre). Por qué las instituciones están en crisis. *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/instituciones-en-crisis/409100-3>
- Silva, C. (2004). Dos veces otro: polarización política y alteridad. *Revista venezolana de economía y ciencias sociales*, *10*(2), 129–136. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/177/17710209/>
- Silva García, G. (2008). La teoría del conflicto. Un marco teórico necesario. *Prolegómenos. Derechos y Valores*, *XI*(22), 29–43.
- Stokes, S. (2001). Patologías de la deliberación. En J. Elster (Ed.), *Democracia Deliberativa*. Barcelona: Gedisa.
- Tamayo, C., & Bonilla, J. I. (2014). El deber de la memoria. La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del conflicto armado en Colombia, 2002-2012. *Palabra Clave*, *17*(1), 13–45. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852014000100002
- Toret, J., Calleja, A., Miró, Ó. M., Aragón, P., Aguilera, M., & Lumbreras, A. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. IN3 Working Paper Series. Barcelona. Recuperado de <http://journals.uoc.edu/ojs/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878>
- Wiesner Salamanca, S. (2004). Internet, Guerra Y Paz En Colombia: Conflicto, Narrativas E Identidades. *Hallazgos-Revista de Investigaciones*, *1*(1), 50–57. <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2004.0001.04>
- Williams, A. (2010). Oscar Morales: ‘How I used Facebook to protest against Farc’. *Metro*. Recuperado de <http://www.metro.co.uk/news/812277-oscar-morales-how-i-used-facebook-to-protest-against-farc>
- Zuleta, E. (2015). Sobre la guerra. *Revista Universidad de Antioquia*, (319), 24–25. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/revistaudea/article/view/22402/18546>