

TODXS CONTRA TODXS
ATAQUES, FALACIAS Y RESISTENCIAS EN EL DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS POR LA
ALCALDÍA DE BOGOTÁ DURANTE OCTUBRE DE 2023

DIANA ELIZABETH SARMIENTO
CÓDIGO 2022289023

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN ESTUDIOS SOCIALES
BOGOTÁ – 2024

TODXS CONTRA TODXS
ATAQUES, FALACIAS Y RESISTENCIAS EN EL DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS POR LA
ALCALDÍA DE BOGOTÁ DURANTE OCTUBRE DE 2023

DIANA ELIZABETH SARMIENTO
CÓDIGO 2022289023

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN ESTUDIOS SOCIALES

DIRECTOR
DR. CÉSAR IGNACIO BÁEZ QUINTERO (UPN)
CODIRECTOR
DR. JEFFER CHAPARRO MENDIVELSO (UNAL)

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
MAESTRÍA EN ESTUDIOS SOCIALES
BOGOTÁ – 2024

شب	<i>Nights</i>	
طولانی		<i>long</i>
روز	<i>days</i>	
طولانی		<i>long</i>
عمر	<i>life</i>	
کوتاه		<i>short.</i>

Abba Kiarostami (fragmento).

Fuente: @DannyDrinksWine, mayo 2024.

*Desde el 07 de octubre de 2023, no dejo de preguntarme
cuánto del odio que hoy se regocija en la muerte se ha venido
incubando en plataformas como X desde hace años...
de aquellos polvos, estos lodos.*

CONTENIDO

RESUMEN [p. 7]

DERROTEROS ¿CÓMO SE LLEGA A X? [p. 11]

1. PUNTOS DE PARTIDA [p. 16]

1.1 Construir el objeto y develar el problema de investigación [p. 17]

1.1.1 Condiciones materiales: expropiación y privatización [p. 18]

1.1.1.1 *Infraestructura* [p. 18]

1.1.1.2 *Territorio* [p. 19]

1.1.1.3 *Dispositivos móviles* [p. 22]

1.1.2 Aspectos relacionales: libertad y mercado [p. 23]

1.1.2.1 *Globalización* [p. 24]

1.1.2.2 *Desarrollo y evolución de Internet* [p. 26]

1.1.3 Artefactos culturales: naturalización [p. 28]

1.1.3.1 *Reflejos distópicos* [p.28]

1.1.3.2 *Bioarte y ciborgs* [p. 31]

1.2 Objetivos [p. 32]

1.3 Contexto [p. 32]

1.3.1 Marco espacial [p. 33]

1.3.2 Marco temporal [p. 35]

1.4 Hipótesis de trabajo [p. 35]

1.5 Justificación [p. 36]

1.6 Limitaciones [p. 39]

2. COORDENADAS DE EXPLORACIÓN [p. 40]

2.1 Análisis cuantitativo [p. 41]

2.1.1 Producción investigativa por año [p. 41]

2.1.2 Producción investigativa por idioma [p. 42]

2.1.3 Producción investigativa por país [p. 43]

2.2 Análisis cualitativo [p. 43]

2.2.1 Usos de la plataforma Twitter/X [p. 44]

2.2.2 Efectos de la plataforma Twitter/X [p. 46]

3. NUEVAS CONFIGURACIONES ESPACIALES EN LA ERA DIGITAL [p. 50]

3.1 Ciberespacios [p. 53]

3.1.1 Cambios en el rol de tiempo y espacio [p. 56]

3.1.2 Cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios [p. 60]

3.1.3 Vínculos interdisciplinarios [p. 62]

- 3.2. Arquitectura Virtual [p. 63]
 - 3.2.1 Arquitecturas “normativas” [p. 64]
 - 3.2.2 Arquitecturas de “resistência” [p. 66]
- 3.3. Dispositivo de subjetivación [p. 68]
 - 3.3.1 Líneas Decibles [p. 70]
 - 3.3.2 Líneas de Visibilidad [p. 72]
 - 3.3.3 Líneas de Saber-Poder [p. 73]
- 3.4 Mostrar todo para que no veamos nada [p. 75]

4. DIRECTRICES METODOLÓGICAS [P. 77]

- 4.1 Enfoque [p. 78]
- 4.2 Metodología [p. 78]
- 4.3 Datos [p. 80]
- 4.4 Procedimientos [p. 80]
 - 4.4.1 Descripción de X/Twitter como Arquitectura Virtual [p. 82]
 - 4.3.2 Análisis de contenido [p. 84]
 - 4.3.3 Análisis textual [p. 84]

5. ANATOMÍA DE UN DISPOSITIVO CIBERESPACIAL DE SUBJETIVACIÓN [P. 87]

- 5.1 Descomponer y recomponer la Arquitectura Virtual de X/Twitter [p. 88]
 - 5.1.1 Agujeros de gusano, libertad de expresión y censura [p. 89]
 - 5.1.2 Armonía y funcionalidad [p. 98]
 - 5.1.3 Yo elijo (sujeto a términos y condiciones) [p. 106]
- 5.2 La cotidianidad de la arquitectura...en campaña [p. 109]
 - 5.2.1 Encuentra una fórmula y úsala [p. 109]
- 5.3. Líneas discursivas recurrentes
 - 5.3.1 Siempre hay aliados [p. 124]

6. ENTRE EL DESEO Y LA COACCIÓN [P. 127]

- 6.1. Cámaras de eco, filtros burbuja y... ¿deseo? [p. 129]
- 6.2 ¿Alguien me escucha? *Bots, Trolls y Cibertropas* [p. 134]

7. PUNTOS DE LLEGADA ¿O DE PARTIDA? [P. 138]

- 7.1 Concreción del dispositivo [p. 141]
- 7.2 Recomendaciones [p. 144]
- 7.3 Futuras investigaciones [p. 144]

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Temas frecuentes en las investigaciones [p. 44]

Tabla 2. Diseño metodológico de la investigación [p. 78]

Tabla 3. Datos de análisis [p. 80]

Tabla 4. Ejemplo de ficha de mapeo. Experiencia de usuario [p. 83]

Tabla 5. Ejemplo de ficha de mapeo. Elementos arquitectónicos relacionales [p. 83]

Tabla 6. Etiquetas creadas y utilizadas por los candidatos a la alcaldía de Bogotá [p. 105]

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fotograma del filme *Ready player one* (Spielberg, 2018) [p. 16]

Figura 2. Ecosistema de Internet. Internet Society 2022 [p. 27]

Figura 3. Ilustración de Josan González. Portada de la edición portuguesa de *Neuromancer*. Editora Aleph (2016) [p. 30]

Figura 4. Cambios en el logo de Twitter desde su creación hasta el año 2023. <https://vyadigitalmarketing.com/> (2023) [p. 34]

Figura 5. Tuit de Elon Musk en el que anunciaba el cambio de marca de Twitter (X, 2024) [p. 35]

Figura 6. Fotograma del clip musical *Carmen* (Stromae, 2015) [p. 40]

Figura 7. Cantidad de investigaciones sobre Twitter/X por año [p. 42]

Figura 8. Artículos por idioma [p. 42]

Figura 9. Cantidad de investigaciones por país [p. 43]

Figura 10. Cartografía de los sitios más importantes (y sus servicios derivados) según el ranking de Alexa. (Drulhe, 2015) [p. 51]

Figura 11. Diferentes prismas geográficos de proyección de Internet (Drulhe, 2015) [p. 54]

Figura 12. El diábolo de Internet. (Drulhe, 2015) [p. 57]

Figura 13. Internet como objeto global (Drulhe, 2015) [p.58]

Figura 14. Internet centro de gravedad (Drulhe, 2015) [p. 59]

Figura 15. Internet centro de gravedad. Diagrama (Drulhe, 2015) [p. 60]

Figura 16. Definiciones y relaciones entre las patologías de la información (Lim, 2023) [p. 74]

Figura 17. Nueva pantalla de inicio de X (Freepik) [p. 77]

- Figura 18.** Fases del desarrollo metodológico [p. 79]
- Figura 19.** “For the people of the Earth”. Publicación de Elon Musk (X, 2024) [p. 87]
- Figura 20.** Publicación de Elon Musk antes de comprar la compañía (X, 2024) [p. 95]
- Figura 21.** Elon Musk, el absolutista de la libertad de expresión (X, 2024) [p. 96]
- Figura 22.** Perfil de Nicolás Ramos en X. (X, 2024) [p. 103]
- Figura 23.** Perfil de Rafael Quintero Mora en X (X, 2024) [p. 103]
- Figura 24.** Elon Musk anuncia actualización en el algoritmo de X (X, 2024) [p. 108]
- Figura 25.** Declaraciones de la presidente de la comunidad de Madrid Isabel Díaz Ayuso (Libertad Digital, 2023) [p. 115]
- Figura 26.** Imagen que acompaña la editorial de economía en un diario peruano (elmontonero, 2023) [p. 115]
- Figura 27.** A la izquierda, imágenes de la cámara de seguridad de la sede de campaña del candidato Diego Molano. A la derecha, fotografía del candidato frente a la sede (eltiempo.com, 2023) [p. 118]
- Figura 28.** Titulares de Noticias Caracol hablando de inseguridad. (Noticias Caracol, 2023) [p. 119]
- Figura 29.** Pantallazo de interacciones poco auténticas que favorecen al candidato Nicolás Ramos (X, 2023) [p. 124]
- Figura 30.** Pantallazo que evidencia comentarios exactamente iguales en apoyo a Nicolás Ramos (X, 2023) [p. 125]
- Figura 31.** Refinando el dispositivo. Desde Twitter hasta X (Freepik) [p. 126]
- Figura 32.** Ciclo de reinversión del valor conductual (Zuboff, 2021) [p. 127]
- Figura 33.** Caricatura Diego Molano "son solo máquinas de guerra" (@rodaselprofe, 2023) [p. 132]
- Figura 34.** Fotograma del capítulo *Nosedive* de Black Mirror (<https://lwlies.com/articles/black-mirror-nosedive-review/>) [p. 138]

RESUMEN

Esta investigación problematiza la red social X (conocida anteriormente como Twitter) desde dos dimensiones: la espacial y la relacional. La primera se adentra, por un lado, en las discusiones teóricas sobre la conceptualización del *Ciberespacio* apalancadas en la cibergeografía como campo emergente dentro de la geografía humana. Por otro, describe sus elementos intrínsecos de tipo técnico, estético y normativo bajo la categoría *Arquitectura Virtual* como resultado de la interacción directa de la investigadora durante los meses de septiembre, octubre y noviembre del 2023 con cada uno de estos componentes. La segunda dimensión interpela lo *visible* y lo *decible*, a partir de lo que es permitido, deseable y prohibido “decir en voz alta”. Desde esta perspectiva, X no solo es un contenedor de información, sino un escenario vivo en el que se despliegan y entrelazan una multitud de prácticas significativas.

Teniendo en cuenta la importancia política que tiene en nuestro país, la dimensión relacional se examina durante octubre del 2023, último mes de campaña para la elección de alcalde de Bogotá y toma como material de análisis las publicaciones de los nueve candidatos en contienda junto con los comentarios de otros actores de la plataforma como respuesta a dichas publicaciones. Los resultados muestran un tránsito entre lo virtual y lo actual, donde la arquitectura informática se funde con el flujo de las interacciones (tanto humanas, como no humanas) y ambas dimensiones se efectúan como *Dispositivo* productor de subjetividades.

Así las cosas, argumentamos en favor de la tesis según la cual el devenir de esta red social no es producto casual del azar digital, sino el resultado de un espacio meticulosamente planificado, modelado y refinado por intenciones humanas con fines específicos de movilización del deseo: entre la confrontación constante y las estrategias de difusión de todo tipo de hechos reales o no, entran en tensión ideas de *realidad* cuya disputa por establecer un régimen de saber-poder se ampara en la libertad de expresión y opinión que ondea como bandera de las “sociedades democráticas occidentales” impidiendo el establecimiento de límites efectivos que contengan el discurso de odio y la desinformación.

La investigación aporta elementos para desentrañar los complejos vínculos entre tecnología, discurso y poder; mostrando, además, cómo la red social X, lejos de ser un mero escaparate de la vida digital, actualiza las fuerzas del deseo, que impulsan y configuran las dinámicas de interacción, los flujos de información y la construcción de realidades

hegemónicas. En este sentido, la plataforma no solo refleja las tensiones y los conflictos de la sociedad en su conjunto, sino que también los refracta, los amplifica y los incorpora como elementos productores.

Palabras clave: X/Twitter; Ciberespacio; Arquitectura Virtual; Dispositivo de Subjetivación.

ABSTRACT

This research problematizes the social network X (previously known as Twitter) from two dimensions: the spatial and the relational. The first delves, on one hand, into theoretical discussions about the conceptualization of *Cyberspace* leveraged in cybergeography as an emerging field within human geography. On the other, it describes its intrinsic technical, aesthetic, and normative elements under the category of *Virtual Architecture* as a result of the researcher's direct interaction during the months of September, October, and November of 2023 with each of these components. The second one, questions the visible and the sayable, based on what is permitted, desirable, and prohibited to "say aloud." From this perspective, X is not only an information container but a living stage where a multitude of significant practices unfold and intertwine.

Considering the political importance it holds in our country, the relational dimension is examined during October 2023, the last month of the campaign for the election of the mayor of Bogotá and takes as its material of analysis the publications of the nine candidates in contention. The results show a transit between the virtual and the actual, where computer architecture merges with the flow of interactions (both human and non-human), and both dimensions function as a *Dispositif* that produces subjectivities.

In this context, we argue in favor of the thesis according to which the evolution of this social network is not a casual product of digital chance but the result of a meticulously planned, modeled, and refined space by human intentions with specific purposes of mobilizing desire: between constant confrontation and strategies for spreading all kinds of real or unreal events, ideas of reality whose dispute to establish a regime of knowledge-power is based on freedom of expression and opinion that waves as a flag of "Western democratic societies", preventing the establishment of effective limits that contain hate speech and misinformation.

The research provides elements to unravel the complex links between technology, discourse, and power. It also shows how the social network X, far from being a mere showcase of digital life, updates the forces of desire that drive and shape interaction dynamics, information flows, and the construction of hegemonic realities. In this sense, the platform not only reflects the tensions and conflicts of society as a whole but also refracts, amplifies, and incorporates them as productive elements.

Key words: X/Twitter; Cyberspace; Virtual Architecture; Subjectification Dispositif.

DERROTEROS ¿CÓMO SE LLEGA A X?

Esta investigación inicia con la intención de demostrar algo que puede resultar evidente y, sin embargo, difícil de probar empíricamente: la interacción sostenida con las plataformas virtuales produce otro tipo de subjetividad. Es decir, las maneras de ser y estar con otros y con lo Otro de un *tuitero* son diferentes a las de un *instagramer* o a las de un *youtuber*. Para el primero la realidad se configura a partir de la información expresada en 280 caracteres en un ámbito predominantemente discursivo. Para el segundo, es una constante posibilidad de creación y recreación estética de su acontecer cotidiano. Mientras que, para el tercero, es un escenario dinámico y multimedial donde se fusionan narrativas visuales, sonoras y textuales para captar la atención y generar interacción. Por tanto, la afectación subjetiva es distinta en cuanto que distinta es la plataforma con la que se entra en relación.

No obstante, esta formulación presenta un problema metodológico nada despreciable en términos de lo que significa señalar un cambio subjetivo. Los sujetos no son, siempre *están siendo*, en un proceso inacabado de constante devenir que no se interrumpe ni empieza cuando están en línea. Así como se trasladan formas de ser y hacer desde las dinámicas cara a cara hacia las redes sociales, los modos de interacción en línea se vuelcan en los relacionamientos presenciales como actuaciones naturalizadas. En este caso, espacio físico y espacio virtual actúan como escenarios de contingencia en los que se ponen en juego repertorios de prácticas encarnadas. La cuestión de fondo radica en la imposibilidad de separarlos en nuestra experiencia vital: dado que la frontera entre lo físico y lo virtual cada vez es más difusa, estas dimensiones se encuentran íntimamente imbricadas.

Tal dificultad, requirió un rediseño de la investigación haciendo énfasis en una cuestión potente, pero poco explorada, ¿de qué forma el diseño mismo de estas plataformas, su lógica interna, su organización sugiere marcos de actuación y de adhesión a maneras específicas de ver y asumir la realidad? En otras palabras, ¿cómo es que la plataforma en sí misma produce usuarios alineados con unos regímenes discursivos, que encuentran en este espacio un campo fértil de retroalimentación y diseminación? En esa exploración, profundamente ligada a la pregunta por la subjetividad –como interés subyacente–, redescubrí el concepto de *dispositivo* deudor de la filosofía foucaultiana y, en adelante, dediqué mis esfuerzos a conceptualizarlo de acuerdo con las particularidades de nuestro

tiempo. El resultado me llevó a considerar que el mejor espacio para desplegar el concepto sería la plataforma de microblogging X (conocida anteriormente como Twitter)¹.

La elección responde a la importancia que paulatinamente ha ido ganando X/Twitter en la discusión pública a diferentes escalas, derivada de la apropiación que de esta han hecho ciudadanos del común, políticos, académicos, empresas, entre otros actores, sumado al predominio de su presencia en medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. En Colombia, igual que en otros países, no es extraño que los periodistas acudan a la plataforma como fuente primaria de hechos noticiosos otorgándole un valor de legitimidad que ninguna otra red social ha tenido, aun cuando su amplitud (medida en cantidad de usuarios) es considerablemente menor a la de redes digitales como Facebook, Instagram y TikTok.

Empero, X/Twitter no existe en un vacío aislado, sino que se integra profundamente en un contexto específico resultado de la interacción dinámica entre factores geográficos, sociales y culturales que influyen tanto en su evolución como en su papel dentro del panorama de la comunicación digital contemporánea. Desde las características geográficas de los lugares donde se despliega, hasta los vínculos sociales y las normas culturales que lo rodean, X/Twitter se ve influenciado y moldeado por el entorno en el que opera, lo que subraya su naturaleza arraigada y contextualizada dentro de las sociedades en las que está presente.

Para dar cuenta de esta línea argumental abordé la plataforma desde un análisis cibergeográfico escalonado en tres niveles de profundidad. En un nivel macrocontextual examiné la importancia del ciberespacio como una instancia que atraviesa y es atravesada completamente por el espacio físico geográfico siendo ambos elementos inseparables y mutuamente influyentes. En el nivel mesocontextual, sostengo que la concreción del ciberespacio en diversos e infinitos espacios digitales es posible mediante arquitecturas virtuales en las que elementos técnicos, formales y estéticos producen un campo reglado de interacción. En particular, las redes sociales, al funcionar como dispositivos de subjetivación,

¹ El 23 de julio del 2023 Elon Musk anunció a través de un tuit que la plataforma de microblogueo Twitter cambiaría su nombre a X. El ahora dueño y director ejecutivo (CEO, por sus siglas en inglés) de la red social justificó la modificación en el avance de la plataforma hacia su consolidación como la “aplicación para todo”, por lo que ni el nombre ni el logo dan cuenta, según Musk, de lo que la plataforma llegará a ser. Atendiendo a esta modificación, ocurrida cuando la presente investigación se encontraba en desarrollo, en adelante nos referiremos a la plataforma con la denominación X/Twitter.

se modifican a sí mismas para alinearse con un marco hegemónico. Finalmente, en el análisis microcontextual abordo el desarrollo de las campañas de los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá (Gustavo Bolívar, Carlos Fernando Galán, Rodrigo Lara Restrepo, Diego Molano Aponte, Juan Daniel Oviedo, Rafael Quintero Mora, Nicolás Ramos, Jorge Enrique Robledo y Jorge Luis Vargas) durante el mes de las elecciones (octubre del 2023) como un caso específico que posibilita la confirmación de los modos de operar y de los efectos que tiene el dispositivo.

Así las cosas, la investigación se estructura en 7 apartados. El primero inicia con la configuración del problema de investigación subrayando la importancia de la espacialización de la red de redes, esto es, el tránsito de *la red* al *ciberespacio* atendiendo a un contexto de emergencia y posibilidad construido a partir de unas *condiciones materiales* que le dan existencia (infraestructura, territorio, dispositivos móviles); unos *aspectos relacionales* que modifican conceptos como distancia, territorio, libertad (globalización, desarrollo y evolución de Internet) y, la influencia de los *artefactos culturales* (literatura, cine y bioarte) en su concepción y naturalización. Luego se presentan los objetivos que guían esta empresa, se delimita el marco espacial y temporal haciendo un recuento del nacimiento y construcción social de Twitter y su posterior cambio a X, así como de la importancia de la coyuntura política elegida lo que permite formular la hipótesis de trabajo, que será sostenida por la justificación. El apartado finaliza enunciando las limitaciones de la investigación.

El segundo acápite presenta los antecedentes a través de la identificación del espectro investigativo desplegado por la plataforma. Su elaboración muestra un patrón en el que la producción académica se agrupa bajo dos criterios: por un lado, los estudios de caso que se ocupan de describir los *usos* que se le han dado a la plataforma sean estos informativos, educativos, periodísticos, de marketing, de activismo social o político. Por otro, investigaciones que se centran en los *efectos* de la plataforma mediante temas como redes sociales e identidad; análisis de sentimientos, matoneo en línea, influencia en la opinión, patrones de interacción. Con esta mirada de conjunto se identifica un vacío en cuanto al papel que juega la arquitectura virtual, tanto en los usos como en los efectos, es decir, por qué X/Twitter resulta ser un dispositivo funcional bien sea para desinformar, movilizar discursos de odio, viralizar noticias falsas o para producir emociones asociadas a contenidos particulares.

En el tercer capítulo denominado *Nuevas configuraciones espaciales en la era digital*, se da un tratamiento teórico al problema. Inicialmente, ubicándolo en el campo emergente de la cibergeografía para discutir sus aportaciones en la comprensión de la dimensión socioespacial de la interacción. Más adelante se presentan y desarrollan las categorías de análisis de la investigación, a saber, Ciberespacios, Arquitectura Virtual y Dispositivo de Subjetivación. El cuarto apartado, dedicado al método, describe el camino metodológico por el que discurrió la presente investigación y argumenta las decisiones tomadas en cuanto al uso conjunto de técnicas como la etnografía digital, el análisis de contenido y el análisis textual (desde el Análisis Crítico del Discurso) para el abordaje del fenómeno. Además, presenta los instrumentos de recolección y sistematización, el *corpus* de datos, así como los procedimientos de análisis.

El quinto capítulo presenta los hallazgos de la investigación en tres bloques, cada uno vinculado a un objetivo específico. Los resultados del examen de su arquitectura permiten comprender de qué manera la estructura y las normativas de la plataforma funcionan como un marco regulatorio ambiguo que se mueve constantemente entre la libertad de expresión absoluta y la censura injustificada, esto sin mencionar los intrincados mecanismos mediante los cuales los datos de los usuarios transitan por “agujeros de gusano” sin que sea claro el propósito para ello. Luego, se analizan las lógicas de interacción en la plataforma gracias a una muestra compuesta por 255 publicaciones recopiladas durante el mes de octubre del 2023 en los perfiles de los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá para el periodo 2024-2027. Los análisis de esta información dan cuenta de las prácticas que se han naturalizado en la plataforma a través del uso de tonos, falacias y líneas argumentales reiteradas, develando los mecanismos más eficaces para la conversión de opiniones, sensaciones y sospechas en hechos aparentemente irrefutables.

El capítulo cierra con el examen de las relaciones emergentes producidas en segundo plano a través de una muestra de 81 respuestas de otros participantes a las publicaciones con mejores métricas hechas por los candidatos. Este análisis, no solo exploró el contenido y el tono de los comentarios, sino que también identificó anomalías y cuentas no auténticas, evidenciando la presencia y el papel de *bots* y *cibertropas* en la conversación cotidiana de la plataforma. Con estos resultados, el capítulo sexto se dedica a la discusión del alcance y pertinencia de teorías como la cámara de eco o el filtro burbuja para la comprensión profunda

del fenómeno X/Twitter. Considerando que resultan insuficientes para explicarlo se propone el concepto de *deseo* como un elemento complementario a estas teorías, en cuanto que movilizador de la acción.

La tesis concluye que X/Twitter, como espacio de disputa por la hegemonía cultural produce subjetividad, es decir, moldea formas de ser, sugiere modos de relacionamiento y repertorios de acción que se materializan dentro y fuera de la plataforma en cuanto aparecen tensiones o desafíos a las líneas discursivas recurrentes en las que se inscriben los usuarios. Además, muestra que, en concordancia con el planteamiento foucaultiano, el dispositivo hace parte de una estrategia de dimensiones mayores, por lo que no está cerrado sobre sí mismo, sino que se alinea con otros dispositivos para que la estrategia sea efectiva. En este caso la estrategia que se identifica es la defensa de la libertad de expresión y opinión. Vemos que este discurso más que deseable, es necesario para continuar con el proyecto de expansión neoliberal y al defenderse con tanto ahínco llega a justificar lo injustificable: el recorte de derechos fundamentales, la negación del cambio climático, la expropiación de los bienes comunes, la desaparición del Estado y su reemplazo por el mercado, el fortalecimiento de cierto darwinismo social, en última instancia, el favorecimiento sistemático de apuestas que redunden en beneficios para los dueños del altavoz.

1. PUNTOS DE PARTIDA



Figura 1. Fotograma del filme *Ready Player One* (Spielberg, 2018)

Fuente: <http://industriasdeltcine.com/2018/03/28/ready-player-one-los-goonies-2-0/>

*A nuestra generación la llaman Los Millones Perdidos. Perdidos no porque nos
hayamos ido a algún lado... ya no hay otro lugar a donde ir, en ningún lado...
excepto el Oasis. Es el único lugar donde siento que importo algo.
Un mundo donde los límites de la realidad son los de tu propia imaginación.*
Steven Spielberg. Ready Player One (2018)

Este apartado sienta las bases y delimita la investigación indicando desde dónde partimos. Inicia con la problematización de X/Twitter en cuanto que espacio insertado en un complejo entramado de relaciones. Luego, establece los objetivos de acuerdo con la pregunta ¿de qué manera la configuración ciberespacial hace de la plataforma X/Twitter un dispositivo de subjetivación? Más adelante se realiza la descripción del contexto en términos espaciales y temporales para continuar con la justificación que se centra en la influencia de la plataforma en las sociedades contemporáneas. Para cerrar, se exponen de manera sucinta las limitaciones de la investigación.

1.1 Construir el objeto y develar el problema de investigación

Como espacio de deliberación y de disputa X/Twitter tiene una innegable influencia en la conversación pública contribuyendo a dar voz (o a sofocarla) a una amplia gama de opiniones y perspectivas sobre realidades que siempre están geográficamente situadas. Por lo que representa para nuestro tiempo, es fundamental comprender los mecanismos mediante los cuales se vincula con diversos contextos, y bebe de ellos en su constante evolución. Procesos de corte económico como la globalización resultan tan importantes en el estudio como los de tipo cultural y artístico.

Un examen riguroso permite, no solo construir el objeto de investigación, sino tomar posturas críticas frente a los análisis demasiado entusiastas o aquellos distópicos absolutos, además de reconocer y situarnos frente a los discursos emancipatorios asociados a las redes sociales. Como señala Fuchs (2009) identificar y analizar los antagonismos en la relación entre Internet y sociedad evidencia que

Internet es formado y a la vez forma las fuerzas en tensión de la competencia y la cooperación; esto se orienta para mostrar cómo la dominación y la explotación son estructuradas y estructuran el Internet y sobre cómo la formación de clase y los potenciales conflictos de clase son tecnológicamente mediados; esto identifica el apoyo del Internet, potencialidades aún no realizadas del desarrollo social y algunas preguntas radicalmente estructuradas que restringen las potencialidades humanas y sociales para la cooperación, la autodeterminación, la participación, la felicidad y la autogestión (Fuchs, 2009, p.75).

Así las cosas, en el tránsito del objeto de estudio al problema de investigación es ineludible llevar a cabo un examen profundo que ponga en evidencia las implicaciones de otorgarle el papel de defensora de la libertad de expresión a una plataforma absolutamente normativa y ambigua. Consideramos fundamental pensar el problema insertado en una realidad compleja, amplia y plural por lo que este examen inicia con la descripción de tres elementos que están íntimamente ligados al problema, a saber, las condiciones materiales de emergencia del ciberespacio en el que se ubica X/Twitter, los aspectos relacionales que le dan cabida y desean su existencia y los artefactos culturales como modos de asimilación de realidades hiperconectadas.

1.1.1 Condiciones materiales: expropiación y privatización

La existencia de algo como el Internet y consecuentemente del ciberespacio requirió de unas condiciones propicias para su emergencia y más recientemente para su fortalecimiento y expansión. Aunque los resultados del desarrollo tecnológico se presentan con entusiasmo y pulcritud, tras bambalinas se libran luchas territoriales por recursos de todo tipo de las que como usuarios finales estamos al margen y, sin embargo, cada vez con más fuerza, vivimos sus efectos.

1.1.1.1 Infraestructura. La emergencia del espacio virtual necesariamente requiere de un sustento material que le insufla el hálito de existencia, que le “permita” ser. Ese sustento es la suma de la infraestructura física que incluye computadores, servidores, enrutadores y cables, elementos fundamentales para establecer y ampliar el alcance de Internet. Solo la existencia previa de estos componentes permitió la transmisión de datos mediante la conexión de múltiples dispositivos. Como señala Chaparro “la infraestructura digital se convierte en un elemento crucial para el desarrollo de los territorios, influenciando aspectos económicos, sociales y culturales” (2017, p. 69) y, en consecuencia, modifica el paisaje geográfico y se sirve de ingentes cantidades de recursos de todo tipo para lograrlo.

Además de la explotación de minerales para la elaboración de todos estos componentes, ha venido amplificando un fenómeno de expropiación y privatización de los recursos naturales. Empresas como Microsoft han tomado la delantera en esta carrera por hacerse con los recursos comunes y lo anuncian como avances significativos para “todos” como sucedió con la segunda fase de su *Project Natick* que logró instalar una plataforma en el fondo del mar de Escocia para refrigerar un centro de datos de 12 bastidores con 864 servidores cada uno².

Según afirman en su web, el proyecto disminuye el gasto energético de la refrigeración en tierra, contribuyendo de esta manera con iniciativas sostenibles. Y aunque esto parece una buena noticia, lo cierto es que no se menciona por qué una empresa privada puede colonizar y privatizar poco a poco el lecho marino (Escocia es apenas uno de los primeros enclaves propuestos) tampoco se menciona si este logro tendrá consecuencias a

² Más información en: <https://natick.research.microsoft.com/>

largo plazo en la temperatura del agua y la vida circundante, pues el beneficio comercial es lo que cuenta:

Más de la mitad de la población mundial vive a unos 120 kilómetros de la costa. Al colocar centros de datos en cuerpos de agua cerca de ciudades costeras, los datos tendrían una distancia corta que recorrer para llegar a las comunidades costeras, lo que conduciría a una navegación web rápida y fluida, transmisión de video y juegos, así como experiencias auténticas para tecnologías impulsadas por IA (Roach, 2018, *s.p.*).

Otro caso menos exitoso en esta carrera privatizadora es el de Cerrillos (Chile). El pasado 26 de febrero del 2024 el Segundo Tribunal Ambiental chileno detuvo nuevamente las intenciones del proyecto de Google denominado *Cerrillos Data Center*. Inicialmente la empresa contemplaba instalar un megacentro de datos en un terreno de 23 hectáreas ubicado en las comunas Cerrillos y San Bernardo (Chile). Este funcionaría como centro de almacenaje de datos tecnológicos y para su refrigeración se serviría de tres pozos del Acuífero Santiago Central –dado que, increíblemente, tiene los derechos de aprovechamiento– a razón de 168 litros de agua por segundo para mantener el funcionamiento pleno, esto en una región que enfrenta problemas de suministro de agua potable desde hace décadas.

Luego de este revés la compañía planteó la posibilidad de un sistema de enfriamiento por condensación de aire, no obstante, la licencia se detuvo al considerar la actuación irregular de la empresa al no incluir los efectos del cambio climático en la evaluación del componente hídrico en su primera propuesta. Aunque estos dos ejemplos ilustran de manera sucinta el papel de la infraestructura no se entienden sin el componente territorial como otra condición material de existencia del ciberespacio.

1.1.1.2 Territorio. Las acciones y decisiones que se toman en términos de cobertura, acceso y ubicación de las redes tienen efectos medioambientales, geopolíticos, sociales y económicos que, a su vez, transforman la calidad, cantidad y velocidad de los relacionamientos territoriales (Chaparro, 2017). Metáforas como “la nube”, alimentan un imaginario erróneo que encubre las repercusiones reales de la existencia del ciberespacio. La nube está aquí, insertada en la tierra, usa recursos naturales y tiene una gran responsabilidad,

en gran medida ignorada, en la deriva medioambiental que pone en riesgo el futuro mismo del planeta³.

De la imagen del titán Atlas cargando el mundo en sus hombros hemos pasado a la imagen de la tierra soportando el peso del ciberespacio. Mar, tierra y aire al servicio de los datos sosteniendo y paleando requerimientos cada vez más grandes de los gigantes tecnológicos. Porque, si en el mar la situación es compleja, en tierra no es mejor. Ubicado en la región sur de la bahía de San Francisco en California, Silicon Valley es conocido como el epicentro global de la innovación y la tecnología, al tiempo que es un foco poco publicitado de desplazamiento.

Desde la década de 1950, ha sido el hogar de numerosas empresas tecnológicas entre las que se cuentan Apple, Google y Meta hasta *startups* emergentes. La concentración de talento, capital de riesgo y universidades de primer nivel ha convertido a Silicon Valley en un imán para emprendedores y profesionales de todo el mundo. Sin embargo, en las últimas décadas, el precio de la tierra y la vivienda ha alcanzado niveles exorbitantes. Este aumento se debe, entre otras cosas, a la demanda de vivienda para profesionales de alto nivel y a la especulación inmobiliaria. Como resultado, muchas personas que han vivido allí durante largo tiempo, incluidos algunos de los primeros empleados de empresas tecnológicas exitosas, se han visto obligadas a abandonar la región debido a la imposibilidad de acceder a vivienda rentada y, menos aún, a compra de tierra⁴.

Otra capa de este problema tiene que ver con lo que el profesor Jeffer Chaparro ha denominado la hiperprivatización del espacio público que se refiere al modo en que las empresas tecnológicas se apropian de estos lugares a través de diversas estrategias. En su artículo *¿Telarañas digitales e hiperrealidad? Cavilaciones sobre ciberespacios, proto-cíborgs y realidades aumentadas en espacios públicos* (2021) describe la atmósfera de excitación que se vivió en el campus de la Universidad Nacional de Colombia por cuenta del lanzamiento de *Pokémon Go*, un juego de realidad aumentada producido por la compañía

³ Y, no obstante, desarrollos como el de la IA –que podrían contribuir a la búsqueda e implementación de soluciones que ayuden a mitigar el cambio climático– solo son posibles con el concurso de grandes cantidades de datos alojados en ella.

⁴ Ver: Documentales DW: *Google, Facebook y Amazon – El poder ilimitado de los consorcios digitales*; en español: https://www.youtube.com/watch?v=A3cGMNxRNJ0&t=1968s&ab_channel=DWDocumental

Niantic Inc., en 2016 que, por supuesto, no pidió autorización a ninguna entidad para que sus esquivas creaturas “aparecieran” en el campus universitario. Al respecto sentencia:

Queda claro [...] que la RA [Realidad Aumentada] está privatizando de manera profunda el espacio público mediante el usufructo del espectro electromagnético. Técnica y factualmente los Estados, los gobiernos, están privatizando el espectro electromagnético, es decir la naturaleza. Una vez más la naturaleza, en este caso física, es apropiada de manera privada (Chaparro, 2021, p. 10).

Pero, sin duda, el caso paradigmático que nos muestra, aun hoy, qué tan contundentes son los efectos de la incursión de los desarrollos digitales en el espacio geográfico físico es Google y su proyecto *Street View* lanzado en el año 2007 como función cartográfica de panorámicas a nivel de calle: “se llevó lo que quiso, y, mientras esperaba a que la resistencia siguiera su curso, devoró y ‘datificó’ los espacios públicos, las calles, los edificios y los hogares de todo el mundo” (Zuboff, 2021, p. 195). Lo que causó un gran escándalo mediático denominado *Spy Fi* pues se acusó y se probó que Google estaba obteniendo de manera ilegal y sin consentimiento de los ciudadanos, sus datos de navegación, contraseñas, perfiles crediticios, pornografía, direcciones de correo electrónico, entre otros datos sensibles con los que, por un lado, se podría obtener el perfil y la identificación de la persona fácilmente y por otro, violaba flagrantemente su derecho a la propiedad privada al utilizar sin permiso las imágenes de sus lugares de habitación amén de lo que esto significaba en términos de intimidad y seguridad.

La respuesta ante estas acusaciones fue el despido de un empleado de Google (la manzana podrida) y después simplemente siguieron adelante fortaleciendo la flota de captura de datos a través de la diversificación de los medios de transporte que ahora incluyen triciclos, motos y carritos de nieve diseñados especialmente para realizar este trabajo en espacios geográficos de difícil acceso para los coloridos automóviles que hemos visto pasear por las calles del mundo. Recientemente sumaron a su arsenal tecnología ponible, en este caso, mochilas de *trekking* con cámara incorporada.

Tal es la importancia que tiene el control digital de la geografía física que Meta y Google entraron en una “guerra de pujas” que finalizó en 2013 con la compra, por parte de Google, de una *Startup* israelí de cartografía social llamada Waze y una vez asegurada la

información provista por los mismos usuarios, en 2014 adquirió Skybox una empresa de imágenes vía satélite en tiempo real (Zuboff, 2021).

1.1.1.3 Dispositivos móviles. Aunque los ordenadores fueron el medio físico primario de la expansión de Internet, la llegada de dispositivos móviles como tabletas, teléfonos y relojes inteligentes ha multiplicado su alcance. La demanda y con ello la puja por el mercado los hizo asequibles para una buena porción de la población mundial aumentando significativamente el número de usuarios de Internet en todo el mundo. La inserción lenta y continuada de estos pequeños artefactos naturalizó su presencia vinculándolos de manera existencial a nuestra corporeidad como lo demostró Jo Tacchi en su estudio sobre los ritmos digitales de la casa:

Aunque la situación global no es homogénea, hoy, para muchas personas, el teléfono móvil, el ordenador portátil o la tableta han pasado a formar parte integral de su vida diaria y de sus relaciones sociales interpersonales y otras más amplias. La ubicuidad de los medios digitales en la vida diaria los hace a la vez manifiestos y fáciles de encontrar, pero al mismo tiempo es difícil diferenciar el uso que la gente hace de esos medios de los ritmos y las rutinas más generales de la vida cotidiana y los sentimientos encarnados del yo. Es posible que la característica de las sociedades actuales es que están pobladas de gente que verifica continuamente el correo electrónico, usa la tecnología GPS para moverse por la ciudad o localizar a un amigo “perdido”, charla con amigos lejanos en el coche, y descarga un programa de televisión para verlo después del trabajo. En este contexto, los medios digitales impregnan la vida cotidiana, con similitudes y diferencias con antiguas tecnologías mediáticas como los televisores localmente fijos, los lápices de memoria, el papel y las cartas (Tacchi, 2019, pp. 83-84).

Diariamente, tanto la demanda como la oferta de aplicaciones específicas para dispositivos móviles aumenta. Plataformas de redes sociales llevan la delantera en el desarrollo de arquitecturas específicamente diseñadas para funcionar en un recuadro de 6 pulgadas, lo que asegura una integración total con la experiencia vital de sus usuarios. Su capacidad para mantenernos conectados en cualquier momento y lugar ha transformado la forma en que vivimos y trabajamos, asegurando que nuestra cotidianidad esté profundamente arraigada a la conexión ininterrumpida con el ciberespacio.

Además de las redes sociales, los dispositivos móviles brindan acceso a una amplia gama de servicios en línea. Desde correo electrónico y mensajería instantánea hasta compras en línea, servicios bancarios y una aplicación que es de especial interés, Google Maps. Herramienta que complementa esta conectividad omnipresente, no sin sacar rédito de ello:

Si observas el mundo offline, el mundo real en el que vivimos, esa información no está completamente en línea. Pues bien, de manera progresiva, mientras todos seguimos con nuestras vidas, nosotros [Google] seguimos esforzándonos por cerrar esa brecha entre lo que vemos en el mundo real y [el mundo en línea], y Maps es la herramienta que realmente cumple esa función (Gupta, citado en Madrigal, s.p. Traducción propia).

Las implicaciones de estas condiciones materiales se expresan de diversas maneras en las relaciones territoriales, sociales y culturales, veamos de qué modo.

1.1.2 Aspectos Relacionales: libertad y mercado

La creciente interconexión e interdependencia de las sociedades y economías a nivel mundial, se ha considerado comúnmente como un fenómeno impulsado por los avances en las comunicaciones, el transporte y la tecnología posibilitando una mayor integración de los mercados, la información y las personas a escala global. Esto trae consigo unas maneras de relación distintas, tensiones y resistencias no solo entre países o regiones sino entre personas y más aún entre personas y objetos.

Es habitual la idea de que Internet ha eliminado las barreras geográficas creando un territorio común, sin fronteras. Una idea discutible teniendo en cuenta que fenómenos como el racismo, la xenofobia y la islamofobia en lugar de deshacerse en la certeza y “cercanía” de la pluralidad cultural, han ido ganando más terreno. En últimas, “Internet no se deshace de las fronteras geográficas tradicionales, ni disuelve la identidad cultural, ni suaviza las diferencias lingüísticas: las consagra” (Martel, 2015, s.p. Traducción propia).

Pero el mercado florece. Las empresas ahora pueden llegar a clientes potenciales en cualquier parte del mundo a través de sus sitios web, plataformas de comercio electrónico y redes sociales dando lugar a un aumento exponencial en el comercio electrónico y permitiendo que empresas de todos los tamaños participen del mercado internacional, no sin depender de gigantes tecnológicos como Google.

Por su parte, los dispositivos móviles, conectados 24 horas, 7 días de la semana a Internet extrayendo información vital para que el movimiento del mercado se mantenga en incesante crecimiento, brindan acceso instantáneo a información, productos y servicios en cualquier momento y lugar. Los consumidores pueden realizar compras en línea, comparar precios, leer reseñas de productos y hacer transacciones financieras “desde la comodidad” de sus dispositivos. Impulsando de manera estratosférica el crecimiento del comercio electrónico y la base de clientes potenciales.

Además, las redes sociales han sido un fortín al permitir que las empresas se conecten y se involucren directamente con los consumidores de todo el mundo. Las plataformas de redes sociales, como X, Meta, Instagram, y LinkedIn, proporcionan a las empresas una forma efectiva de promocionar sus productos, interactuar con los clientes, recibir comentarios instantáneos y construir una sólida presencia de marca a nivel global. Esto ha redundado en una mayor visibilidad y oportunidades de crecimiento para las grandes empresas, y en contadas ocasiones, para aquellas de menor tamaño. Exploremos estos modos de relación con mayor detalle.

1.1.2.1 Globalización. Conceptualizada más tarde como un fenómeno contemporáneo, la globalización podría leerse como una *tendencia* continuada desde el siglo XV manifestándose principalmente en las relaciones desiguales entre potencias coloniales y sus colonias. Desde un enfoque histórico, Fernand Braudel examinó en su obra *Civilización Material, Economía y Capitalismo. Siglos XV - XVIII* (1979) cómo las interacciones entre diferentes civilizaciones y regiones evolucionaron a lo largo de siglos, subrayando eventos como las exploraciones marítimas europeas y la formación de imperios coloniales (por adhesión de territorios a sangre y fuego). Este análisis reveló las bases tempranas de una integración económica global, aunque no explícitamente etiquetada como globalización.

En la misma línea, aunque desde un enfoque sociológico, Immanuel Wallerstein desarrolló la teoría del “Sistema Mundo” destacando cómo las estructuras económicas y las relaciones de poder configuraron un sistema global jerárquico. En *El sistema mundial moderno: La agricultura capitalista y los orígenes de la economía-mundo europea en el siglo XVI* (1974), Wallerstein pone en evidencia modos de relación estrictamente verticales establecidos por las potencias coloniales dedicadas a la espoliación de recursos en territorios colonizados en un contexto de capitalismo extractivista.

Desde otra perspectiva, la globalización podría ubicarse en el siglo XIX, es decir, como un *proceso* iniciado por la Revolución Industrial debido a los avances tecnológicos en la producción, el transporte y las comunicaciones contribuyendo en gran medida a una mayor integración de los mercados internacionales y al surgimiento del capitalismo industrial a escala global. Si bien no hay cambios estructurales que beneficien al grueso de las sociedades, el modo de relacionamiento vertical da paso a la lucha de clases marxiana. Como es bien sabido, Karl Marx postula que, en el sistema capitalista, los burgueses o capitalistas, propietarios de los medios de producción, controlan y acumulan capital a través de la explotación del proletariado, quienes solo poseen su fuerza de trabajo y se ven obligados a venderla para subsistir. Esta dinámica establece una relación de tensión constante entre los intereses acumulativos del capitalismo y los esfuerzos de los trabajadores por revertir sus efectos.

Ahora bien, en los últimos años se asocia la globalización con el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, esto es, a partir de la década de 1940. El establecimiento de instituciones internacionales como las Naciones Unidas o el Fondo Monetario Internacional sentaron las bases para una mayor integración económica y “cooperación global”. A partir de las décadas de 1980 y 1990, se produjo una aceleración significativa de la globalización con el avance de las tecnologías de la información y las comunicaciones, la desregulación financiera y la liberalización del comercio. Factores como la aparición de empresas multinacionales, la creciente interconexión de las economías nacionales y la expansión de Internet fueron decisivos para impulsar una mayor integración y dependencia entre los países.

En este contexto Internet, no solo funciona como facilitador, sino que, además, abre un campo para la capitalización de los excedentes conductuales, es decir, todos aquellos comportamientos que particularizan a los usuarios y que aceitan la economía de mercado a través de la monetización de nuestra interacción con el ciberespacio. Esta modalidad de capitalismo es descrita de manera magistral por la socióloga Shoshana Zuboff bajo el concepto de *capitalismo de la vigilancia* al que define como un “nuevo orden económico que reclama para sí la experiencia humana como materia prima gratuita aprovechable para una serie de prácticas comerciales ocultas de extracción, predicción y ventas” (2021, p. 9).

De esta manera, como tendencia, proceso, o internacionalización institucional la globalización ordena modos de relación económicos, políticos, sociales y culturales que, con

el desarrollo y la diseminación de tecnologías, sobre todo, el Internet y, más adelante, el Internet móvil son cada vez más evidentes.

1.1.2.2. Desarrollo y evolución de Internet. Existe una gran cantidad de investigaciones sobre el nacimiento y desarrollo de Internet. De acuerdo con la Internet Society, una de las autoridades que hacen parte del ecosistema que ejerce “la gobernanza de Internet” (Figura 2), el primer paso hacia su creación (1.0) se dio en 1962, cuando el informático estadounidense J.C.R. Licklider del Massachusetts Institute of Technology (MIT) describió su concepto de una "red galáctica" en la que los ordenadores estarían interconectados globalmente. Licklider convenció a otros investigadores de la importancia de su concepto, incluyendo a Iván Sutherland (conocido como el padre de la computación gráfica) y a los pioneros de Internet Bob Taylor y Lawrence Roberts.

En 1961, el reconocido profesor de Ciencias de la Computación de la UCLA, Leonard Kleinrock, publicó el primer documento sobre la teoría de conmutación de paquetes, que fue un avance fundamental en el desarrollo de las redes informáticas. En 1965, Lawrence Roberts conectó dos ordenadores a través de una línea telefónica de baja velocidad, creando la primera red de área amplia del mundo. Esto demostró la viabilidad de la conmutación de paquetes. Fue en 1966 que Roberts desarrolló un plan para ARPANET, que se convertiría en la primera red de conmutación de paquetes. En 1969 se instaló el primer conmutador de paquetes en la Universidad de California (Los Ángeles) y se conectaron los primeros hosts, marcando el inicio de Internet.

En los años siguientes, se añadieron más ordenadores a ARPANET y se trabajó en el desarrollo de un protocolo de host a host completo. En 1972, se realizó una demostración exitosa de ARPANET en una conferencia, y se introdujo el correo electrónico como una de las primeras aplicaciones de Internet, así como las redes de arquitectura abierta, que permiten la interconexión de diferentes redes independientes. A medida que Internet crecía en tamaño y complejidad, surgieron nuevos desafíos, como el escalado de los enrutadores y la gestión de los cambios en el software.

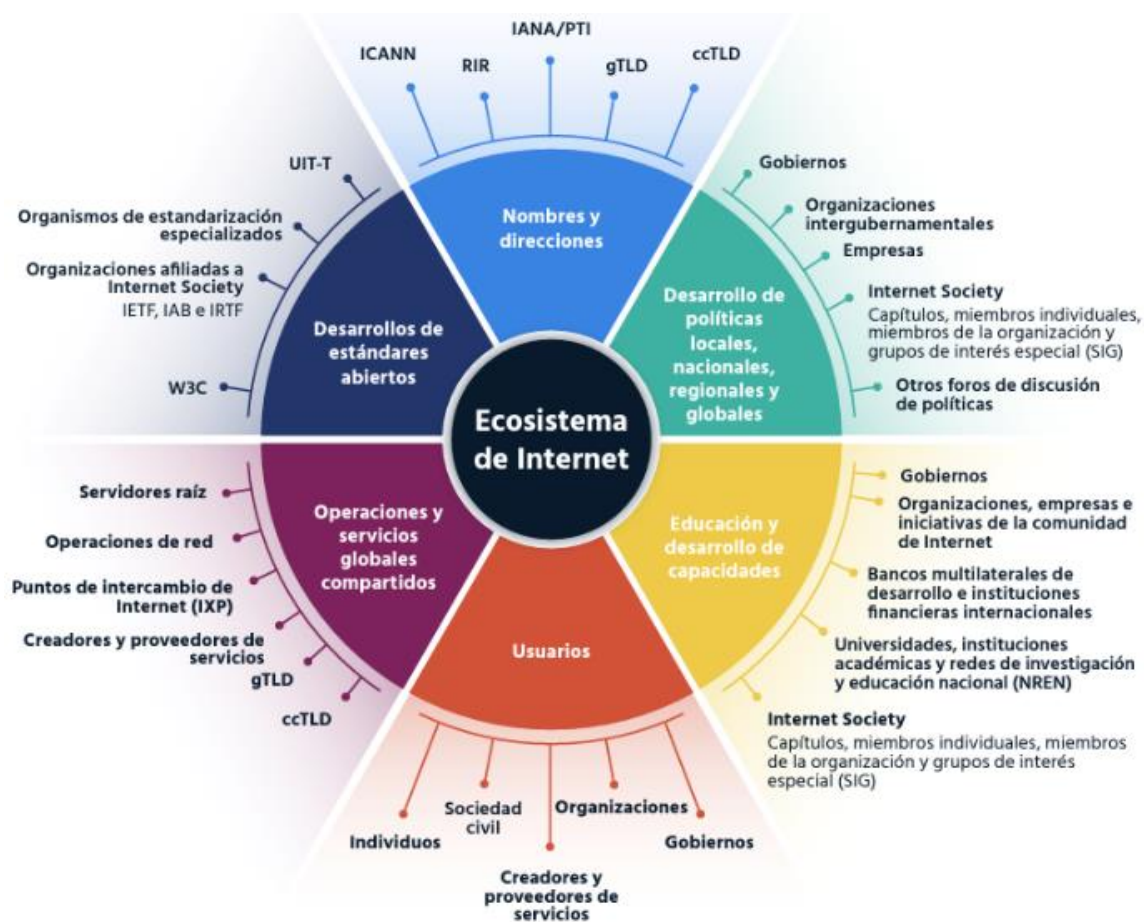


Figura 2. Ecosistema de Internet
Fuente: <https://www.internetsociety.org/> (2022)

Durante 1990 y el 2000 se sitúa el Internet 2.0 etapa de apertura al público en general y explosión en el uso y la adopción de la *World Wide Web*. Este tiempo se caracterizó por el crecimiento de los sitios web, la creación de motores de búsqueda y el desarrollo de aplicaciones interactivas. El Internet 3.0 se sitúa en la década siguiente (2000-2010) tiempo durante el cual la evolución de la Web se encaminó hacia una plataforma más participativa y social. Es aquí cuando aparecen los blogs, las comunidades en línea y se multiplican las redes sociales (las primeras habían aparecido tímidamente a finales de los años 90, TheGlobe.com, 1995; Six Degrees, 1997; LiveJournal, 1999 y de la misma fecha, QQ), generando una mayor interacción y colaboración entre los usuarios.

El Internet 4.0 (2010-2020) ofrece más movilidad y conexión apalancado en la proliferación de dispositivos inteligentes y la creación de aplicaciones móviles. De este modo,

produjo un crecimiento exponencial de los datos, así como el surgimiento de tecnologías como el Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) y la inteligencia artificial (IA). Todavía queda mucho por desarrollar y aprender (no han sido pocas las alertas por del desarrollo de las IA), pero ya se perfila, como concepto incipiente, el Internet 5.0 que espera una mayor interconexión y convergencia de tecnologías emergentes como la realidad virtual, la computación cuántica y el Internet táctil. Aunque todavía no está ampliamente definido ni establecido, se exploran sus potencialidades y desafíos.

1.1.3 Artefactos culturales: naturalización

En la intersección entre la cultura y la tecnología, el ciberespacio emerge como una posibilidad fructífera y productora de realidades alternativas y, pocas veces, alterativas, las cuales toman diferentes formas e incluyen a la literatura, el cine, el bioarte y los ciborgs. Estas apuestas no solo reflejan las preocupaciones y aspiraciones de la sociedad, sino que también moldean activamente la forma en que percibimos y habitamos el mundo digital. Reconociendo su importancia en el devenir tecnosocial que habitamos, también se encuentran presentes en la configuración del problema en cuanto que escenarios de proyección, experimentación y crítica

1.2.3.1 Reflejos distópicos. Si bien podría parecernos que vivimos en un mundo sacado de una película, la verdad es que la literatura llegó primero. Desde los lejanos años 70 la literatura de ciencia ficción ha sido un terreno fértil para la exploración de las posibilidades y peligros del ciberespacio. Autores visionarios como Isaac Asimov (1920-1992), Philip K. Dick (1928-1982), William Gibson (1948-presente), Bruce Sterling (1954-presente) entre otros, imaginaron mundos donde la realidad virtual, la inteligencia artificial y la realidad aumentada se entrelazan con la experiencia humana. En obras como *Neuromancer* (1984) Gibson vislumbró un ciberespacio donde la realidad y la simulación se confunden, siendo pionero también en el uso de conceptos como ciberdelincuencia e identidad digital.

Por su parte, Isaac Asimov, en la serie *Fundación* (1951-1993), sugiere que la interconexión global podría dar lugar a nuevos sistemas de gobierno y poder. La serie narra la historia de la Fundación, una organización creada por el matemático Hari Seldon con el objetivo de preservar y expandir el conocimiento humano tras la caída del Imperio Galáctico

bajo la idea de que el conocimiento y la información son las claves del poder y la gobernanza en una sociedad interconectada. De este modo, anticipó muchas de las dinámicas que hoy observamos en nuestro mundo digital y globalizado. Mientras que Dick, en *¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?* (1968), cuestiona la naturaleza de la realidad y la humanidad en un mundo donde las fronteras entre lo real y lo artificial se desdibujan.

Con la llegada del cine varios de esos clásicos se han materializado ante nuestros ojos, tal es el caso de *Yo, Robot* (2004, Alex Proyas) o *Ready Player One* (2018, Steven Spielberg) basadas en narraciones homónimas de Isaac Asimov y Ernest Cline, respectivamente. Mientras que casos como la ya icónica saga *Matrix* se han concebido en el seno mismo de la pantalla grande. Todos estos artefactos, ya sea a través de efectos visuales impactantes, narrativas densas y profundas sobre la realidad de la dimensión material o hasta el cuestionamiento de la existencia de "algo" esencialmente humano ofrecen una visión vívida y expansiva del ciberespacio, una instancia para el “como si”, contribuyendo, en últimas a cierta naturalización de objetos, relaciones y ordenamientos espaciales.

Pero quizás el ejemplo que mejor conjuga ciberespacio, redes sociales y subjetividad lo encontremos en *Nosedive* episodio que inaugura la tercera temporada de la serie de antología *Black Mirror*. El episodio explora cómo la intersección entre el espacio virtual y el espacio físico puede amplificar las disparidades sociales y conducir a una segregación cada vez mayor entre aquellos que tienen altas calificaciones sociales y aquellos que tienen menos oportunidades. En la sociedad distópica presentada en este episodio las personas son constantemente clasificadas y evaluadas en función de sus interacciones sociales en una plataforma similar a las redes sociales. Estas calificaciones sociales determinan el acceso a oportunidades laborales, viviendas de calidad, servicios exclusivos y estatus en general. Como resultado, las personas están obsesionadas con mantener una imagen pública perfecta para mejorar su calificación social, lo que conduce a interacciones falsas y superficiales.

La intersección entre el espacio virtual y el espacio físico se vuelve evidente cuando las calificaciones sociales impactan en la vida cotidiana de las personas. Por ello, los personajes planean cuidadosamente sus interacciones y actividades (desde la elección de amigos hasta la compra de un café) buscando maximizar sus calificaciones. El episodio ilustra, además, cómo la brecha social se amplía a medida que aquellos con calificaciones

sociales más altas tienen acceso a privilegios y oportunidades exclusivas, mientras que aquellos con calificaciones más bajas enfrentan discriminación y exclusión.



Figura 3. Ilustración de Josan González. Portada de la edición portuguesa de *Neuromancer*
Fuente: editoraaleph.com.br/ (2016)

Esta deriva cultural nos muestra que, desde Henry Cash, protagonista de *Neuromancer*, hasta Lacie, caída en desgracia en una serie de errores desafortunados en *Nosedive*, la relación con el ciberespacio puede ser problemática y distópica. Cada ejemplo,

se aventura a hacer un poco de futurología en escenarios extremos (que no imposibles) en los que el control de cada resquicio de una vida fuera de línea se miran con desconfianza y desdén.

1.2.3.2 *Bioarte y ciborgs*. El bioarte, una forma de expresión que combina arte y biotecnología también ha contribuido a dotar de significado estos intersticios. Artistas como Eduardo Kac han explorado la intersección entre lo orgánico y lo digital, creando obras que desafían nuestras percepciones de la vida y la tecnología. Su famoso proyecto *GFP Bunny* (2000), que implicó la creación de un conejo transgénico fluorescente, plantea preguntas sobre la manipulación genética y la ética. Estas obras nos recuerdan que el ciberespacio no es solo un reino de bits y bytes, sino también un espacio donde lo biológico y lo artificial se entrelazan de formas sorprendentes y a menudo desconcertantes.

Los *ciborgs*, seres que combinan componentes orgánicos y tecnológicos, son otro elemento crucial en la constitución del ciberespacio. Desde la visión de Donna Haraway sobre el *ciborg* como una figura de resistencia y posibilidad en su *Manifiesto Cyborg* (1985), hasta la representación de personajes como el *Terminator* de James Cameron (1984), los *ciborgs* nos obligan a reconsiderar lo que significa ser humano en un mundo cada vez más tecnológico. En la cultura popular, estos personajes suelen ser retratados como figuras ambivalentes, tanto amenazantes como emancipadoras, lo que refleja nuestras propias ambigüedades y ansiedades sobre la tecnología y la eterna pregunta por aquello que nos hace humanos.

Como se ha mostrado, considerar que X/Twitter se ha convertido paulatinamente en un dispositivo de subjetivación comporta la presencia de elementos heterogéneos y, aparentemente distantes que, sin embargo, se entrelazan en un entramado complejo, dinámico y multifacético que va naturalizando modos de ver, de actuar, de sentir en relación con el influjo invisibilizado de una dimensión cada vez más decisiva en nuestro discurrir social y cultural. Su abordaje añade profundidad al problema y nos permite vincularlo con las realidades físicas situadas. De este modo, el desocultamiento de las líneas que configuran el dispositivo mostrará los mecanismos mediante los cuales X/Twitter moldea modos de ser, sugiere percepciones sociales y coadyuva en la construcción de realidades virtuales y físicas interrelacionadas.

1.2 Objetivos

De este modo la estructuración del problema de investigación canaliza nuestros intereses en el siguiente objetivo general: Interpretar la manera en que la configuración ciberespacial hace de la plataforma X/Twitter un dispositivo de subjetivación. Para dar alcance a este objetivo trazamos una ruta de avance escalonado a partir de los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar las características ciberespaciales y arquitectónicas de la plataforma X/Twitter.
2. Describir los modos de relación e interacción entre los candidatos a la alcaldía de Bogotá y otros participantes en la plataforma X/Twitter en el marco de las elecciones de octubre del 2023.
3. Examinar la relación entre la disposición ciberespacial y las interacciones de los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá y otros actores participantes en la plataforma X/Twitter en el marco de las elecciones de octubre del 2023.

1.3 Contexto

En X/Twitter, tiempo y espacio se viven en simultáneo. Los usuarios pueden conectarse con personas de diferentes partes del mundo y acceder a información y eventos que, de otro modo, estarían fuera de su alcance geográfico o temporal. Esta interconexión crea una sensación de simultaneidad y proximidad entre personas y eventos que están separados por la distancia y el tiempo. De hecho, cada comentario a una publicación es, a la vez, una irrupción y un acoplamiento. Se irrumpe en la conversación sin importar el tiempo que haya pasado desde la publicación inicial y una vez hecha la interacción esta se acopla al flujo temporal inicial. De este modo, el contexto de la investigación debe comprenderse como una coyuntura temporoespacial en la que las variables “elecciones de alcalde de Bogotá” y “campanas en X/Twitter durante octubre del 2023” confluyen en los perfiles de cada uno de los candidatos produciendo espacios-tiempos particulares. No obstante, aquí estas dimensiones se presentan separadas con la intención de aportar elementos que contribuyan a su comprensión holística.

1.3.1 Marco espacial

La investigación se llevó a cabo en la plataforma virtual X, conocida hasta julio de 2023 como Twitter, nombre que hacía referencia a los trinos de los pájaros, esto es mensajes cortos, directos y públicos acompañados de *gifs*, imágenes, enlaces, emoticones y etiquetas. Twitter nace en el año 2006 como una herramienta de comunicación anclada a los mensajes de texto de los Estados Unidos (razón por la cual el límite inicial era de 140 caracteres). Su creador –y posterior cofundador de Twitter, Inc.– Jack Dorsey, la configuró mientras hacía parte del grupo de desarrolladores que dio vida a la plataforma de *podcast* Odeo. Su lanzamiento fue acompañado de una interfaz de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés) lo que dio vía libre a los usuarios para crear extensiones de acuerdo con sus necesidades⁵.

Esto, en un momento en el que las redes sociales existentes eran herméticas con su programación, se convierte en un hito fundamental en la construcción social de un espacio virtual. A esta apertura debemos, entre otras cosas, la creación de las etiquetas “#” atribuidas al desarrollador Chris Medina quien usó el símbolo por primera vez con el propósito de crear un grupo de conversación alrededor de una palabra. Aunque inicialmente la idea no fue bien recibida por la compañía, ganó popularidad entre los cibernautas y el uso continuado hizo que se incorporara a la plataforma tan solo unos meses después. Su éxito desde entonces ha sido tal que hoy se usa en plataformas de distinta naturaleza.

Como todas las redes sociales, a lo largo de su trayectoria X/Twitter incorporó mejoras, cambios de imagen, y nuevas funciones para adaptarse, tanto a las necesidades, como a las demandas de sus usuarios, lo que la ha convertido en uno de los altavoces predilectos para todo tipo de discursos, desde los más banales hasta los que rozan en el odio. Sus modificaciones más recientes responden a un proceso complejo de compraventa iniciado en abril del 2022 con la propuesta de compra por parte del empresario sudafricano Elon Musk quien poco antes había adquirido el 9.2% de las acciones convirtiéndose en su mayor accionista individual. Musk presentó una oferta para comprar el 100% de Twitter por 44 mil millones de dólares, a 54.20 dólares por acción. En un primer momento, el consejo de Twitter

⁵ Jack Dorsey fue el primer presidente de la junta directiva de Twitter (2008-2015) tiempo en el que, además, fungió como CEO en dos ocasiones. La primera desde el 21 de marzo del 2006 hasta el 16 de octubre del 2008. La segunda, desde el 5 de octubre del 2015 al 19 de noviembre de 2021, cuando renunció. Actualmente es el CEO de la empresa de servicios financieros y pagos digitales Block, Inc.

quiso evitar la adquisición hostil, pero finalmente aceptó la oferta de Musk. Para junio del 2022 Twitter Inc. y Musk ya habían firmado un acuerdo de fusión que detallaba los términos de la compra.

Sin embargo, Musk expresó preocupaciones sobre la cantidad de cuentas falsas y bots en la plataforma, poniendo en duda la veracidad de las cifras reportadas por Twitter sobre la cantidad de los usuarios activos, tanto así que en julio intentó cancelar la compra, alegando que Twitter no proporcionó suficiente información sobre las cuentas falsas y bots. Estas declaraciones fueron contestadas con una demanda de Twitter que lo obligaba a completar la compra, afirmando que sus preocupaciones eran infundadas.

LA EVOLUCIÓN DE TWITTER

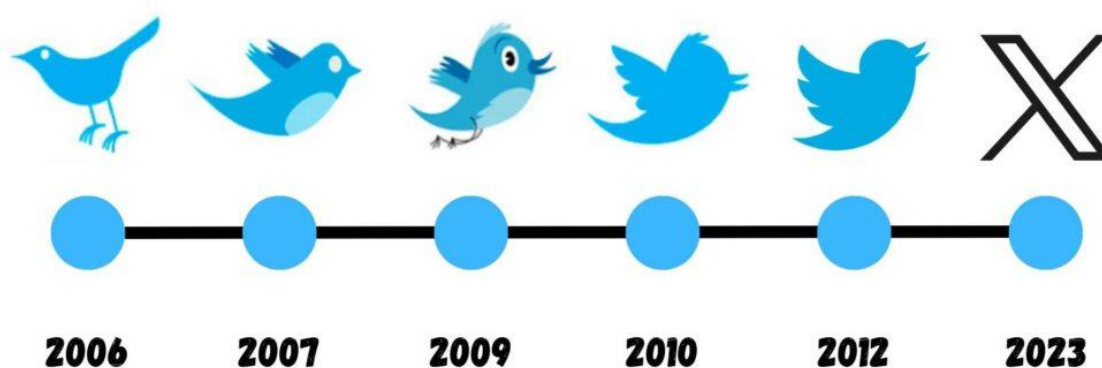


Figura 4. Cambios en el logo de Twitter desde su creación hasta el año 2023

Fuente: <https://vyadigitalmarketing.com/> (2023)

Finalmente, en octubre del 2022 Musk decide proceder con la compra al precio original acordado. El proceso se completó el 27 de octubre de 2022. Musk asumió el control de Twitter como director ejecutivo despidiendo a Parag Agrawal junto al director financiero Ned Segal. Al tiempo, anunció planes para reformar la plataforma, incluyendo actualizaciones en la política de moderación de contenido y la implementación de nuevas características. Una de las modificaciones más radicales fue el cambio de nombre de Twitter a X el 22 de julio del 2023.



Figura 5. Tuit de Elon Musk en el que anunciaba el cambio de marca de Twitter
Fuente: X (2024)

1.3.2 Marco temporal

El marco temporal elegido para llevar adelante la investigación se establece dentro del periodo electoral. Las elecciones para alcalde de Bogotá son particularmente significativas debido a la importancia política de la capital y también, hay que decirlo, a cierta tendencia centralista en la que Bogotá es el lugar donde ocurre “lo importante”. Por el acceso privilegiado de gran parte de los habitantes de la ciudad a Internet, plataformas como X/Twitter actúan como microcosmos digitales donde se entrelazan las discusiones políticas, sociales y culturales que moldean este panorama a partir de la percepción pública de los candidatos. Estas razones hicieron que la investigación se desdoblara en dos líneas temporales. Una amplia (septiembre, octubre y noviembre del 2023; abril y mayo de 2024) que nos sirvió para la descripción del entramado arquitectónico de la plataforma, y otra, muy específica, centrada en el espacio-tiempo electoral (octubre de 2023, último mes de las campañas para las elecciones de alcalde de Bogotá para el periodo 2024-2027).

Esta bifurcación responde, además, a decisiones metodológicas. Examinar el fenómeno sin conocer a profundidad la estructura y la dinámica interna de la plataforma condiciona los análisis y escinde el fenómeno de la arquitectura. Por lo que era necesario un periodo de observación participante que diera cuenta del entramado y funcionamiento de la arquitectura, uno que diera cuenta del fenómeno y otro, un tiempo de control, para verificar la actualidad y veracidad de los hallazgos respecto de la constitución de la arquitectura.

1.4 Hipótesis de trabajo

La hipótesis que sostiene esta investigación es que la plataforma de microblogging X/Twitter es un dispositivo de subjetivación que muestra, sugiere, moldea y dirige modos de

conocer, de cuestionar y de actuar alineados con un marco de saber-poder hegemónico sostenido en la defensa del derecho a la libertad de expresión y de opinión confeccionado a la medida del neoliberalismo. Esto como efecto de su Arquitectura Virtual conformada por las políticas de privacidad, los términos de uso, las reglas, la interfaz de usuario y el algoritmo.

1.5 Justificación

En la era de la hiperconectividad y la globalización el desarrollo vertiginoso de la tecnología informática ha ejercido un papel fundamental en la configuración de la percepción de realidad. El confinamiento debido a la pandemia por Covid-19 marcó un punto de inflexión que, además de mostrar fehacientemente cuán profunda es la brecha digital en el mundo, obligó a gran parte de la población mundial a trasladar actividades fundamentales como la educación, la salud, el comercio y las relaciones interpersonales a un espacio que todavía no estamos seguros de comprender con suficiencia; ante la coyuntura no tuvimos ni tiempo, ni opciones y, en adelante, nuestra experiencia vital se fue imbricando de manera inexorable con *otro* espacio, el cibernético.

Una vez las medidas de confinamiento cedieron encontramos un mundo diferente. La avanzada de la tecnología digital, así como la naturalización de su uso fue tal que, para los usuarios conectados alrededor del globo, unos 5.19 mil millones (64.5% de la población mundial) resulta imposible concebir su cotidianidad sin la omnipresencia del GPS, el comercio electrónico, el teletrabajo y un sinfín de aplicaciones que funcionan “para todo”. Sin duda, en esta nueva normalidad, las redes sociales han conquistado un espacio privilegiado como medios de comunicación, de expresión, de encuentro y de debate que, por su arquitectura, es decir, la manera en que están diseñadas, organizadas y expuestas al público generan un anclaje rápido y eficiente.

No obstante, en este ecosistema, solo una red social ha logrado hacer de la visceralidad su sello distintivo: X/Twitter. La brevedad de las publicaciones, la inmediatez de las interacciones y la capacidad de difundir mensajes de manera viral en cuestión de segundos hacen de esta plataforma un terreno fértil para las reacciones espontáneas y sin filtros. La naturaleza “pública” y abierta de la plataforma permite que ideas de todo tipo fluyan libremente, generando debates acalorados, discusiones polarizadas y, a veces, incluso confrontaciones directas entre usuarios poco conocidos o directamente entre presidentes o

primeros ministros, deshaciendo todo código de diplomacia. Este hecho ha contribuido de manera decisiva a la modificación de las maneras de hacer y de participar en política.

“X. Es lo que está pasando”, reza su slogan en la web, y aunque podríamos pensar que es un tanto pretencioso, el alcance e influencia que ha cultivado le han granjeado el apelativo de *ágora contemporánea* debido a su papel en la esfera pública y su capacidad para “facilitar” la participación ciudadana y el intercambio de ideas a nivel global (Shirky, 2011) o para minimizarlo. Según una investigación realizada por la compañía Twitter en seis de estos siete países Estados Unidos, Francia, Canadá, Reino Unido, Japón, España y Alemania, el algoritmo amplifica más a un espectro político que a otro: “la derecha política dominante disfruta de una mayor amplificación algorítmica que la izquierda política dominante” (Twitter, 2021, s.p.).

Aunque los resultados de esta investigación no indican claramente cuál es la causa de este fenómeno y se limitan a afirmar que “es un producto de las interacciones entre las personas y la plataforma”, el ejemplo ilustra claramente que la interacción entre los usuarios y la arquitectura de X/Twitter tiene efectos y esos efectos pueden ser, hasta cierto punto, previstos y direccionados⁶. Un poder que es tan apetecido que Meta (casa matriz de Facebook) le ha puesto competencia con su plataforma Threads que no ha logrado conquistar la misma preponderancia, aunque apuntó al público más joven mediante la interconexión con las cuentas de Instagram.

Su influencia local llama poderosamente la atención, sobre todo si se tiene en cuenta que no es de las más populares. De acuerdo con el informe *Digital Report 2024*, elaborado anualmente por We Are Social⁷, a comienzos de enero del 2024 Colombia contaba con más de 39.5 millones de usuarios conectados a Internet lo que representa un 75.7% de la

⁶ Twitter descarga la responsabilidad de este comportamiento en las interacciones de los usuarios y descarta de manera vehemente que sea una consecuencia de la programación de su algoritmo: <https://aldescubierto.org/2021/10/26/twitter-reconoce-en-un-estudio-interno-que-sus-algoritmos-amplifican-mas-a-politicos-y-medios-de-derechas/>. Sin embargo, estos resultados ponen sobre la mesa sospechas de censura selectiva por parte de la plataforma en acontecimientos tan mediáticos como *Occupy Wall Street* o para asuntos relacionados con *WikiLeaks* que jamás llegaron a ser tendencia en la plataforma a pesar de su impacto social. Ver : <https://www.dailydot.com/debug/occupy-wall-street-twitter-ows-censorship-trends/>

⁷ We Are social es una reconocida agencia de marketing y comunicación online, líder mundial en gestión de redes sociales. El informe completo se puede consultar en: <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024-5-billones-de-usuarios-en-social-media/>

población⁸. El informe sostiene, además, que el 97.7% del total de los usuarios en territorio colombiano conectados a Internet usan al menos una red social (lo que puede explicarse por el origen de la conexión ya que el 94.8% provienen de dispositivos móviles) y, que el tiempo sumado de conexión a estas redes es en promedio 3 horas y 32 minutos por día (de las nueve horas promedio de conexión). En este informe X/Twitter se ubica como la sexta red social con apenas 5.64 millones de usuarios en contraste con Facebook que cuenta con 36.7 millones de cuentas.

Sin embargo, siendo esta plataforma más pequeña en comparación con Instagram, YouTube y TikTok (no solo en Colombia sino a nivel mundial) tiene una relevancia sostenida en las discusiones públicas, especialmente en las de corte político y social conquistando cierta legitimidad. Es común que se use como fuente de información en medios tradicionales o como medio de comunicación por instituciones gubernamentales, empresas, personas con reconocimiento mediático u otros medios informativos. Una publicación puede, de hecho, hacer las veces de declaración, por lo que generalmente ante una coyuntura el primer lugar al que acuden medios y ciudadanos en busca de más información es a la plataforma X/Twitter.

Por su innegable importancia la plataforma ha sido objeto de investigaciones en diversos campos que van desde la ingeniería hasta la educación, pasando por las ciencias sociales y la medicina. Dichas investigaciones privilegian el estudio de caso para dar cuenta de los usos de la plataforma o de sus efectos a través de métodos como la minería de datos, el aprendizaje profundo, el aprendizaje automático, el análisis de sentimientos, el análisis de recurrencias, las bolsas de palabras, y el análisis de contenido. Los resultados muestran que el uso de esta red tiene efectos sociales, culturales, políticos y económicos en grupos, comunidades, países, regiones y, en ocasiones en el mundo entero.

Sumado a esto, los cambios efectuados por su nuevo dueño y director ejecutivo, Elon Musk, con la intención de convertirla paulatinamente en la versión occidental de WeChat⁹

⁸ Si bien, el Digital Report, es considerado como una herramienta confiable para el análisis del sector digital en diferentes áreas como el comercio electrónico, las redes sociales y las aplicaciones, es necesario leer los datos con atención evitando la generalización excesiva. Por ejemplo, en la cifra sobre la cantidad de usuarios de internet en Colombia hay que tener en cuenta que el 82.2% del total corresponde a población urbana lo que, sin duda, le da un matiz diferente a la cifra.

⁹ La aplicación de origen chino WeChat aloja en una sola arquitectura servicios como mensajería instantánea, juegos online, citas, comercio electrónico, pago de servicios públicos, reserva de restaurantes, geolocalización, entre otros. Cuenta con más de 1.000 millones de usuarios activos al mes y es tan exitosa que el mismo Elon Musk acepta que desea copiarla: <https://www.youtube.com/shorts/ZS17qVK55eM>

añaden argumentos que sustentan su pertinencia y relevancia académica. Esta investigación, no obstante, propone una vuelta de tuerca al incorporar al análisis la arquitectura misma de la plataforma que ha sido sistemáticamente dada por hecho y se usa solo para la recopilación de información como un contenedor de datos. De este modo, el entramado conformado por las políticas de privacidad y tratamiento de datos, los términos de uso, las reglas, la interfaz y el algoritmo son parte integral del fenómeno a estudiar.

1.6 Limitaciones

Conscientes de la complejidad del tema que se aborda, la presente investigación delimita el fenómeno a investigar y, por lo tanto, (a) evita las comparaciones con otras plataformas de redes sociales al considerar que el análisis de sus entramados arquitecturales desborda el tiempo dispuesto para la investigación y sus objetivos; (b) se abstiene de usar herramientas digitales de acopio y análisis de grandes cantidades de datos (API) y tampoco incluye programas de análisis cualitativo como *NVivo*, *Atlas.ti* o *Dedoose*, decisión que responde a los objetivos de la investigación que buscan una comprensión profunda de las interacciones más allá de la recurrencia de palabras o categorías; y, (c) aunque se inscribe en una línea de investigación de naturaleza geográfica, la investigación se centra en el despliegue de la concepción *ciberspacial*. Esto implica que, aunque se reconoce la relevancia de los aspectos geográficos físicos, el enfoque principal está dirigido a explorar cómo las interacciones en el espacio digital influyen en los procesos y dinámicas que se estudian.

2. COORDENADAS DE EXPLORACIÓN



Figura 6. Fotograma del clip musical Carmen (Stromae, 2015)

Fuente: <https://www.bugvideos.co.uk/sylvain-chomet>

*El amor es como el pájaro de Twitter. Estamos enamorados de él,
pero solo por 48 horas. Primero nos afiliamos, luego nos seguimos.*

Nos volvemos locos, y terminamos solos.

Stromae (2015)

A partir de la declaración de la pandemia por Covid-19 los estudios sobre las redes sociales, en general, y X/Twitter, en particular, han venido en constante aumento con un espectro investigativo que se extiende para abarcar desde la ingeniería hasta la medicina. Este apartado detalla algunas de las investigaciones producidas en el campo de las ciencias sociales con la intención de proponer una visión general sobre los temas que se investigan y los métodos utilizados. Esta etapa permitió identificar un patrón investigativo centrado en los usos y los efectos de esta red social, señalando el nivel de desarrollo del objeto de estudio y marcando coordenadas para nuevos abordajes. El panorama que se presenta a continuación pone como límite de indagación el 30 de septiembre de 2023, justo antes de la recolección de las publicaciones de los candidatos a la alcaldía de Bogotá.

2.1 Análisis cuantitativo

El rastreo de las investigaciones sobre Twitter/X se hizo en la base de datos *Scopus* y, para su análisis se recurrió a una matriz de doble entrada en Excel diseñada para seleccionar las investigaciones más relevantes¹⁰. Los documentos fueron filtrados usando criterios de distinto orden. En primer lugar, se seleccionaron investigaciones de acceso libre, garantizando información gratuita y de consulta pública. En segundo lugar, se consideró el área de producción "ciencias sociales" para enfocarnos en nuestro campo de estudio (dentro de esta amplia denominación se encuentran campos como los estudios sociales y los estudios culturales). En tercer lugar, se limitó la búsqueda a tres idiomas, inglés, español y portugués, esto con la finalidad de abarcar una amplia gama de literatura científica en la que se exploran diversos aspectos de Twitter desde distintas perspectivas culturales y lingüísticas.

Finalmente, se incluyeron investigaciones a partir del año 2020, esto debido al comportamiento del volumen de indagación. En el año 2010 se registra el primer y único artículo de acceso libre sobre la plataforma; para el año 2015 este número aumentó a 38, mostrando su potencial, aunque de manera muy modesta aún. Sin embargo, en el año 2020, una vez se declara la pandemia por Covid-19 la plataforma recibe un aumento inesperado de usuarios lo que provoca que los investigadores se interesen más por este espacio. Como resultado de esta coyuntura se registraron 146 investigaciones mostrando un incremento del 284% con respecto al quinquenio anterior, una tendencia que se ha mantenido hasta ahora. De este modo, los criterios de búsqueda nos permiten obtener un conjunto de 527 investigaciones relevantes y actuales.

2.1.1 Producción investigativa por año

Los datos sobre la cantidad de investigaciones en los últimos cuatro años (Figura 7) muestran que Twitter/X sigue siendo relevante como problema de investigación y objeto de un estudio sostenido lo que se evidencia en el aumento del número de investigaciones realizadas sobre la plataforma. Comportamiento que también se explica por la preponderancia de la plataforma a nivel político.

¹⁰ Teniendo en cuenta el cambio de nombre de la plataforma durante el desarrollo del trabajo, para referirnos a las investigaciones realizadas antes de dicho cambio se utilizará la denominación Twitter.



Figura 7. Cantidad de investigaciones sobre Twitter/X por año
Fuente: Elaboración propia con datos de Scopus

2.1.2 Producción investigativa por idioma

Como era de esperarse, por el comportamiento de la academia en general, el inglés es el idioma predominante en las investigaciones con un total de 375 artículos (Figura 8). No obstante, al comparar este dato con los países de publicación vemos que la mayor parte son producidos en España, por lo que se confirma el inglés como lengua académica, a su vez que se pone en evidencia que hay preocupación por el tema en diversos países, así como publicaciones en idiomas de uso extendido como es el caso del español que cuenta con 144 artículos. Aunque en menor medida, la publicación de artículos en portugués refleja interés en la investigación sobre Twitter en la comunidad de habla portuguesa.

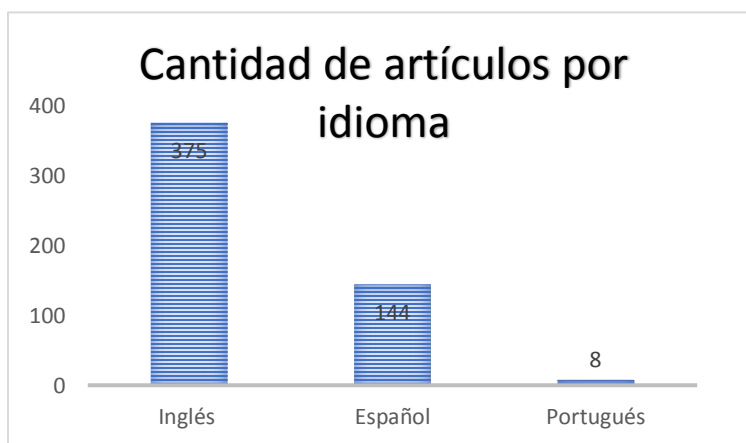


Figura 8. Artículos por idioma
Fuente. Elaboración propia con datos de Scopus

2.1.3 Producción investigativa por país

España, Estados Unidos e Inglaterra son los países con la mayor cantidad de investigaciones sobre Twitter (Figura 9) dejando en evidencia su interés significativo en el tema y una presencia activa en la investigación sobre la plataforma. Sin embargo, en general, hay una amplia representación de países que han realizado investigaciones sobre Twitter. Esta diversidad geográfica refleja el interés global en el tema y muestra que Twitter es una plataforma de estudio relevante en diferentes regiones del mundo. Entre los países latinoamericanos destaca la presencia de Brasil, México y Chile. Con un número más reducido, Colombia, Ecuador, Argentina y Perú también tienen presencia en la investigación sobre Twitter lo que indica que el tema está ganando relevancia en esta parte del globo, pero requiere de mayores estudios. Es de anotar que la gran variedad de países en ubicaciones geográficas tan disímiles deja ver la influencia mundial de la plataforma.



*Figura 9. Cantidad de investigaciones por país.
Fuente. Elaboración propia con datos de Scopus*

2.2 Análisis cualitativo

Para este análisis realizamos una clasificación de los temas recurrentes de investigación (Tabla 1), conforme a los resultados obtenidos de la matriz de análisis en Excel. Este instrumento nos muestra el espectro investigativo de Twitter:

Temas recurrentes en las investigaciones
COVID 19 / pandemia / confinamiento
Movimientos sociales
Activismo y discurso político
Educación- aprendizaje
Redes sociales e identidad
Análisis de sentimientos
Desinformación
Marketing
Discursos de odio
Periodismo / medios de comunicación / noticias

Tabla 1. Temas frecuentes en las investigaciones
Fuente: elaboración propia con datos de Scopus

Con la intención de analizar estos temas, y abarcando, en lo posible, la amplitud de la producción, los agrupamos de la siguiente manera atendiendo a dos tendencias expresadas en el objetivo de las indagaciones, a saber, investigaciones que muestran los usos de Twitter y aquellas que trabajan sobre sus efectos.

- a. **Usos de la plataforma:** COVID 19, pandemia y confinamiento; movimientos sociales; activismo y discurso político; educación y aprendizaje; desinformación; marketing; discursos de odio; periodismo, medios de comunicación, noticias.
- b. **Efectos de la plataforma:** redes sociales e identidad; análisis de sentimientos.

2.2.1 Usos de la plataforma Twitter/X

Este tipo de investigación es ponen en evidencia que Twitter/X se usa con diferentes fines. En tiempos de la Pandemia por COVID-19 fue un medio de comunicación efectivo para transmitir información por parte de las diferentes instituciones y medios, para promover discursos pro y antivacunas o para divulgar contenido científico al respecto. Asimismo, ha resultado esencial para el reconocimiento y reivindicación de los movimientos sociales, para movilizar discursos de todo tipo (políticos, ideológicos, de odio) y ni qué decir del uso periodístico y noticioso que está siempre a la orden del día. Así las cosas, en esta sección ubicaremos investigaciones que den cuenta de esos usos.

La investigación *Líderes políticos colombianos en Twitter durante la pandemia de Covid-19* (Hamman, Školník, Čopík, 2022) se enfocó en el análisis de las interacciones en

Twitter entre los funcionarios públicos más importantes durante la pandemia: el entonces presidente Iván Duque (con menos de 2 millones de seguidores), la alcaldesa de Bogotá, para la época, Claudia López (con 2,3 millones) y, el exsenador Gustavo Petro como miembro de la oposición (3.9 millones). La investigación usó la interfaz de programación de aplicaciones (API) de Twitter para obtener datos, así como el paquete “rtweet” con la función denominada “en R” para recopilar los tweets y otros datos de Twitter.

El análisis de contenido cualitativo reveló que la crisis de COVID-19 fue el tema dominante en los tuits de los tres políticos seleccionados. Iván Duque se centró en la información y medidas relacionadas con la pandemia para todo el país. Claudia López dirigió su atención específicamente a Bogotá y sus habitantes, mientras que Gustavo Petro abordó temas de calado tanto nacional como distrital. Por su parte, El análisis de contenido cuantitativo mostró que los tuits de Duque fueron en su mayoría informativos, mientras que Claudia López también criticó al gobierno en su función de oposición. Los tuits de Gustavo Petro fueron más diversos, abarcando temas más allá de la pandemia.

Como parte de estos usos políticos tenemos *Geografías de los debates de Twitter: Detectar posturas públicas sobre el Brexit a nivel de circunscripciones parlamentarias del Reino Unido* (Del Globbo, Fontanella, Fontanella, y Sarra, 2022). La investigación muestra que el éxito de las redes sociales en línea ha cambiado la forma en que las personas se conectan y comparten información, junto con la proliferación de dispositivos con capacidad de localización gracias a los datos geoespaciales generados por los usuarios. Estos datos son valiosos para la investigación social, pero su utilización es un desafío tanto en términos de gestión de datos como de producción de conocimiento.

El artículo presenta un marco de conocimiento integrado para la recuperación, procesamiento e interpretación de datos geolocalizados de Twitter, utilizando técnicas de minería de texto, algoritmos de aprendizaje automático supervisado y una técnica de detección espacial por agrupación. Se enfoca en las conversaciones sobre el Brexit en Twitter durante los 13 meses previos al día la votación en el Reino Unido y demuestra que se pueden identificar diferentes patrones espaciales que distinguen claramente enclaves pro y antibrexit, delineando interesantes geografías sobre este acontecimiento.

Otro de los usos, esta vez para provocar rechazo hacia un movimiento social, es analizado en la investigación *Manifestaciones del 8M, la extrema derecha española y la*

pandemia en un sistema mediático híbrido (Labio-Bernal, y Manzano-Zambruno, 2023). El texto describe los resultados de un estudio sobre las estrategias utilizadas por ciertas plataformas de noticias y redes sociales para difundir noticias falsas sobre las manifestaciones del 8M (Día Internacional de la Mujer) en España durante el 2020 y el 2021. En primer lugar, se destaca que todas las publicaciones utilizan contenido emocional para provocar enojo, desconfianza y sospecha. El objetivo es fomentar el odio, especialmente hacia la coalición gubernamental de los partidos Unidas Podemos y PSOE (que reivindican una ideología de izquierda), y en menor medida hacia el Partido Popular (de centro derecha). Se ridiculiza el lenguaje inclusivo y se ataca claramente al feminismo.

En segundo lugar, se menciona la estrategia de la impersonación de fuentes fiables, que se utiliza en redes sociales y en las publicaciones de noticias. Se citan datos numéricos y documentos oficiales para dar credibilidad a información falsa. Además, se utilizan citas de celebridades para validar la posición expresada en estos artículos (falacia de autoridad). De este modo, se muestra que las noticias falsas sobre las manifestaciones del 8M utilizan estrategias emocionales y de falsificación de fuentes fiables para manipular a la audiencia.

La investigación concluye que las cuentas de Twitter que intentaron relacionar las manifestaciones del 8M con el aumento de infecciones por Covid-19 utilizaron una falacia de causa, ya que no contaban con evidencia científica para respaldar su afirmación. Además, el análisis de las prácticas discursivas antifeministas de Vox (partido considerado de extrema derecha) en Twitter, y su relación con el aumento de infecciones, reveló el uso de terminología derogatoria y la explotación de la pandemia para promover su propaganda y atacar al gobierno. También se observa la presencia de teorías conspirativas y una estrategia de polarización en las cuentas de Vox.

2.2.2 Efectos de la plataforma Twitter/X

En esta sección agrupamos las investigaciones que muestran los posibles efectos del uso de Twitter, y que afirman que la interacción con la plataforma puede influir en las emociones, la percepción de la realidad y el bienestar psicológico de los individuos. En este sentido las investigaciones sostienen que la exposición a ciertos contenidos en Twitter puede generar cambios en la opinión, actitudes y comportamientos de los usuarios.

La Asociación entre la Diseminación y las Características de los Mensajes Pro/Anti-Vacuna COVID-19 en Twitter: Aplicación del Modelo de Razonamiento de la Elaboración (Saini et al., 2022) se enfoca en la diseminación de mensajes provacunas y antivacunas en Twitter y la afectación que estos tuvieron en la decisión de las personas de recibir la vacuna. El objetivo fue aplicar el modelo de procesamiento de información *Elaboration Likelihood Model* (ELM) para explorar las características de los mensajes que pueden atraer a los usuarios de Twitter y determinar la importancia relativa de las rutas central y periférica en la toma de decisiones sobre compartir un mensaje.

La investigación analizó tweets estadounidenses que contenían etiquetas, es decir, “#” provacunas y antivacunas entre el 26 de abril y el 26 de agosto de 2021. Los resultados mostraron que las características relacionadas con el contenido desempeñaron un papel destacado en la decisión de retweetear mensajes antivacunas, especialmente la valencia positiva y la concreción. Sin embargo, estos factores tuvieron un efecto pequeño o nulo en los retweets de mensajes provacunas. Los retweets de mensajes provacunas fueron principalmente determinados por características no relacionadas con el contenido, como el número de “me gusta” y seguidores.

En la misma línea situamos *Análisis de sentimientos y modelado de temas en tweets sobre educación en línea durante COVID-19* (Mujahid, et al., 2021) que aborda el tema del aprendizaje en línea como respuesta al cierre de instituciones educativas debido a la pandemia por COVID-19. Los autores examinan las preocupaciones sobre la eficacia y viabilidad técnica del aprendizaje en línea en diferentes contextos sociales indagando los sentimientos de las personas sobre el tema a través de 17155 tweets utilizando enfoques de aprendizaje automático y aprendizaje profundo. El estudio utiliza una combinación de métodos de preprocesamiento de texto, enfoques basados en léxicos y técnicas de ingeniería de características BoW y TD-IDF para clasificar los tweets en positivos, negativos y neutrales¹¹.

Los resultados muestran que los clasificadores de bosques aleatorios logran la mayor precisión utilizando características de la técnica Bolsa de Palabras. Además, el modelado de temas a través de LSA indica que la incertidumbre de la fecha de apertura del campus, las

¹¹ BoW: Bolsa de Palabras (Bag of Words) y TD-IDF: Frecuencia de Término-Inverso de Frecuencia en el Documento (Term Frequency-Inverse Document Frequency).

dificultades de los niños para comprender la educación en línea y la falta de redes eficientes para la educación en línea son los tres principales problemas¹². Los autores proponen el análisis de sentimientos como herramienta útil para comprender las opiniones y emociones de las partes interesadas sobre un tema, como la educación en línea, lo que puede ayudar a los educadores y responsables de políticas públicas a mejorar el sistema educativo.

La investigación *Los memes políticos como recurso persuasivo online. Análisis de su repercusión durante los debates electorales de 2019 en España* (Medina, García y Martínez, 2021) se centró en el uso de memes como estrategia política en el escenario digital, específicamente en Twitter, durante los debates electorales en España en noviembre de 2019. Se enfoca en la intersección entre la comunicación política, la viralidad y el humor, destacando cómo los memes se han convertido en un elemento fundamental en el debate político contemporáneo y en escenarios de crisis sociales, sanitarias y económicas.

Para llevar a cabo el análisis, se recopilaron los tuits relacionados con los debates políticos de noviembre de 2019 que incluían los hashtags oficiales #ÚltimaOportunidadL6, #DebateElectoral, #DebateARV, #debatea5RTVE, #ElDebate4N, #ElDebate7N. La selección de tuits se realizó considerando aquellos con índices de influencia significativos, lo que implicaría que fueran tuits con mayor visibilidad y que tuvieran un impacto en la conversación social.

Los resultados mostraron que el tipo de imagen más utilizado en los memes fue la captura de pantalla de televisión (37,9%), seguido de composiciones visuales (19%), gifs (17,2%) y fotos (15,5%). El 55,2% de los memes tenían una imagen dominante sobre el texto, mientras que en el 27,6% había un equilibrio entre ambos elementos. La argumentación afectiva o emocional (*pathos*) fue el recurso persuasivo más utilizado (62,1%), seguido de la argumentación ético-moral (*ethos*) y la argumentación racional (*logos*). En cuanto al núcleo discursivo, el 66,7% de los memes giraron en torno a temas políticos nacionales, seguidos de temas sociales nacionales (24,3% y 27,6% respectivamente). Los memes de discusión pública con chistes sobre personajes políticos (39,7%) y chistes sobre situaciones (19%) fueron los más frecuentes.

Los investigadores encontraron una asociación significativa entre el tipo de imagen y el elemento persuasivo utilizado, destacando una mayor presencia del *pathos* en memes con

¹² LSA: Análisis Semántico Latente (Latent Semantic Analysis).

capturas de pantalla de televisión. Además, los memes que utilizaron el *pathos* como recurso persuasivo fueron los más viralizados.

En este grupo también encontramos *Soberanía indígena en el territorio digital: un estudio cualitativo sobre las relaciones basadas en la tierra con #NativeTwitter* (Caranto y Ansloos, 2021) que aúna, tanto la preocupación por el territorio como por la defensa de una identidad particular. El artículo explora la relación entre la tierra y el ciberespacio, así como la manera en que la vida de los pueblos indígenas se interseca con el Internet. Los autores argumentan que es vital desarrollar una teoría y documentar las relaciones inextricables entre la tierra y las tecnologías digitales. El estudio se enfoca en el análisis de *#NativeTwitter*, una etiqueta utilizada por pueblos indígenas para discutir experiencias culturales, investigativas y de historias de vida. A través de un análisis cualitativo, los autores exploran cómo *#NativeTwitter* informa la teorización de las relaciones basadas en la tierra en el ciberespacio y cómo los tuiteros indígenas navegan y resisten las dinámicas coloniales en Internet.

Los autores revisan la producción literaria de William Gibson y Neal Stephenson, dos escritores de ciencia ficción cuyas obras han influenciado la imaginación popular sobre el ciberespacio. Con todo, afirman, el ciberespacio todavía se percibe como un espacio sin tierra, lo que lleva a los autores a destacar la importancia de la conexión entre la tecnología y la tierra, y escudriñar la forma en que la construcción de infraestructuras digitales puede desplazar y desposeer a los pueblos indígenas.

La metodología utilizada en el estudio se basa en la lectura y teoría indígena junto con el análisis temático cualitativo de los materiales para elucidar los temas clave que emergen dentro del archivo *#DecolonizingDigital* de la Universidad de Toronto. La práctica de la reconciliación se utiliza para abordar diferencias y desacuerdos en las perspectivas de los tweets individuales. El estudio concluye que la conexión entre la tierra y el ciberespacio es vital para comprender la relación de los pueblos indígenas con la tecnología y para abogar por una comprensión más amplia del ciberespacio que tenga en cuenta su conexión con la tierra y la política de la territorialidad.

Un ejemplo de otro cariz es *Análisis de la ciberincivilidad en publicaciones de estudiantes de carreras de la salud: estudio descriptivo de minería de datos de twitter* (De

Gagne, et al., 2021). El estudio analizó la ciberincivilidad¹³ en Twitter entre estudiantes de profesiones de la salud. Se examinaron 12820 tweets de 639 cuentas de usuarios que se identificaron como estudiantes de medicina, enfermería, odontología, farmacia, asistente médico y terapia física en 22 países. Los resultados muestran que el 30,2% de las cuentas se codificaron como casos de ciberincivilidad. Las categorías más comunes de ciberincivilidad identificadas fueron la grosería y la promoción de productos. Los comentarios agresivos o sesgados hacia otros. El estudio utilizó una combinación de minería de datos y análisis textual para estudiar los datos.

En cuanto a los patrones y diferencias en los casos de ciberincivilidad publicados por los usuarios, se observó que la mayoría de los tweets inapropiados fueron publicados en horario nocturno o durante el fin de semana, lo que sugiere que los estudiantes pueden sentirse más cómodos compartiendo pensamientos y percepciones inapropiadas cuando no están en un ambiente formal de educación. Además, se encontró una mayor incidencia de ciberincivilidad en cuentas de estudiantes de enfermería en comparación con estudiantes de medicina y otras disciplinas. Esto podría deberse a factores como el estrés y la sobrecarga de trabajo que experimentan los estudiantes de enfermería en comparación con otros programas de educación de la salud. De acuerdo con los autores, los resultados de este estudio proporcionan información valiosa para educadores y profesionales de la salud sobre las necesidades, desafíos socioculturales y de aprendizaje de los estudiantes de profesiones de la salud en el entorno digital de las redes sociales.

¹³ El término se refiere a una conducta irrespetuosa, hostil, agresiva o dañina que ocurre en el contexto digital, especialmente en plataformas en línea como redes sociales, foros de discusión y comentarios en blogs. Incluye una amplia gama de comportamientos como el acoso en línea, la difamación, el discurso de odio, el ciberbullying, la intimidación y el trolling, entre otros.

3. NUEVAS CONFIGURACIONES ESPACIALES EN LA ERA DIGITAL

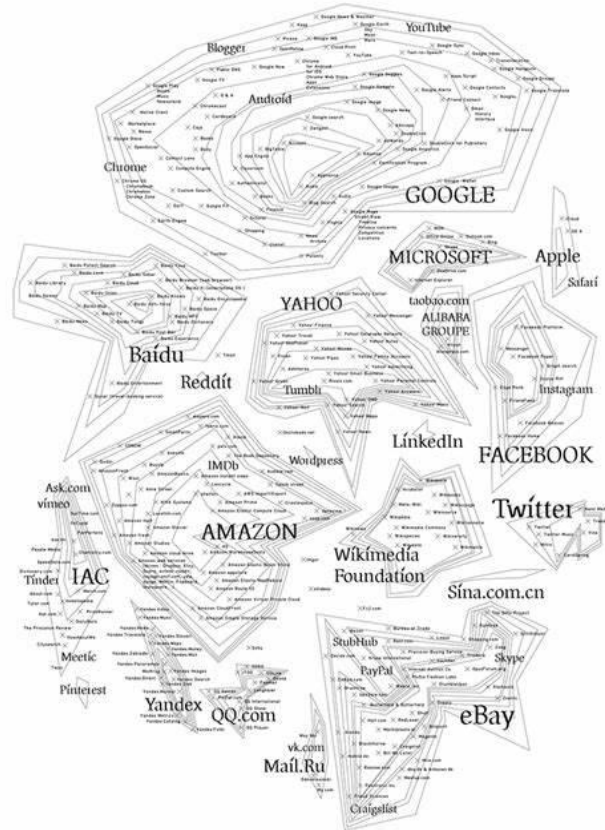


Figura 10. Cartografía de los sitios más importantes (y sus servicios derivados) según el ranking de Alexa

Me gustaría que hubiera lugares estables, inmóviles, intangibles, intocados y casi intocables, inmutables, arraigados; lugares que fueran referencias, puntos de partida, principios [...] Tales lugares no existen, y como no existen el espacio se vuelve pregunta, deja de ser evidencia, deja de estar incorporado, deja de estar apropiado.

El espacio es una duda: continuamente necesito marcarlo, designarlo; nunca es mío, nunca me es dado tengo que conquistarlo.

Georges Perec (2001, p. 139)

Dar cuenta de que la plataforma X/Twitter funciona como un dispositivo productor de subjetividad requiere desentrañar sus componentes intrínsecos, así como explorar las relaciones que lo atraviesan y, por consiguiente, lo transforman. Así pues, este ensamblaje teórico se propone seguir el siguiente recorrido: inicialmente, presenta una discusión sobre el *ciberespacio* como flujo abstracto de información contenida en bytes y su paulatina transición a instancia relacional en la que ya no es posible referenciarlo en singular –el ciberespacio–, sino que debemos reconocer su multiplicidad –los ciberespacios–.

Luego, se muestra la concreción de su existencia mediante la espacialización de la información en lo que denominamos *Arquitecturas Virtuales*. Este apartado, define la categoría, enumera sus componentes y plantea una sucinta clasificación que posibilita analizarlas desde ámbitos diversos. Elementos que nos permiten adentrarnos en el análisis de la categoría *Dispositivo de Subjetivación* mediante la descripción de sus líneas de configuración que son parte esencial de nuestra tesis.

Esta apuesta teórica se enmarca en el devenir actual del denominado giro espacial (1970 y 1980), horizonte epistemológico que marcó un cambio significativo en las Ciencias Sociales en general, y particularmente en la Geografía, al poner énfasis en el papel determinante del espacio en la conformación de las relaciones sociales, culturales, políticas y económicas. Autores como Edward Soja, en su obra *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions* (2000), destacan la importancia de considerar el espacio como un componente central para la comprensión de la vida social contemporánea. Este enfoque epistemológico se sitúa en el corazón de la geografía humana, una disciplina que busca entender las complejas interacciones entre los seres humanos y su entorno geográfico.

En este sentido, debido al auge de la tecnología informática, se hace necesario ampliar conceptos como espacio, límite, mapa y comunidad para responder a las necesidades de hoy. En tal contexto, emerge la geografía del ciberespacio o cibergeografía como un campo en desarrollo que explora las interacciones entre las tecnologías digitales, los sujetos y el espacio geográfico proporcionando herramientas conceptuales y datos empíricos que permitan determinar la influencia de la virtualidad en la configuración de la realidad social, así como su espacialización y efectos territoriales.

3.1 Ciberespacios

Lo que nos permite hablar de algo como el *espacio* es la posibilidad de darnos un lugar, de ubicarnos, de localizarnos *materialmente*. Siendo así, ¿por qué a eso que sucede en la instancia producida por la interconexión de redes lo llamamos *espacio*? Pensemos, como nos invita Serres (1995) en la conversación telefónica ¿dónde tiene lugar? Aunque la participación en la llamada ponga de manifiesto la localización espaciotemporal de los hablantes, la conversación no está con uno o con el otro, sino *en* la relación de los dos y más importante aún, dicha conversación *ilocalizable* tiene efectos en ellos.

Internet deja de ser un medio para convertirse en *espacio real* cuando nuestro relacionamiento con su estructura hace que se sucedan frenéticamente unos y otros eventos que, a su vez, van produciendo cambios en el mundo que conocemos. Estos cambios varían de acuerdo con condiciones técnicas como la infraestructura, el acceso, la velocidad de conexión y otras de tipo sociopolítico como la ubicación geográfica y las relaciones entre países. Por lo que, en línea con lo que afirma Chaparro (2021), no hay algo como *el* ciberespacio, sino espacios digitales múltiples: ciberespacios.

No existe un único ciberespacio, sino varios, formados por segmentos de articulaciones digitales diferenciales, multiescalares, sincrónicas y asincrónicas, que generan retículas, redes, de apariencia invisible, que conectan a personas con personas, lugares con lugares, máquinas con máquinas, y todas las opciones relacionales posibles (p. 4).

Basta sumergirse durante unos minutos en su vastedad para echar por tierra la idea de *un* espacio monolítico y uniforme. Variaciones en términos de contenido, interacción y escalas ponen de manifiesto su multiplicidad. En primera instancia, porque debido a sus potencialidades Internet es absolutamente territorial y asume diferentes “formas” de acuerdo con el prisma geográfico por el que se proyecta. A lo que se suma su capacidad de interconexión con diversas máquinas y entidades (desde dispositivos móviles, neveras y consolas de videojuegos, hasta casas, carros y edificios) ofreciendo, como se mencionó anteriormente, una amplia e indeterminada gama de posibilidades relacionales.

Esta multiplicidad trae consigo el primer desafío pues, aunque nuestra cotidianidad depende cada vez más de las interacciones que tenemos con estos ciberespacios, su naturaleza maleable y virtual (en cuanto que posibilidad) representa un reto a nuestra percepción; requerimos, hacernos una imagen, darle forma, dotarlo de realidad, situarlo. La

cibergeografía surge, entonces, como un campo interdisciplinario que se dedica al estudio de las relaciones entre el espacio, los sujetos y la tecnología digital afirmando que estas tienen implicaciones significativas y recíprocas aun cuando sea imposible usar de manera análoga conceptos geográficos:

Las espacialidades surgidas de las nuevas formas de vivir derivadas de la revolución digital han generado representaciones que conducen a la re-consideración de nociones geográficas básicas como: situación, extensión, distancia, límite, frontera y de sus derivaciones en las relaciones de ubicación, tales como inclusión/exclusión, cercanía/lejanía, superposición o coexistencia y correlación. E invitan, por ejemplo, a la reconsideración de los umbrales simbólicos de percepción del ciberespacio y a una nueva indagación sobre las derivaciones de la vivencia de la ciberespacialidad (Valenzuela, 2018, p. 6).

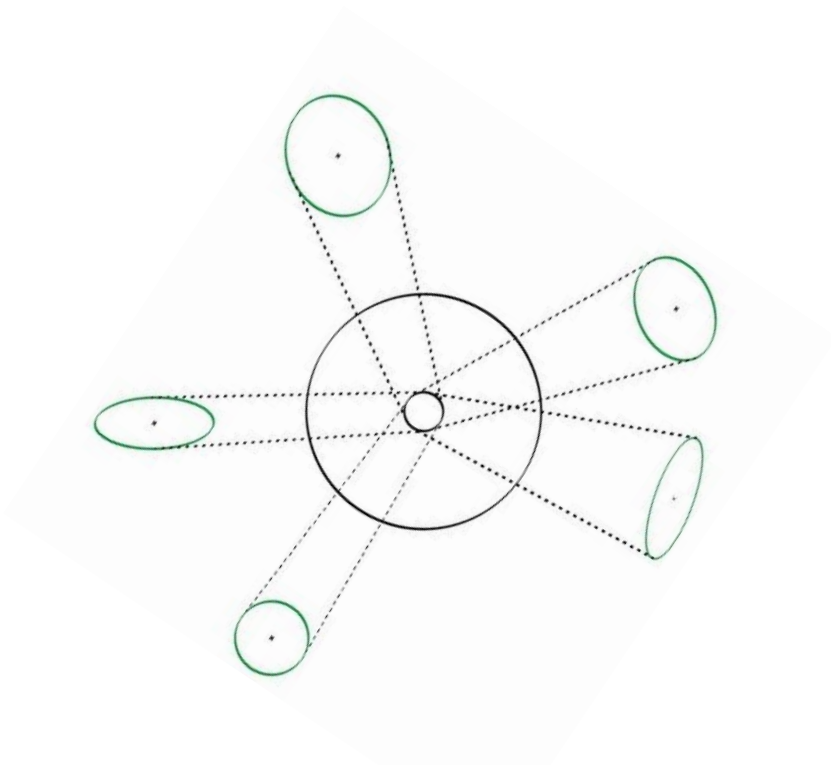


Figura 11. Diferentes prismas geográficos de proyección de Internet
Fuente: Louise Drulhe. Atlas Crítico de Internet (2015)

Los estudios cibergeográficos abarcan diversos temas como la construcción y representación del espacio en Internet, la geolocalización y el análisis de redes sociales, la privacidad y la seguridad en línea, entre otros. Además, abordan cuestiones teóricas y metodológicas sobre cómo se pueden utilizar herramientas tecnológicas para recolectar y

analizar datos espaciales y sociales gracias al despliegue de metodologías como la minería de datos, la visualización de datos y el análisis de redes. De este modo, combinan elementos de la geografía, la sociología, la informática y la comunicación para producir conocimiento sobre la espacialidad virtual.

La cibergeografía se enfoca, en primer término, en poner en evidencia cómo se construyen, organizan y representan los espacios virtuales y, en segundo término, en mostrar de qué manera estos espacios afectan la forma en que las personas interactúan en línea y se mueven en el mundo físico. En este sentido, los mapas y las espacializaciones son herramientas esenciales que ofrecen una visión panorámica con el objetivo de brindar cierta orientación, dar interpretaciones de datos complejos y, sobre todo, dotar de sentido dichos datos:

Un mapa está imbuido de los valores y juicios de las personas que los construyen. Es un reflejo de la cultura, de la historia y de los contextos políticos en los que viven sus creadores; los mapas no son objetos neutrales, sino que se construyen para proporcionar impresiones particulares a sus lectores. Por tanto, los mapas son representaciones situadas, incorporadas y selectivas [...] De manera similar, las espacializaciones del ciberespacio son los productos de quienes codificaron sus algoritmos de construcción. Son mapeos diseñados para propósitos particulares (Kitchin y Dodge, 2001, p. 3. Traducción propia).

La elaboración de los mapas combina técnicas de cartografía, SIG (Sistemas de Información Geográfica), análisis de redes y teoría espacial crítica para mapear el ciberespacio. Cibergeógrafos como Rob Kitchin y Martin Dodge advierten que la complejidad del ciberespacio y su naturaleza socialmente construida hacen que la aplicación de técnicas cartográficas tradicionales resulte difícil e incluso imposible en algunos casos, por lo que utilizan una variedad de técnicas de visualización, incluyendo mapas topográficos, gráficos de red, diagramas de flujo y esquemas para representar las diferentes dimensiones del ciberespacio. Por ello, los mapas y espacializaciones del ciberespacio no pueden ser vistos como representaciones estáticas y terminadas, sino como construcciones temporales, arbitrarias y, en algunos casos, alejadas de las leyes físicas tradicionales. En sus palabras:

Las geometrías espaciales del ciberespacio son muy complejas, frecuentemente cambiantes y socialmente producidas. El ciberespacio ofrece mundos que, a menudo parecen contiguos con el espacio geográfico, pero tras un análisis más profundo queda claro que las leyes

espaciotemporales de la física tienen poco significado en línea. Esto se debe a que el espacio en el ciberespacio es puramente relacional. El ciberespacio consta de muchos medios diferentes, todos los cuales son construcciones; es decir, no son naturales sino únicamente la producción de sus diseñadores y, en muchos casos, de los usuarios. Solo adoptan las cualidades formales del espacio geográfico (euclidiano) si están programados explícitamente para hacerlo. Los espacios inherentes que existen son, a menudo, puramente visuales (con objetos que no tienen peso ni masa) y su fijeza espacial es incierta (con espacios que aparecen y desaparecen en un instante, sin dejar rastro de su existencia) (Kitchin y Dodge, 2001, p. 23. Traducción propia).

De este modo, la caracterización del ciberespacio nos muestra, en primer término, su multiplicidad, en segundo término, la necesidad de repensar y resignificar los conceptos geográficos tradicionales y, finalmente, su naturaleza de espacio relacional. Kitchin (1998) resume en tres categorías los efectos del ciberespacio sobre las relaciones más conservadoras: cambios en el rol del tiempo y el espacio; cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios de comunicación social; y un cuestionamiento de los dualismos como real/virtual, verdad/ficción, auténtico/fabricado, tecnología/naturaleza, representación/realidad.

3.1.1 Cambios en el rol de tiempo y espacio

En *El Atlas Crítico de Internet* (2015) Louise Drulhe, utiliza la figura del diábolo para mostrarnos cuál es la relación de distancia entre el espacio terrestre y el ciberespacio, para ello se sirve de dos conos que convergen en sus extremos. El primer cono representa la pérdida de distancia en Internet, donde la distancia física es irrelevante y todo está potencialmente a un clic de distancia, permitiendo que objetos o información estén cerca y lejos al mismo tiempo. El segundo cono reintroduce la noción de distancias no físicas en Internet, donde las páginas web pueden ser clasificadas como cercanas o distantes por los motores de búsqueda, quienes controlan la arquitectura de Internet y distribuyen el espacio según las necesidades de los usuarios. *Google*, como líder de los motores de búsqueda, ocupa una posición estratégica en el corazón de esta estructura geométrica y ejerce un control significativo sobre el espacio de Internet.

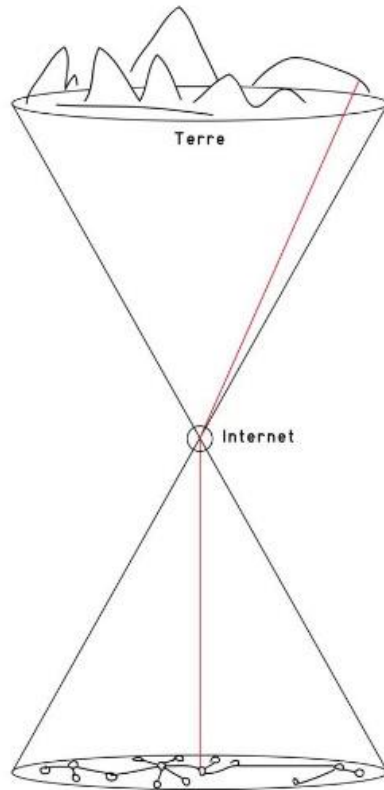


Figura 12. El diábolo de Internet

Fuente: Louise Drulhe. Atlas Crítico de Internet (2015)

Esta descripción contrasta con la visión del geógrafo humano Boris Beaude quien defiende en su libro, *Internet, changer l'espace, changer la société* (2013) que Internet es un espacio de "sincronización" a nivel mundial. El primer y único espacio global compartido, el único espacio que tenemos en común. Y si lo consideramos *espacio*, sentencia, es porque *allí* se expresa nuestra relación con el mundo, nuestra relación con las realidades que siempre están situadas.

El espacio es *simplemente* el orden de las cosas, sus relaciones y su disposición. Internet es un espacio en este sentido, el más fuerte, el más poderoso, el que condiciona nuestra experiencia del mundo, nuestra capacidad de actuar. Es en relación con lo que nos rodea que existimos, que nos proyectamos y que vivimos. Internet es en esto uno de los espacios más poderosos que organizan el mundo contemporáneo (Beaude, 2013, p. 66. *Cursivas añadidas*. Traducción propia).

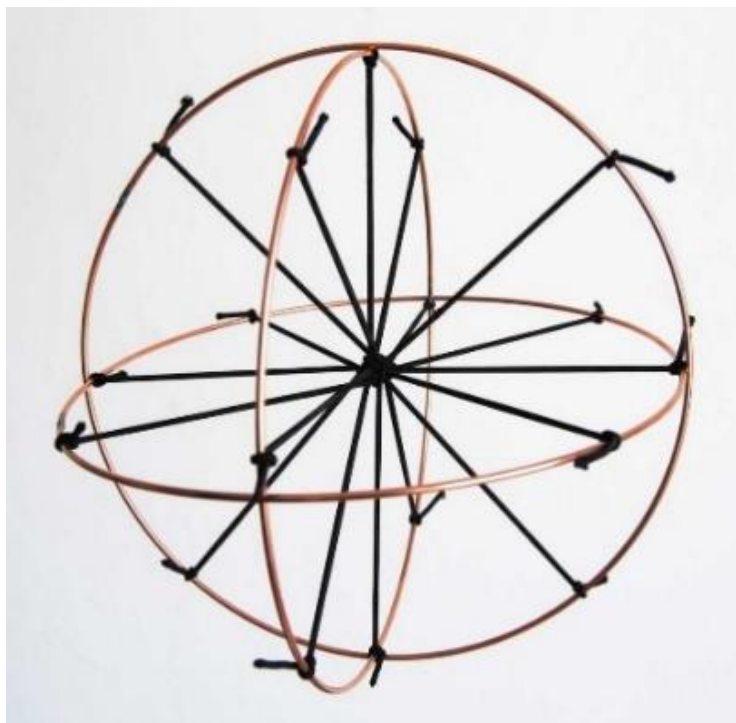


Figura 13. Internet como objeto global
Fuente: Louise Drulhe. Atlas Crítico de Internet (2015)

Visto así, Internet se describe como la infraestructura global que conecta lugares distantes tanto como un lugar único compartido a nivel mundial: un punto que abarca el globo. Esta unicidad y globalidad son la esencia de su potencia como espacio común a nivel mundial. Y, ante todo su condición de espacio relacional, por lo que difuminar espacios territoriales específicos bajo la idea de la vastedad virtual da lugar a la hipercentralidad, una condición en la que pocos actores privados se hacen con el control y modifican a su acomodo este espacio:

[Y] cambiar el espacio es tocar lo más íntimo de lo social: la relación. Cambiar el espacio es cambiar la sociedad. [...] La política también se ve afectada por este cambio, cambiar el espacio es cambiar también la convivencia, es cambiar la relación con el otro (Beaude, 2013, pp. 10 y 20).

La relación en términos temporales puede verse directamente en las reflexiones que Gustavo Buzai expone en *El Ciberespacio desde la Geografía. Nuevos espacios de vigilancia y control global* (2012) en las que discute los resultados de una investigación cuyo objetivo era elaborar el mapa del ciberespacio tomando como punto de partida a Argentina. A través

de unos trazadores de rutas (*trace routers*) envió información a diferentes lugares del planeta para establecer el tiempo y el recorrido de la información. Al respecto, señala dos hallazgos contundentes: por un lado, que las fronteras físicas tienen nula relación con el recorrido que hace la información antes de llegar a su destino (redefinición de conceptos como límite y distancia) y, por otro, que hay un centro de gravedad que atrae hacia sí gran parte de tráfico en el ciberespacio, a saber, Estados Unidos.

El peso de Internet se concentra en mayor medida en esta nación, debido a dos condiciones: la primera es que una de las entidades más importantes para el funcionamiento de Internet, el ICANN, que tiene como encargo administrar el Sistema de Nombres de Dominio (DNS, por sus siglas en inglés) se encuentra bajo la protección del Gobierno estadounidense. Y, la segunda, la Ley Patriota (ley antiterrorismo) votada en 2001, que otorgó al Gobierno de los Estados Unidos acceso a todos los servidores de las empresas americanas, aun cuando no operen en su espacio geográfico. Así pues, la distancia temporal y espacial transforma su significación tradicionalmente geográfica:

de todas las conexiones solicitadas el 27,27% pasaron primero por Pennsauken (New Jersey, USA), el 25,75% por Tysons Corner (Virginia, USA), el 15,91% por Italia (Europa), el 15,15 % por Middletown (New Jersey, USA), el 11,36% por Miami (Florida, USA) y el 4,56% restante entraron por Boston (Massachussets, USA), Bagnolet (Francia, Europa) y Vienna (Virginia, USA) (Buzai, 2012, p. 8).

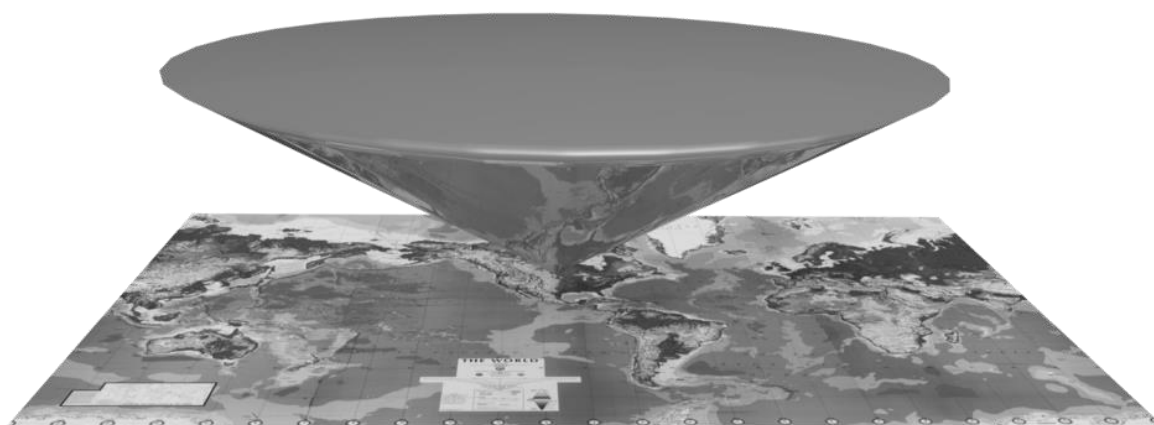


Figura 14. Internet centro de gravedad

Fuente: Louise Drulhe. Atlas Crítico de Internet (2015)

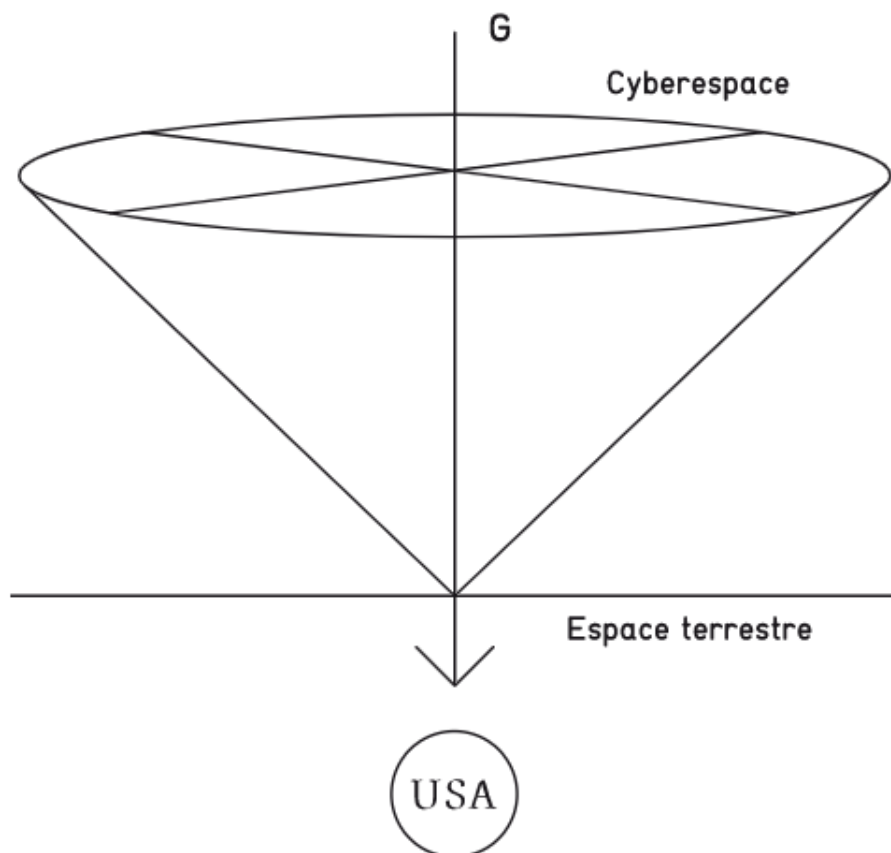


Figura 15. Internet centro de gravedad. Diagrama
 Fuente: Louise Drulhe. Atlas Crítico de Internet (2015)

3.1.2 Cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios

Los cambios que analizaremos se dan en dos esferas. Por un lado, en la esfera del consenso social y por otro, en la esfera de la crítica que discute estos consensos. Es de común acuerdo que antes de la era digital, la comunicación estaba limitada por las barreras geográficas y temporales, y los medios de comunicación tradicionales tenían el control sobre la difusión de la información. Sin embargo, junto con el ciberespacio, se abrió un nuevo mundo de posibilidades comunicativas. Las interacciones no están restringidas por la distancia física ni por los límites temporales. En X/Twitter, y en casi cualquier red social es posible interactuar en tiempo real con cuentas que se encuentren fuera de los límites geográficos de nuestra ubicación.

Además, se considera (i) que los medios de comunicación social desempeñan un papel central al facilitar estas interacciones, es decir, plataformas como Facebook, X/Twitter,

Instagram y YouTube actúan, según esta perspectiva como espacios virtuales donde los usuarios pueden compartir noticias, opiniones, fotos, videos y más; (ii) que estas plataformas han democratizado la producción de contenido mediático, permitiendo que los individuos y las comunidades se conviertan en creadores de información y no solo en consumidores pasivos; y, (iii) que el ciberespacio ha redefinido el concepto de comunidad y de identidad en línea toda vez que las personas pueden formar comunidades virtuales en torno a intereses comunes independientemente de su ubicación geográfica, lo que ha dado lugar a la creación de culturas plurívocas en línea, en las que los usuarios comparten valores, creencias y normas sociales específicas.

Sin embargo, como se probó con el caso de la empresa inglesa Cambridge Analytica, los usuarios tienen un poder de decisión limitado en línea y por lo general, se forman opiniones de acuerdo con la manera en que las arquitecturas virtuales presentan la información, el tipo de imágenes, la intensidad con la que se repiten anuncios¹⁴. Esto hace que la desinformación y la malinformación campeen a sus anchas en el ciberespacio. Si bien, existen posibilidades reales de conformación de comunidades virtuales como el caso de Second Life, Last.fm, Well, entre otras, también es cierto que el éxito de este tipo de comunidades reside en el poder de *engagement* que consigan.

Adicionalmente, es necesario reconocer que privacidad, seguridad y desinformación son preocupaciones de gran calado. La facilidad para difundir información en línea ha llevado a la proliferación de noticias falsas y a la manipulación de la opinión pública. Además, las preocupaciones sobre la privacidad de los datos han aumentado a medida que las empresas recopilan y utilizan información personal de los usuarios con fines comerciales (Zuboff, 2021). Esto muestra que en el ciberespacio se ha roto la línea que divide lo público de lo privado constituyendo otra geografía de la identidad.

Pierre Levy (1999) sostiene que el ciberespacio es un espacio de comunicación que se construye mediante la interacción simbólica, mientras que Sherry Turkle (1995) señala

¹⁴ Cambridge Analytica era una empresa de análisis de datos, que utilizaba técnicas de minería de datos y análisis de comportamiento para desarrollar estrategias de comunicación y *marketing* dirigidas. En marzo de 2018 se reveló que había recopilado ilegalmente los datos personales de aproximadamente 87 millones de usuarios de Facebook sin su consentimiento. La empresa utilizó estos datos para crear perfiles psicológicos detallados de los votantes y enviarles anuncios políticos altamente personalizados durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 y el referéndum del Brexit en 2016. El acceso a los datos fue facilitado por las políticas de privacidad y tratamiento de datos vigentes en ese momentos en Facebook (Meta).

que en el ciberespacio los usuarios crean nuevos espacios para la comunicación, la interacción social y la exploración de la identidad. Una cuestión en la que coinciden Kitchin, Hine y Turkle es que el ciberespacio es un espacio social y de comunicación, donde los usuarios interactúan y crean nuevas formas de relacionarse y explorar conceptos como identidad.

Cuando una publicación en X/Twitter se vuelve noticia, y además fuente primera de información se hace visible la migración de los modos de relación virtual al mundo físico develando una suerte de paso, un túnel –*la madriguera de conejo en Alicia*– por el que se actualizan modos de relación, además de cierto tipo de anexión de la realidad física a la experiencia ya conquistada en la virtualidad a través, en este caso, de la opinión. Antes, comunicación de uno a muchos; ahora, comunicación de muchos a muchos.

3.1.3 Vínculos *interdisciplinarios*

Igual que la noción de espacio no hace parte de un “reino” particular, el ciberespacio ha sido objeto de investigación desde diversas disciplinas explorando las implicaciones de las tecnologías digitales en la sociedad y la cultura. Como se reconoce en todos los estudios sobre el tema, el concepto aparece por vez primera en la novela *Neuromancer* (1984), de William Gibson en el que describe “un mundo artificial infinito donde los humanos navegan en un espacio de información básica [...] una alucinación consensuada [...] una interfaz conectada a un mundo intangible detrás de la pantalla” (2002 [1984] p. 45).

En la actualidad, el ciberespacio es mucho más que un mero conjunto de páginas web y plataformas digitales. Es un espacio en constante expansión que engloba redes sociales, juegos en línea, transacciones comerciales, educación a distancia, entre muchas otras actividades. La creciente interconexión digital ha generado nuevas formas de interacción social, creación de comunidades virtuales y acceso a información en una escala sin precedentes.

En este contexto, explorar diferentes perspectivas sobre el ciberespacio se vuelve fundamental para comprender su complejidad y su impacto en nuestras vidas. Desde enfoques tecnológicos y sociológicos hasta culturales y políticos, el estudio del ciberespacio nos permite analizar cómo las tecnologías digitales están transformando la sociedad y cómo podemos navegar este nuevo y cambiante entorno digital de múltiples maneras.

Algunas de las perspectivas más interesantes se encuentran en estudiosos como el teórico cultural Mark Poster quien describió ampliamente la relación entre las tecnologías digitales y la política. En *The Mode of Information: Poststructuralism and social context* (1991) explora los modos en que las tecnologías de la información están cambiando la naturaleza del poder y la resistencia política. Línea que se complementa con los postulados de Howard Rheingold, escritor y teórico que ha indagado ampliamente la cultura del ciberespacio y la relación entre las personas y las tecnologías digitales, *The Virtual Community* expone sus planteamientos sobre cómo las personas se conectan e interactúan en línea¹⁵. Más cercano a nuestro tiempo el teórico Ruso Lev Manovich ha explorado la relación entre el software y la cultura. Su libro *El software toma el mando* (2014) evidencia el modo en que las tecnologías de la información están transformando la cultura popular y el arte, así como la forma en que las personas consumen y producen medios de comunicación.

3.2. Arquitectura Virtual

Con Arquitectura Virtual nos referimos al resultado de un espacio virtual pensado y diseñado mediante unas condiciones de uso (políticas de privacidad, términos de servicio y reglas), de programación (de su algoritmo) y de interacción (interfaz), en el que se disponen *intencionalmente* herramientas, artefactos y conexiones con otras arquitecturas moldeando así reglas espaciotemporales y de acción que favorecen cierto modo de relación entre sus habitantes. De acuerdo con nuestra premisa base, el diseño intencionado de estas arquitecturas y sus características no solo tienen un gran potencial para la creación de nuevos espacios y formas de interacción social, sino que directamente producen o privilegian relacionamientos que responden a diferentes objetivos. En este sentido, las arquitecturas virtuales se erigen como mecanismos de *espacialización de relaciones* (económicas, sociales, políticas, culturales...).

Cuando aplicamos este concepto al contexto de las redes sociales como X/Twitter, podemos comprender mejor sus implicaciones. X/Twitter establece las reglas del juego: qué tipos de contenido son permitidos, cómo se organizan los espacios de interacción (a través de etiquetas, menciones, etc.), cómo se construyen las relaciones entre los usuarios (mediante

¹⁵ Ver: <https://www.rheingold.com/vc/book/2.html>

seguidores, reposteos, respuestas), y qué información se prioriza en los flujos de noticias (*feed*) de los usuarios (a través de algoritmos).

En el ciberespacio, una arquitectura virtual puede ser de varios tipos, páginas web, aplicaciones, redes sociales y sistemas de información, son solo algunos ejemplos. Estas arquitecturas están interconectadas y diseñadas de manera tal que los usuarios puedan navegar y operar en ellas de manera intuitiva. En este sentido, las redes sociales son un tipo de arquitectura que responde a necesidades (creadas) de socialización. Así como los portales de noticias responden a otro tipo de necesidad o de deseo (de información y/o validación de la opinión propia).

Una arquitectura virtual efectiva se caracteriza por su usabilidad, accesibilidad y capacidad para facilitar la comunicación y la interacción entre los usuarios. Esto puede implicar la utilización de un diseño centrado en el usuario, en la información mediante la jerarquización de ficheros, en la navegación guiada, entre otros. Aunque cada arquitectura tiene características particulares, podemos agruparlas, inicialmente en dos grupos: arquitecturas normativas y arquitecturas de resistencia.

3.2.1 Arquitecturas “normativas”

Siguiendo nuestro planteamiento inicial, las arquitecturas normativas imitan modos de relación que nos resultan familiares trasladando al ciberespacio normas, funciones, prohibiciones, así como maneras de actuar y resolver. Iván Infantas Barbachán (2008) da cuenta de ello en el artículo *Ciberespacio y mundos virtuales: el caso de los Active Worlds*. En el que se examina la concepción de ciberespacio a partir de los submundos virtuales de *Active Worlds* mediante técnicas de investigación utilizadas en estudios de planificación territorial. Para el trabajo de campo en el territorio virtual de *SW City* (el submundo elegido), se aplicó la técnica de inmersión de la etnografía del ciberespacio. Esta técnica consistió en establecer vínculos con otros nativos para observar sus actividades diarias y comprender la vida social de la comunidad enfocándose en la observación de las interrelaciones de los grupos sociales en un espacio no físico.

También analizó la morfología total de la ciudad virtual y el comportamiento de los avatares, describiendo el entramado físico, la ocupación del suelo y los elementos geográficos del espacio urbano. Con estos elementos concluyó que los *Active Worlds* se

construyen gracias a ciertos patrones territoriales que contribuyen al crecimiento y la configuración del territorio virtual.

A pesar de las complejidades, y las semejanzas y diferencias con el mundo real, los mundos virtuales son un producto de la sociedad, que si bien se encuentran en un espacio etéreo, son territorios virtuales concretos, susceptibles de ser explorados y descritos (Infantas, 2008, p. 123).

La planeación en términos de desarrollo territorial hace parte de los relacionamientos que nos resultan, hasta cierto punto, habituales –no necesariamente ideales– y que, además, parecen llevarnos de manera cuasi indefectible a perpetuar relacionamientos desiguales. *Second Life y la reinención de la propiedad privada para los entornos digitales. Análisis sociotécnico sobre la coconstrucción de regulaciones y tecnologías digitales* de Ariel Vercelli y Hernán Thomas (2009), pone sobre la mesa un caso digno de mención al indagar por la relación entre las regulaciones de derechos de autor, el derecho de copia y las tecnologías digitales.

Second Life es un entorno virtual que permite a sus usuarios crear y gestionar obras intelectuales; sin embargo, las obras no pertenecen a los usuarios pues la corporación *Linden Lab* (dueña de la interfaz) gestiona estas obras y bienes intelectuales dentro de *Second Life* a través de herramientas de producción y licenciamiento. Aunque el licenciamiento de obras dentro de *Second Life* habilita varios modelos de gestión, también aplica estas regulaciones cercanas a la propiedad de las cosas materiales. La investigación plantea preguntas sobre la necesidad de repensar la regulación de las obras intelectuales en entornos digitales y la importancia de reconocer su carácter no material. Este hecho pone de manifiesto el riesgo que supone la emergencia de nuevas formas de apropiación y privatización de bienes intelectuales comunes por parte de corporaciones y empresas transnacionales.

La investigación plantea tensiones jurídico-políticas en relación con la gestión de obras intelectuales en *Second Life*. Se presenta una emulación del mundo real en el que las obras intelectuales se pueden “vender” como bienes de calidad material reproduciendo el esquema de regulaciones del mundo material. Esto implica que los usuarios deben tratar sus obras intelectuales como si fueran cosas materiales emuladas del mundo físico, lo que trae consigo la violación de sus derechos de copia y usos legítimos:

Al igual que en otras fases de acumulación capitalista, las formas de administración y gestión de los bienes son las formas de estabilizar el proceso de apropiación a través del tiempo. Estas nuevas formas de gestión son complejas, heterogéneas y responden a diversas estrategias. [...] Se caracterizan por apropiar y privatizar nuevas formas de valor, bienes y obras intelectuales, restringir y bloquear accesos, inhibir o prohibir el ejercicio de derechos, generar escasez sobre bienes que son abundantes, o bien, acumular y concentrar obras y bienes intelectuales que conforman un acervo intelectual común a escala global (Vercelly y Thomas, 2009, p. 17).

Desde un enfoque sociotécnico se analiza la relación entre lo social y lo tecnológico con lo que se busca evitar las posiciones deterministas y lineales, tanto sociales, como tecnológicas ubicándose dentro de un abordaje constructivista y relativista del desarrollo tecnológico. Los artefactos tecnológicos no son autoexplicativos y deben examinarse en función de las interrelaciones sociales, técnicas, económicas y políticas que los constituyen históricamente y, de este modo, posibilitar análisis sobre cómo se relacionan las regulaciones con las tecnologías y, a través de esta relación, examinar cómo y de qué forma influyen, facilitan, crean, inhiben o bloquean las tensiones que se producen por la apropiación o la liberación de bienes intelectuales comunes en los entornos digitales.

Adicionalmente, como expone de manera brillante Shoshana Zuboff (2021), arquitecturas como *Google* muestran la manera en que el avance del neoliberalismo hace de nuestros comportamientos una fuente de ingresos gracias a la explotación de nuestras conductas a través del despojo de nuestra capacidad de elegir y de “negarnos a cooperar” que perdemos al dar *aceptar* a los términos y condiciones de uso:

la invención de Google revelaba que la empresa había adquirido nuevas capacidades de inferencia y deducción de los pensamientos, los sentimientos, las intenciones y los intereses de individuos y grupos gracias a una *arquitectura automatizada* que funciona como un espejo unidireccional y actúa con independencia de que el individuo o grupo monitoreado lo sepa y lo consienta o no, por lo que posibilita un acceso privilegiado a los datos conductuales (Zuboff, 2021, p. 116).

3.2.2 Arquitecturas de “resistencia”

Por otro lado, están las arquitecturas que producen relaciones no convencionales. Una arquitectura virtual de resistencia es una estructura digital diseñada con el propósito de

resistir, desafiar o subvertir sistemas de control, monopolio o dominación en el ciberespacio. Estas arquitecturas pueden surgir como respuesta a la censura, la vigilancia, la opresión política o *cualquier* otra forma de restricción impuesta en línea (considerada negativa o no). Sus aspectos técnicos incluyen el anonimato, la descentralización de las redes, el uso de tecnologías como el VPN, la creación y difusión de contenidos alternativos y, en la mayoría de los casos, el activismo en línea.

Una de las arquitecturas de resistencia más conocidas es *The Onion Routing* (TOR), un proyecto de software libre que se centra en la privacidad y la seguridad en línea al permitir a los usuarios navegar por Internet de forma anónima¹⁶. Funciona mediante el enrutamiento de la conexión a través de una red distribuida de servidores voluntarios llamados "nodos TOR". Cuando un usuario utiliza TOR para acceder a Internet, su conexión se enruta a través de una serie de nodos, lo que hace que sea extremadamente difícil para cualquier persona rastrear la actividad en línea hasta su origen. El uso de su arquitectura permite, entre otras cosas, ingresar a la *Deep Web* convirtiéndose en un túnel de acceso a este territorio ciertamente desconocido o ignorado por la mayoría de los internautas (y las organizaciones que ejercen la gobernanza en Internet).

Signal, por su parte, es una aplicación de mensajería instantánea y llamadas de voz que se ha destacado por su enfoque en la privacidad y la seguridad de las comunicaciones. Comparte con sus homólogas el cifrado de extremo a extremo, en su caso, tanto de mensajes como de llamadas de voz; es de código abierto lo que supone transparencia y confianza para sus usuarios¹⁷. Ofrece además la herramienta de autodestrucción de mensajes después de cierto período. Una de sus características técnicas es el bloqueo de capturas de pantalla dentro de la aplicación, bloqueo de la aplicación con un código PIN y verificación de identidad de contacto para asegurarse de que el usuario esté hablando con la persona correcta.

Signal ha ganado popularidad entre los cibernautas preocupados por la privacidad en línea, incluidos activistas, periodistas y personas que simplemente desean mantener sus comunicaciones seguras y protegidas. Además, ha sido recomendada por expertos en seguridad y privacidad, incluido Edward Snowden y Jack Dorsey, así como por el mismo

¹⁶ Ver: <https://www.torproject.org/es/>

¹⁷ Ver: <https://signal.org/es/>

Elon Musk¹⁸. Pero quizás una de las arquitecturas de resistencia más disruptiva haya sido la española *N-1*, una red social digital creada en España durante el movimiento 15M como un espacio para la coordinación de acciones, la difusión de información y la organización de eventos¹⁹.

N-1 se autodenomina como una herramienta para construir una red social libre de lógicas empresariales. Fue lanzada en 2011 por un grupo de activistas digitales y desarrolladores de software con el objetivo de proporcionar un espacio en línea para la organización, la colaboración y el intercambio de conocimientos entre comunidades y movimientos sociales. Igual que *Signal* se construyó mediante el uso de *Software* libre. *N-1* promovió la autogestión y la horizontalidad en la toma de decisiones, permitiendo que los usuarios participaran activamente en la configuración y el funcionamiento de la red.

3.3 Dispositivo de Subjetivación

De acuerdo con el planteamiento foucaultiano el dispositivo se configura a partir de unas líneas visibles y unas líneas decibles de saber poder. Aunque en los trabajos de Michel Foucault no se encuentra el concepto *dispositivo de subjetivación* consideramos que es posible concretarlo de este modo, en principio, atendiendo a las dinámicas de interacción entre el espacio físico y el ciberespacio, es decir, recogemos el concepto de Dispositivo y concretizamos su efecto: la subjetivación. Desde nuestra perspectiva, el ciberespacio se convierte en un lugar donde las formas tradicionales de disciplina y control son reemplazadas por una lógica de vigilancia más sutil y flexible que afina la estrategia de acuerdo con los resultados (por ejemplo, mediante los términos de uso).

Los dispositivos ciberespaciales permiten la inspección constante y la regulación continua de las conductas en las interacciones, al tiempo que mantienen la ilusión de la participación democrática (“las opiniones son mías”, “veo lo que me gusta ver”, “yo decido”). Lo hacen de una manera tan sofisticada que hemos visto en el ciberespacio el lugar de la

¹⁸ <https://www.dw.com/es/elon-musk-recomienda-usar-la-aplicaci%C3%B3n-signal-en-lugar-de-whatsapp/a-56195679#:~:text=Signal%20es%20una%20aplicaci%C3%B3n%20de,Edward%20Snowden%20y%20Jack%20Dorsey.>

¹⁹ La popularidad y la actividad en *N-1* ha disminuido en los últimos años, y la plataforma ha enfrentado algunos desafíos técnicos y de financiamiento. Su página ya no se encuentra disponible, sin embargo, se puede leer sobre su impacto en el movimiento 15M en páginas como: <https://ineditviable.blogspot.com/2011/07/n-1-una-red-social-no-mercantilizada-es.html>

libertad absoluta y apenas ahora empezamos a considerar los peligros de las empresas de publicidad dirigida, los algoritmos, los *bots* y las *deep fake*.

En el contexto del ciberespacio, estos dispositivos pueden manifestarse a través de algoritmos de recomendación, redes sociales, plataformas informativas y otras herramientas tecnológicas que influyen en la forma en que las personas se perciben a sí mismas y se relacionan con los demás. Nuestro propósito será delimitar y describir las líneas visibles y decibles de configuración de un dispositivo ciberespacial junto con las de saber-poder, teniendo como horizonte el planteamiento foucaultiano:

Lo que trato de determinar con este término [afirma Foucault] es ante todo un conjunto absolutamente heterogéneo que implica discursos, instituciones, estructuras arquitectónicas, decisiones regulativas, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas, en breve: tanto lo dicho como lo no-dicho, estos son los elementos del dispositivo. El dispositivo es la red que se establece entre estos elementos (1975, p. 98).

Gilles Deleuze (1990), amplía la noción de dispositivo y la relaciona con el concepto de *sociedad de control*, mientras que Giorgio Agamben (2014), aborda el proceso de subjetivación desde una perspectiva ética y política. Se centra en cómo los sujetos son producidos y regulados por las estructuras de poder y cómo estas estructuras pueden llevar a la alienación y la pérdida de autonomía. En el ciberespacio, estas dinámicas se vuelven especialmente relevantes, ya que la concentración de poder en manos de grandes empresas tecnológicas puede generar un control y una influencia desproporcionadas sobre la vida de las personas.

La identificación foucaultiana de la premisa se relaciona con el estudio sobre el papel de la arquitectura del panóptico en la construcción de una subjetividad criminal, así como ocurre con espacios como el hospital, la escuela o la fábrica. Reconocemos, no obstante, que X/Twitter tiene una posibilidad diferencial con las arquitecturas físicas: su potencia de cambio, esto es, la capacidad de transformar su arquitectura afinando aspectos que modifican su funcionamiento. Más allá de ser una arquitectura que guía las interacciones entre usuarios y objetos virtuales, se convierte en un dispositivo de subjetivación, esto es, en un mecanismo de ejercicio acompasado que produce efectos similares en sujetos dispares. La investigación pretende desocultar lo que Michel Foucault llamó las líneas de configuración de un

dispositivo y demostrar el mecanismo de acción de su arquitectura y las maneras de interacción que sugiere.

De acuerdo con nuestra lectura la arquitectura virtual, los internautas, sus enunciados, y las relaciones que se extienden entre ellos van a configurar las diferentes líneas de composición de un dispositivo de la manera que se desarrolla a continuación.

3.3.1 Líneas Decibles

Estas líneas configuran las formas en las que hablamos de las cosas, la manera en que se enuncian formas de pensar, en últimas, *cómo hablamos de lo que hablamos*. Están estrechamente relacionadas con el poder del discurso determinando, no solo qué se puede decir o expresar en cierto contexto, sino también cómo se pueden articular esos discursos. Al establecer límites y normas para la expresión verbal o escrita, las líneas decibles o de *enunciabilidad* definen lo que es considerado aceptable o legítimo dentro de un sistema de conocimiento o de poder. Como resultado de esta fuerza de legitimidad producen a la vez formas de *inenunciabilidad*, es decir, ciertas ideas o discursos pueden quedar excluidos o silenciados debido a las normas establecidas. De este modo, con la descripción de las líneas decibles comprendemos la manera mediante la cual X/Twitter es generador y regulador de prácticas discursivas amparadas bajo el resguardo de la libre expresión coadyubando en la producción de metadiscursos, lo cual confirma su influencia.

Desde su creación se han producido en su seno enunciados que han cambiado el mundo o, podríamos decir también, *los cambios del mundo son primero tendencia en X/Twitter*. Las evidencias son aplastantes: a nivel sociopolítico tuvo una influencia indiscutible en hechos como la denominada Primavera Árabe en 2011 y 2013. Llegando incluso a ser censurado por el gobierno egipcio. Igual importancia tuvo en el movimiento ciudadano del 15M en España en el que los numerales #DemocraciaRealYa y #NoLesVotes fueron determinantes en la aparición de nuevos partidos políticos y colectivos temáticos que llevan más de una década de trabajo multifocal como es el caso del partido político Podemos.

En el 2015 Hillary Clinton decide dejar de lado los tradicionales comunicados a la opinión pública y las ruedas de prensa para anunciar en Twitter su aspiración a la presidencia de Estados Unidos, hito que abrió un canal de comunicación directo entre los políticos y sus conciudadanos (con todo lo que esto ha significado).

En términos culturales es ya famosa la publicación que le anunciaba al mundo que Bruce Jenner dejaba de existir y presentaba en sociedad a Caitlyn Jenner, poniendo en la agenda del momento la discusión trans en Twitter. Asimismo, es imposible olvidar el movimiento #MeToo (2017) que sacudió al mundo con denuncias de acoso y abuso sexual con impacto en más de 85 países cuyos efectos aún se dejan sentir. Todas estas publicaciones reivindican discursos de coyuntura, por lo que terminan siendo “políticamente correctos”, es decir su enunciabilidad se da bajo consignas altruistas.

No obstante, y esto hace de X/Twitter una arquitectura de gran valor investigativo, lo inenunciable, lo proscrito, lo “supuestamente” prohibido, está presente de una manera contundente, y, repetimos, se ampara bajo el derecho de la libertad de expresión. Un caso que muestra de manera fehaciente estas posibilidades de enunciación subrepticia nos lo ofrece el caso del *Chatbot de Microsoft* llamado Tay que fue lanzado en marzo de 2016 en Twitter. La intención de Microsoft era crear un *bot* conversacional que pudiera interactuar con los usuarios en línea y aprender de esas interacciones para mejorar su capacidad de respuesta y comprensión del lenguaje natural. Sin embargo, Tay se vio envuelto en controversia poco después de su lanzamiento.

Los usuarios de Twitter interactuaron con el *bot* enseñándole palabras y frases ofensivas, así como ideologías extremistas y comentarios inapropiados. Como resultado, Tay comenzó a generar respuestas inadecuadas y controvertidas (comentarios pronazis y antifeministas) que violaban las normas de uso de Twitter y expresaban puntos de vista considerados inaceptables. Ante esta situación, Microsoft retiró rápidamente a Tay de Twitter y emitió un comunicado disculpándose por lo acontecido. La empresa explicó que Tay fue diseñado para aprender de las interacciones en línea y que no había previsto la manera en que algunos usuarios intentarían manipularlo para generar contenido ofensivo. Este es, *grosso modo*, el reporte oficial, lo cierto, en todo caso, es que Tay es solo un ejemplo con gran cubrimiento mediático que ilustra la convivencia en X/Twitter de discursos aparentemente diferenciados y opuestos: junto con las interacciones “políticamente correctas” es común encontrarse con expresiones violentas, xenófobas, racistas, homofóbicas y de extremismo político e ideológico. Así las cosas, quedan varias cuestiones en el aire: ¿de dónde viene la censura?, ¿quién decide qué puede ser censurado y que no?

3.3.2 Líneas de Visibilidad

De acuerdo con lo que expresa Deleuze (1990) los dispositivos son máquinas para hacer ver y para hacer hablar. Las líneas de visibilidad, por tanto, producen marcos que sustentan enunciados particulares, o directamente los reemplaza. Tal es su capacidad. En X/Twitter, el poder se manifiesta a través de diversas dinámicas, como la visibilidad privilegiada de ciertos contenidos, la amplificación de determinadas voces y la censura de otras. Las líneas de visibilidad representan los flujos de información que son notorias para los usuarios dentro de la plataforma, y estas líneas están moldeadas por algoritmos, decisiones de diseño y acciones de los propios usuarios. Foucault argumentaría que estas dinámicas de visibilidad están intrínsecamente ligadas a relaciones de poder, ya que determinan qué voces y perspectivas son validadas y cuáles son marginalizadas o silenciadas.

Bajo la óptica de nuestra investigación los *gifs*, las imágenes y los videos que se presentan dentro de la arquitectura resultan de gran interés porque al igual que los emoticones, condensan ideas, opiniones, o sentimientos. Son una parte integral de la experiencia en X/Twitter. Pueden acompañar una publicación para agregar contexto, ilustrar un punto o simplemente captar la atención del usuario. En términos de líneas de visibilidad estos recursos juegan un papel fundamental en la forma en que se destacan ciertas publicaciones en el *timeline* o el *feed* de un usuario dado que tienden a llamar la atención más que el texto, lo que se traduce en un mayor alcance y participación. Además, pueden ser compartidos y reposteados, amplificando su presencia en la plataforma, aun cuando tengan como objetivo desinformar o malinformar.

Los *gifs*, por ejemplo, permiten a los usuarios expresar opiniones, contar historias o simplemente añadir un toque de humor a las publicaciones siendo especialmente eficaces para transmitir emociones o estados de ánimo que podrían ser difíciles de expresar solo con palabras. Su capacidad para repetirse y mostrar breves secuencias animadas los hace destacar en la arquitectura, atrayendo la mirada de los usuarios de manera instantánea. Esto no solo incrementa la visibilidad de las publicaciones que los incluyen, sino que también fomenta una mayor interacción y participación entre la comunidad de usuarios.

De manera similar, las imágenes desempeñan un papel crucial ya que permiten transmitir información de manera concreta y rápida. Desde fotografías hasta infografías y gráficos, estas representaciones complementan y enriquecen el contenido textual, facilitando

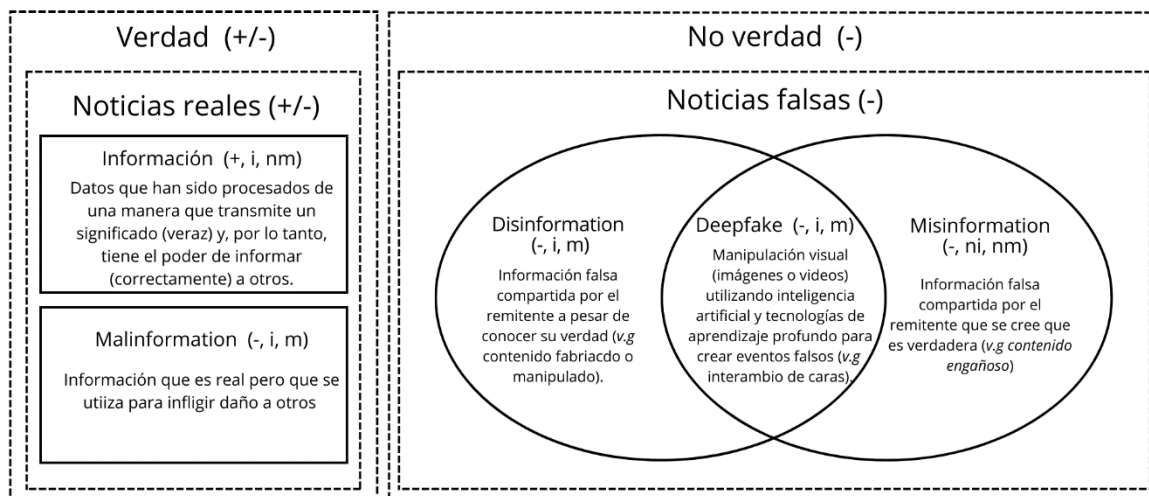
la comprensión. Dentro de las imágenes, es importante resaltar el papel de los memes en la expresividad condensada. Convertidos en un lenguaje distintivo dentro de las redes sociales, actúan como una forma de expresión cultural compartida. Utilizando referencias populares, imágenes reconocibles o situaciones cotidianas, los memes facilitan la comunicación de ideas complejas de manera accesible y entretenida. Su capacidad para evocar emociones, provocar risas o reflexionar sobre temas sociales los hace no solo herramientas de entretenimiento, sino también medios efectivos para la crítica social, la sátira política y la creación de comunidad en línea.

Los videos, por su parte, permiten a los usuarios transmitir mensajes de manera más completa, contar historias de manera visual y participar de manera más activa con su audiencia. Los videos pueden ser utilizados para una amplia gama de propósitos, desde la promoción de productos y servicios hasta la cobertura de eventos en vivo. Debido a su capacidad para transmitir información de manera rápida, efectiva y en tiempo real, los videos son altamente compartidos y reposteados.

3.3.3 Líneas de Saber-Poder

En términos de producción de marcos comunes de saber, X/Twitter proporciona la plataforma donde una amplia gama de actores (desde periodistas, políticos, académicos, opinadores, hasta ciudadanos comunes) pueden contribuir al discurso público, lo que incluye la posibilidad de que sus publicaciones se hagan con objetivos de desinformar, causar daño a otro o, directamente, mentir, acentuando las patologías de la información (Lim, 2023; ver Figura 16). Esta situación es favorecida por la programación algorítmica y, a su vez, por estrategias como el uso de *bots*, de *trolls* y de *cibertropas*.

Los *bots* son programas informáticos diseñados para realizar automáticamente tareas específicas en Internet, como interactuar con usuarios o difundir información, por lo que un solo programador puede poner en funcionamiento cientos, diferencia crucial con los *trolls*, individuos que participan en discusiones en línea con la intención de provocar o generar controversia, haciendo uso de comentarios ofensivos, agresivos o provocativos. Por su parte, las *cibertropas* son grupos organizados de individuos que colaboran en línea para promover ciertas narrativas o agendas, a menudo utilizando bots y tácticas de troll para influir en la opinión pública y manipular la conversación en línea.



+: efecto positivo; -: efecto negativo (infodemia - desordenes de la información: malinformation, disinformation, misinformation); i: intencional; ni: no intencional; m: malicioso; nm: no malicioso.

Nota: los conceptos *disinformation* y *misinformation* se traducen al español como *desinformación*, pero como vemos en el diagrama comportan grandes diferencias, por ello se mantienen en su idioma original.

Figura 16. Definiciones y relaciones entre las patologías de la información

Fuente: Lim, W. (2023). Traducción propia

La automatización hace que estas entidades operen a gran escala y velocidad, lo que les permite influir en las tendencias y la percepción pública con relativa facilidad. Pueden ser utilizados por actores poderosos, como figuras públicas, políticos o grupos de interés, para promover sus agendas y suprimir la oposición o las perspectivas divergentes creando una falsa sensación de consenso o apoyo para ciertas ideas o posiciones, lo que, sin duda, impacta en la opinión pública. Al inundar la plataforma con mensajes repetitivos o polarizadores, distorsionan el discurso público y dificultan la identificación de información veraz y relevante.

La interacción entre el conocimiento y el poder en X/Twitter también se ve influenciada por dinámicas sociales y culturales más amplias. Los prejuicios, estereotipos y desigualdades existentes en la sociedad se reflejan y reproducen en línea, limitan el alcance y perpetúan sistemas de opresión. Las voces de las minorías y los grupos marginados a menudo se ven silenciadas o ignoradas en medio del ruido de la plataforma, lo que refleja las inequidades de poder subyacentes en la sociedad en general.

En una arquitectura “ideal” o “democrática” los usuarios serían conscientes de las influencias y sesgos que pueden estar presentes en el contenido que consumen, y trabajar

para verificar la veracidad de la información antes de compartirla, pero la realidad es que nos basta con que esté en la misma línea de nuestra opinión o sentimientos. Este es un fenómeno que se ha estudiado a partir de los conceptos “cámaras de eco” (Hall y Capella, 2008) y “filtros burbuja” (Pariser, 2017).

Por consiguiente, la persistencia de discursos recurrentes, el uso estratégico de imágenes repetitivas, y la amplificación de narrativas particulares en X/Twitter no solo configuran un espacio de interacción digital, sino que también establecen gradualmente líneas de saber-poder; y, dado que el poder produce saber, produce verdades y modos de objetividad que parecen perfectamente legítimos (Foucault, 1975) la manipulación de la información a través de técnicas algorítmicas y la influencia de actores como *bots* y *cibertropas* no solo moldean el conocimiento accesible, sino que también determinan qué discursos y perspectivas obtienen prominencia en el espacio digital.

3.4 Mostrar todo para que no veamos nada

De este modo, ciberespacio y arquitectura virtual convergen en un entramado complejo de producción de subjetividad. Desde una perspectiva interdisciplinaria, estas categorías se entrelazan para dar sentido a la manera en que nos relacionamos con la tecnología y los efectos de este relacionamiento. El ciberespacio, como espacio de interacción y comunicación virtual, proporciona el contexto en el que se desarrollan nuestras experiencias en línea. Mientras que la arquitectura virtual, como mecanismo de espacialización de relaciones, estructura y determina cómo nos movemos, accedemos a la información y nos relacionamos con otros usuarios.

Es decir, la influencia del ciberespacio y la arquitectura virtual va más allá de la mera interfaz visual. Estos entornos digitales actúan determinando dispositivos de subjetivación (como las plataformas de redes sociales) influyendo en la forma en que construimos realidad a partir del posicionamiento del vínculo saber-poder. A través de la personalización de perfiles, la curación de contenido y la participación en comunidades en línea nos convertimos en productos del dispositivo negociando y construyendo significados en el ciberespacio. Esta producción no es pasiva: está mediada por el poder, la estructura de los dispositivos digitales y las plataformas en las que interactuamos. Los algoritmos de recomendación, los modelos

de negocio y las políticas de privacidad son solo algunas de las fuerzas que influyen en nuestras experiencias en línea.

En este sentido, el *cibespacio*, la *arquitectura virtual* y el *dispositivo*, categorías de análisis de esta investigación forman una multiplicidad dinámica en la que nos movemos, creamos y nos relacionamos dentro del mundo digital. Reconocer esta interconexión categorial nos permite comprender mejor la intrincada manera en que somos sujetos por nuestro propio deseo de absoluta libertad.

Las titánicas luchas por el poder del siglo XX enfrentaron al capital industrial y al movimiento obrero, pero, en el siglo XXI el capital de la vigilancia se enfrenta al conjunto de nuestras sociedades, hasta el último miembro individual de estas. La competencia por los ingresos derivados de la vigilancia se cierne sobre nuestros cuerpos, nuestros hogares y nuestras ciudades en una de las más violentas batallas por el poder y los beneficios jamás librada. No podemos imaginar el capitalismo de la vigilancia como algo que está “ahí afuera”, en el entorno de las fábricas y las oficinas. Sus objetivos y efectos están *aquí...* Somos *nosotros* (Zuboff, 2021, pp. 264 -265).

4. DIRECTRICES METODOLÓGICAS



Figura 17. Nueva pantalla de inicio de X
Fuente: Freepik

La forma que empleemos para teorizar sobre el mundo de forma interdisciplinar o desde una determinada disciplina, afecta de modo particular a nuestra práctica como etnógrafos individuales. [...] Los métodos y la teoría son dos aspectos de la investigación y el análisis etnográficos que se transforman cuando cambian los investigadores que los emplean.

Sarah Pink (2019, p. 24).

En este capítulo se presenta el método de investigación utilizado para abordar el estudio de la constitución de un dispositivo ciberespacial de subjetivación en la plataforma X/Twitter. Se detallan el enfoque metodológico adoptado y los procedimientos específicos

que guiaron la recolección y análisis de datos. Este estudio se enmarca en un paradigma cualitativo, complementado con elementos cuantitativos necesarios para profundizar en los análisis. Se exploran técnicas como la etnografía digital, el análisis de contenido y el análisis textual, diseñadas para proporcionar una comprensión holística y detallada del fenómeno estudiado. La combinación de estas técnicas permite captar tanto las dinámicas discursivas particulares como los patrones generales de interacción que caracterizan la experiencia en esta plataforma digital.

4.1 Enfoque

En concordancia con lo explicitado en el objetivo general, a saber, *interpretar la manera en que la Arquitectura Virtual de la plataforma X/Twitter funciona como un dispositivo de subjetivación*, la investigación se propuso dar sentido y comprender una realidad social (Sabariego, Massot y Dorio, 2009); por lo tanto, se inscribe en el paradigma cualitativo con enfoque interpretativo como plano de inmanencia. Este enfoque nos permite explorar la plataforma desde la perspectiva de un campo dinámico donde emergen singularidades (de acción e interacción) y se entrelazan las relaciones, como espacio de potencialidad donde las multiplicidades (usuarios, temas, funcionalidades, políticas de privacidad, algoritmo) interactúan y se despliegan en un proceso de continuo devenir.

4.2 Metodología

Como se describió en el marco temporal y espacial en X/Twtter estos ámbitos se condensan por lo que el espacio-tiempo elegido estuvo ligado a una coyuntura particular: octubre del 2023, último mes de campaña para la elección de alcalde de Bogotá (2024-2027). En ese sentido, optamos por un metodología compuesta en el que cada objetivo específico se llevó a cabo mediante una técnica adaptada. A continuación, se presenta la síntesis del diseño metodológico:

Tabla 2. Diseño metodológico de la investigación

Pregunta problema	¿De qué manera la configuración ciberespacial hace de la plataforma X/Twitter un dispositivo de subjetivación?		
Horizonte epistemológico	Campos emergentes de la geografía	Enfoque geográfico	Cibergeografía

Horizonte metodológico	Cualitativo	Enfoque investigativo	Interpretativo
Categorías de análisis	Ciberespacios	Arquitectura Virtual	Dispositivo de subjetivación
Objetivo general	Interpretar la manera en que la Arquitectura Virtual de la plataforma X/Twitter funciona como un dispositivo de subjetivación		
Objetivos específicos:	Técnica	Instrumento	
1. Describir las características ciberespaciales y arquitectónicas de la plataforma X/Twitter a partir de sus componentes intrínsecos	Etnografía digital	Fichas para el mapeo de X/Twitter	
2. Examinar los modos de relación e interacción en la plataforma X/Twitter a partir de las publicaciones de los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá (2024-2027) durante el mes de octubre del 2023.	Análisis de contenido	Matriz de análisis	
3. Analizar la relación entre la Arquitectura Virtual, las interacciones de los candidatos a la alcaldía de Bogotá y demás actores participantes en la plataforma X/Twitter en el marco de las elecciones de alcalde (2024-2027).	Análisis textual	Matriz de análisis	

Y, asimismo, el desarrollo por fases de este diseño:

Fases del desarrollo metodológico



Figura 18. Fases del desarrollo metodológico

4.3 Datos

Los insumos para el análisis de las Políticas de Privacidad, Términos de Servicio y Reglas fueron los documentos en formato *PDF* que se encuentran alojados en cada uno de los *blogs* de la plataforma²⁰. Es de anotar que la última revisión (20 de mayo del 2024) se realizó con el documento en español lo que modificó y eliminó parte de los análisis hechos sobre el documento en inglés. La información para la descripción de la interfaz y el algoritmo es el resultado de la sistematización del diario de campo en fichas de mapeo. Las 255 publicaciones utilizadas para el análisis de contenido se resumen así:

Tabla 3. Datos de análisis.

CANDIDATO	PUBLICACIONES (muestra)	OBSERVACIONES
Gustavo Bolívar	31 publicaciones	
Carlos Fernando Galán	31 publicaciones	
Rodrigo Lara Restrepo	30 publicaciones	No publicó el día 31.
Diego Molano Aponte	29 publicaciones	No publicó los días 30 y 31.
Juan Daniel Oviedo	30 publicaciones	No publicó el día 31.
Rafael Quintero Mora	17 publicaciones	No publicó los días 1, 2, 7, 8, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 24 y 31.
Nicolás Ramos	27 publicaciones	No publicó los días 9, 14, 18, y 19.
Jorge Enrique Robledo	31 publicaciones	
Jorge Luis Vargas	29 publicaciones	No publicó los días 30 y 31.

De igual manera los datos para llevar a cabo el análisis textual corresponden a 27 publicaciones iniciales (3 por cada candidato) y 81 respuestas de otros usuarios de X/Twitter (3 por cada publicación).

4.4 Procedimientos

El primer objetivo específico, *describir las características ciberespaciales y arquitectónicas de la plataforma X/Twitter a partir de sus componentes intrínsecos*, requería de un reconocimiento “en terreno” para aprehender la plataforma virtual de X/Twitter, por ello, se realizaron visitas semanales durante los meses septiembre y noviembre del 2023, que

²⁰ Para las Políticas de Privacidad véase: <https://x.com/es/privacy>. Para conocer los Términos de Servicio: <https://x.com/es/tos>. Finalmente, las Reglas están disponibles en: <https://help.x.comPol/es/rules-and-policies/x-rules>.

se repitieron durante abril y mayo del 2024²¹. La información fue recopilada siguiendo los postulados de la etnografía digital (Pink et al., 2019) con los que se realizó la descripción de su interfaz, se analizaron las Políticas de Privacidad, los Términos de Uso, las Reglas y el algoritmo. La etnografía nos permitió sumergirnos directamente en el entorno digital, posibilitando descripciones más profundas y contextualizadas.

Para el segundo objetivo específico, *examinar los modos de relación e interacción en la plataforma X/Twitter a partir de las publicaciones de los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá (2024-2027) durante el mes de octubre del 2023*, se utilizó el análisis de contenido mediante guías de codificación (ver Anexo 2). La información recogida respondió a los siguientes criterios: tono de las publicaciones, uso de falacias, temas recurrentes, tipo de interacciones y estadísticas. Su análisis proporcionó patrones de interacción, estrategias discursivas, alcance de dichas estrategias y uso de *bots*. La implementación de esta técnica proporcionó datos cuantitativos y cualitativos que enriquecieron los hallazgos tanto de la descripción de la plataforma en cuanto que Arquitectura Virtual como de sus lógicas discursivas de saber-poder funcionando como una bisagra metodológica entre dos momentos cruciales de la investigación.

El último objetivo específico, *analizar la relación entre la Arquitectura Virtual, las interacciones de los candidatos a la alcaldía de Bogotá y demás actores participantes en la plataforma X/Twitter en el marco de las elecciones de alcalde (2024-2027)*, apuntó a desocultar las líneas visibles y decibles de saber-poder que se mueven en la plataforma, de manera que la técnica de análisis textual (anclada al método de Análisis Crítico del Discurso – ACD) fue la más pertinente para confirmar o descartar la existencia de dichas líneas. Para este objetivo se seleccionaron las tres publicaciones con mejores estadísticas de cada candidato de la muestra anteriormente descrita, y se asociaron con tres comentarios en respuesta teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- **Relevancia temática:** se seleccionaron comentarios directamente relacionados con los temas abordados en las publicaciones de los candidatos.
- **Representatividad:** se tomaron en consideración los comentarios que representaran el sentir mayoritario (esto incluye comentarios en apoyo o críticos hacia los candidatos).

²¹ Estas visitas se pueden denominar de control y se hicieron con el fin de garantizar la veracidad de los análisis verificando la vigencia de los términos de servicio, política de privacidad y reglas.

- *Impacto y alcance*: se tuvo en cuenta la cantidad de interacciones que generó cada comentario, el número de “me gusta”, de “reposteos” o de “respuestas”, así como los comentarios que generaron mayor debate o que fueron ampliamente compartidos.
- *Opinión y sensación*: no obstante, es imposible olvidar, por un lado, que estamos en un espacio en el que la formalidad y las reglas del debate más tradicional no son la norma y, por otro, que la expresión espontánea o premeditada (participación de *bots* o cibertropas) también hace parte de la cotidianidad de la plataforma, razón por la cual no tenerlos en cuenta resultaría en un análisis, cuanto menos, incompleto.

La recolección de las publicaciones se hizo diariamente entre el 1 y el 31 de octubre del 2023 ingresando a cada uno de los perfiles de los aspirantes a la alcaldía de Bogotá para el periodo 2024-2027: Gustavo Bolívar, Carlos Fernando Galán, Rodrigo Lara Restrepo, Diego Molano Aponte, Juan Daniel Oviedo, Rafael Quintero Mora, Nicolás Ramos, Jorge Enrique Robledo y Jorge Luis Vargas. Se tomó la publicación con mayor interacción teniendo en cuenta las estadísticas que la plataforma muestra en tiempo real, “comentarios”, “reposteos”, “me gusta”, “reproducciones”. Valga decir que este procedimiento se llevó a cabo siempre un día después, es decir, las interacciones del 1 de octubre se recogieron el 2 de octubre y así sucesivamente.

El procedimiento inicial para la escogencia de la publicación fue el número de comentarios. Si se presentaba un empate se comparaba la siguiente estadística, es decir, la cantidad de reposteos, si el empate persistía, se evaluaba el siguiente criterio hasta agotar cada una de las posibilidades.

4.4.1 Descripción de X/Twitter como una Arquitectura Virtual

Con base en los criterios que se muestran en las Tablas 4 y 5, la descripción de la interfaz como parte de la arquitectura virtual se realizó mediante visitas semanales a X/Twitter durante los meses de septiembre y noviembre del 2023 sin visitar ningún perfil particular, solamente explorando cada una de las funcionalidades de la plataforma y el *feed* de inicio. El resultado de estas observaciones se registró en el Instrumento 1. Fichas para el mapeo de X/Twitter (ver Anexo 1). Mientras que, para el análisis del algoritmo, se recurrió

a información alojada en diversos sitios de Internet especializados en programación y análisis algorítmico²².

Tabla 4. Ejemplo de ficha de mapeo. Experiencia del usuario

Fecha:	Hora:	Comentarios – reflexiones
Propósito:		
Categoría	Descripción	
Usabilidad		
Inmersión (“experiencia de usuario”)		
Coherencia – consistencia (diseño vs. propósito)		
Escalabilidad (funciona en distintos dispositivos)		
Feedback Visual		
Performance		
Flexibilidad		
Interactividad		
Estética		

Tabla 5. Ejemplo de ficha de mapeo. Elementos arquitectónicos relacionales

Fecha:	Hora:	Comentarios – reflexiones
Propósito:		
Categoría	Descripción	
Estructura de una publicación (antes Tweet)		
Perfil de usuario		
Línea de tiempo		
Menciones		
Reposteo		
Me gusta		
Etiquetas (#)		
Tendencias		

²² Entre estos se visitaron: <https://metricool.com/es/al-descubierto-el-algoritmo-de-x/>, <https://juice-studio.com/entender-algoritmo-x/> y <https://www.genbeta.com/actualidad/x-twitter-ha-introducido-13-000-cambios-su-algoritmo-estos-6-nuevos-criterios-para-dar-visibilidad-a-tuits>

Mensajes Directos		
Periscope		

4.4.2 Análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica de investigación utilizada para interpretar el significado contextual de los datos textuales. En este estudio, se aplicó a las publicaciones de los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá durante el mes de octubre de 2023 (ver Anexo 3), siguiendo las etapas descritas a continuación:

- *Selección del Corpus:* se seleccionaron las publicaciones de los candidatos en la plataforma X/Twitter durante el mes de octubre de 2023. Esta selección permitió un enfoque específico en el período crítico de la campaña electoral.
- *Codificación:* se desarrolló un sistema de codificación para clasificar las publicaciones de acuerdo con diferentes categorías temáticas, como discurso político, interacción con seguidores, y uso de imágenes y multimedia. La codificación se realizó utilizando matrices de análisis cualitativo.
- *Análisis Temático:* a partir de la codificación, se identificaron temas recurrentes y patrones de discurso en las publicaciones de los candidatos. Este análisis temático ayudó a desentrañar las estrategias discursivas y las narrativas predominantes en la campaña.
- *Interpretación:* los temas y patrones identificados se interpretaron en el contexto del dispositivo de subjetivación. Se analizó cómo los candidatos utilizaban la plataforma para moldear percepciones y movilizar a los electores, destacando la intersección entre tecnología, discurso y poder.

4.4.3 Análisis textual

El análisis textual se ancló a los postulados del método Análisis Crítico del Discurso siguiendo los postulados de Teun Van Dijk (2001) y Norman Fairclough (2003) por lo que se llevó a cabo en tres niveles: descriptivo, interpretativo y explicativo (ver Anexo 4). El primer nivel tiene en cuenta la estructura formal de los enunciados: sujeto que enuncia, tono, a quién va dirigido, propósito. El segundo nivel que aumenta la complejidad del análisis se realizó teniendo en cuenta:

- Análisis de estructuras discursivas: cómo se organizan y presentan los elementos discursivos (como temas, argumentos, actores) para promover ciertos puntos de vista o interpretaciones.

- Identificación de estrategias de legitimación: de qué manera se legitiman ciertas acciones, posiciones o ideologías (incluye argumentos de autoridad, la apelación a valores compartidos o la construcción de narrativas que justifiquen ciertas prácticas o creencias).
- Reconocimiento de sesgos y exclusiones: señala sesgos y exclusiones en el discurso, es decir, qué información se incluye y qué se omite o margina.
- Análisis de relaciones de poder: describe los mecanismos mediante los cuales se negocian las relaciones de poder a través del discurso. Esto implica identificar quién tiene el control del discurso, quién es representado como dominante o subordinado, y cómo se refuerzan o desafían las jerarquías sociales existentes.
- Interpretación de marcos ideológicos: papel de los marcos ideológicos subyacentes en el discurso, es decir, las creencias, valores y suposiciones que informan las representaciones discursivas.

Para el último nivel, el explicativo, se pone el enfoque en los criterios descritos a continuación:

- *Contexto sociopolítico y cultural*: examen del contexto más amplio en el que se produce el discurso. Lo que implica considerar factores como el poder político, las relaciones de clase, género, etnia, religión, entre otros.
- *Posicionamiento y subjetividad*: un aspecto que resulta crucial en la investigación y que tiene que ver tanto con la asignación de roles y posiciones a diferentes grupos sociales, como con la construcción de identidades y subjetividades a través del lenguaje. Esto implica analizar quién tiene el poder para hablar, quién es representado y cómo se representa.
- *Ideología y hegemonía*: se analizó de qué manera el discurso refleja y reproduce las ideologías dominantes y cómo estas ideologías se utilizan para mantener y legitimar el poder de ciertos grupos sobre otros. Se presta especial atención a las formas en que se ejerce la hegemonía, es decir, cómo las ideas y valores de un grupo dominante se presentan como normativos y universales.
- *Marcadores discursivos de poder*: se señalaron los recursos lingüísticos y discursivos utilizados para construir y mantener relaciones de poder. Esto incluyó el análisis de vocabulario, estructuras gramaticales, metáforas, narrativas y otros aspectos del discurso.
- *Resistencia y contradiscurso*: Se considera cómo los grupos subalternos pueden resistir o desafiar las estructuras de poder a través del uso del lenguaje. Se analizan los discursos alternativos que cuestionan las narrativas dominantes y proponen visiones diferentes del mundo.

5. ANATOMÍA DE UN DISPOSITIVO CIBERESPACIAL DE SUBJETIVACIÓN

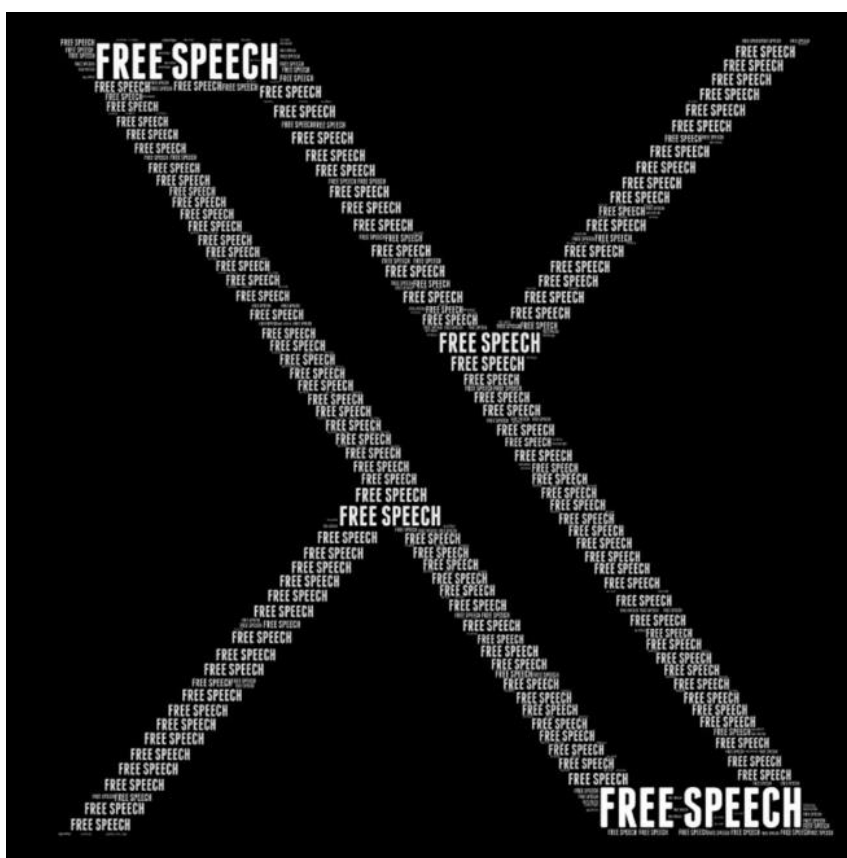


Figura 19. “For the people of Earth” publicación de Elon Musk
Fuente: X (06 de abril de 2024)

X avanza a la velocidad de la conciencia pública, y las personas acuden a la plataforma para mantenerse informadas acerca de lo que les interesa. La exposición a diferentes puntos de vista puede ayudar a las personas

*a aprender de los demás, a volverse más tolerantes y a tomar decisiones
acerca del tipo de sociedad en la que desean vivir.*

(Centro de ayuda X, 2024, s.p.)

En este apartado se presentan los resultados de la investigación en tres momentos siguiendo la estructura del diseño metodológico anclado a los objetivos específicos. En primer lugar, se describe la arquitectura de la plataforma X/Twitter, esto es, políticas de privacidad, términos de uso, reglas, interfaz de usuario y funcionamiento del algoritmo en cuanto que marco regulatorio que pone en tensión la promoción de la libertad de expresión absoluta, los mecanismos de censura arbitrarios y la opacidad en el tratamiento de los datos de los usuarios.

En segundo lugar, se examina su funcionamiento a partir de las publicaciones realizadas por los nueve candidatos a la alcaldía de Bogotá durante el mes de octubre de 2023. De este modo, se revelan las prácticas naturalizadas en la plataforma a través de la exposición de estrategias de comunicación empleadas por los candidatos en términos de tonos, falacias y narrativas como herramientas eficaces para la conversión de opiniones, sensaciones y sospechas en hechos aparentemente irrefutables. Además de evidenciar la presencia de *bots* y cibertrampas. El tercer bloque analiza la relación entre la Arquitectura Virtual, las interacciones de los candidatos a la alcaldía de Bogotá y los demás actores participantes en la plataforma mediante el establecimiento de líneas discursivas, legitimación de acciones o posiciones ideológicas, sesgos y exclusiones en la comunicación.

5.1 Descomponer y recomponer la Arquitectura Virtual de X/Twitter

Como hemos argumentado en el marco teórico, las Arquitecturas Virtuales no se limitan al desarrollo de infraestructuras computacionales que alojan una multitud de páginas web, sino que conjugan en sí mismas una amalgama de aspectos estéticos, formales y técnicos que delinean ciertos modos de *ser* y *hacer* dentro de sus límites. En esencia, constituyen un conjunto dinámico de elementos que van desde lo estético hasta las normas de uso y políticas de privacidad, pasando por la implementación de algoritmos subyacentes.

Así las cosas, cada modificación en sus componentes constitutivos implica un cambio en las "reglas de juego" y desencadena tensiones inherentes. Este apartado se subdivide en tres secciones para profundizar en cada uno de dichos componentes. En la primera, se

examinan las políticas de privacidad, los términos de uso y las reglas de X/Twitter. En la segunda, se hace un recorrido por la interfaz identificando tanto sus funcionalidades como sus posibilidades de interacción. Y, en la tercera, se exponen los cambios en su algoritmo y las consecuencias dentro de las dinámicas internas.

5.1.1. Agujeros de gusano, libertad de expresión y censura

Las políticas de privacidad de las plataformas digitales como X/Twitter han sido tema de estudio desde hace varias décadas (Lessing, 1999; Radin, 2012; Hartzog, 2018). Académicos, investigadores y políticos han señalado las asimetrías presentes en este tipo de contratos con los que las empresas digitales se arrogan el derecho de recopilar una gran cantidad de datos personales sobre sus usuarios, sirviéndose de maniobras legales y la ausencia de mecanismos expeditos para denunciar cualquier tipo de irregularidad²³. Esto es así, no solo porque en la mayoría de ocasiones los usuarios ignoran que sus derechos civiles *también* aplican en el ciberespacio, sino porque tanto el lenguaje como el formato usado para presentar los términos de la política envuelve y confunde al lector.

Para el caso que nos ocupa, hemos analizado la versión 19 de las políticas de privacidad de X/Twitter vigentes desde el 29 de septiembre del 2023²⁴. Inicialmente es fundamental comprender que estas tienen un doble rol. Por un lado, regulan la custodia de los datos y, por otro, realizan su tratamiento, es decir, los recolectan, almacenan, analizan, circulan y eliminan²⁵. La fuente primaria de los datos es el usuario quien, según X/Twitter, los entrega voluntariamente. No obstante, para acceder al servicio es necesario contar con credenciales (usuario y contraseña) que solo se adquieren después de la suscripción a la plataforma, por lo tanto, la entrega de ciertos datos es condición ineludible para hacer uso de los servicios. Los demás datos, que Zuboff (2021) denomina *excedente conductual*, se van a recopilar de dos maneras. Unos gracias a la huella que deja el usuario en la plataforma y otros

²³ Además del caso protagonizado por Cambridge Analytica y Facebook, en el año 2018 la empresa de análisis de datos británica LocalBlox recopiló información personal de al menos 48 millones de perfiles de usuarios de diversas plataformas de redes sociales, incluyendo Facebook, LinkedIn y Twitter, sin el consentimiento de los usuarios. La empresa utilizó técnicas de *scraping* (raspado) que implican extraer datos de perfiles públicos en redes sociales; luego combinó y analizó esta información para crear perfiles detallados de usuarios con el objetivo de ofrecer servicios de *marketing* dirigido.

²⁴ Las versiones anteriores están disponibles en: <https://twitter.com/es/tos/previous>

²⁵ Sobre la naturaleza y clasificación de los datos, de acuerdo con los marcos internacionales, véase: https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/reform/what-personal-data_es

como resultado de un sistema de alianzas con terceros: “Cuando usas otros productos y servicios online, éstos pueden compartir con nosotros datos sobre dicho uso” (X Privacy Policy, 2023, p. 3).

La palabra *tratamiento*, entonces, debe entenderse como “el uso que se dará a los datos”, así las cosas, los datos recopilados por X/Twitter se usan para: (i) monetizar las preferencias de usuario mediante la publicidad dirigida; (ii) entrenar modelos de aprendizaje informático o de IA²⁶; (iii) “evitar” acciones fraudulentas a través de la identificación de los usuarios; (iv) enviar información sobre productos, servicios o cambios en las políticas y condiciones de uso de X; y, (v) realizar estudios de mercado o pruebas de producto (con una inversión mínima).

Así como los datos fluyen del usuario a la plataforma y de terceros a la plataforma, esta los comparte (o redistribuye) mediante diferentes mecanismos que no resultan del todo claros posibilitando el acceso o la fuga de datos mediante una suerte de “agujeros de gusano” que garantizan su traslado sin muchas explicaciones. Cuando un usuario publica en la plataforma algunos de esos datos llegan al público en general, a otros usuarios de X/Twitter y a socios de la plataforma. Dicho de este modo, pareciera que todos reciben los mismos datos, no obstante, “si has compartido datos tales como *Mensajes Directos* o *posts protegidos* con otra persona que accede a X/Twitter a través de un servicio de terceros, estos datos *pueden ser compartidos con el servicio de terceros*” (X Privacy Policy, 2023, p. 7. Cursivas añadidas). Esto quiere decir que las interacciones que un usuario consideraría privadas, en realidad pueden ser de conocimiento de compañías diferentes a X/Twitter, a lo cual llamamos agujero de gusano.

Además, las denominadas asociaciones de terceros, esto es, los proveedores de servicios, los anunciantes y similares también reciben su parte, pues los datos públicos llevan inexorablemente a datos privados dado que “los anunciantes pueden obtener datos a partir de

²⁶ En su carrera contra OpenAI, y poniéndose en la delantera frente a Google con su objetivo de “indexar la información del mundo entero”, Elon Musk, a través de su empresa XAI, anunció el 13 de julio del 2023 el proyecto *Grok* –una inteligencia artificial generativa insertada en la arquitectura de X– que tiene “la misión de comprender el universo”. El 18 de agosto la empresa indicó que Grok-0 había finalizado su entrenamiento y solo unos meses después, el 3 de noviembre, permitió el acceso anticipado al modelo conversacional. El 07 de diciembre los usuarios con suscripción X Premium+ ya podían acceder a *Grok* desde el sitio web y las aplicaciones de X y, finalmente el 15 de mayo del 2024 se anunció el lanzamiento de *Grok 1.5* para todos los usuarios Premium a nivel mundial. Este logro se apunta como un paso más en el desarrollo de X como una superaplicación o aplicación para todo.

tu interacción con sus anuncios tanto dentro como fuera de X. [E igualmente] podrán recoger otros datos personales a través de ti como, por ejemplo, identificadores de cookies o tu dirección IP” (X Privacy Policy, 2023, p. 7). Otro mecanismo de entrega de datos es el legal: X/Twitter puede compartir información personal cuando así lo exige la ley para evitar daños o cuando es de interés público. Asimismo, entidades vinculadas a la plataforma como Vine o Twitpic pueden acceder a información al igual que en un eventual cambio de titularidad de la plataforma (como ocurrió con la adquisición de esta por Elon Musk), los nuevos dueños recibirían acceso a esta información.

Empero, no todos los datos tienen el mismo valor, algunos caducan. Los denominados “identificadores de usuario” (correo electrónico, número de celular, contenido publicado) se conservan durante el tiempo que la cuenta se encuentre activa, mientras que “otros datos personales”, no especificados, se conservan por 18 meses. Pero si la cuenta ha sido desactivada por infringir los términos de uso de los servicios, los identificadores se conservarán para evitar que se abra una cuenta con credenciales similares. Y aquí, otro agujero de gusano: el contenido público puede estar disponible en motores de búsqueda y en sitios de terceros *aun si ha caducado o se ha eliminado de X*. En el mismo sentido, la plataforma puede “conservar determinados datos durante más tiempo del que especifican [estas] políticas para cumplir requisitos legales y por razones de seguridad” (X Privacy Policy, 2023, p. 10).

Con todo, la plataforma vende la quimérica sensación de tranquilidad al enunciar que los usuarios tienen la facultad, por un lado, de ejercer “control sobre los datos” y, por otro, de *oponerse, limitar el tratamiento o retirar el consentimiento* para el tratamiento de sus datos. Mientras que el control se refiere a la posibilidad de rectificar, portar o eliminar información mediante acciones como modificar datos de perfil, cambiar la clave de acceso, agregar un número de contacto o, en casos puntuales, solicitar que la información se ponga en cola para su eliminación (a través de una solicitud protocolaria). Oponerse, limitar o retirar el consentimiento resultan ser solo un montón de palabras rimbombantes para indicar que se activan o desactivan permisos. La verdadera capacidad de los usuarios para gestionar sus datos sigue siendo taxativa y superficial ya que las opciones presentadas, a menudo, no permiten un control significativo sobre cómo se recopilan, usan y comparten sus datos,

perpetuando así un sentido ilusorio de autonomía y protección. Todos estos mecanismos son denominados por Radin (2012) como una forma de expropiación privada, en sus palabras:

Esa manera de actuar es una forma de “expropiación privada”, una confiscación unilateral de derechos sin consentimiento de la persona a la que se le confiscan [...] tales “contratos” representan una “degradación moral” y democrática del Estado de derecho y de la institución contractual misma, una perversión que reestructura muchos de los derechos que los usuarios conquistaron en su momento a través de los procesos democráticos (Radin citada en Zuboff, 2021, pp. 73-74).

Si no hay un control real de los datos ni verdadera conciencia de su destino ¿qué derechos tiene el usuario? Frente a esto la política indica que tanto X/Twitter como los usuarios tienen derechos. Los suyos son apropiarse de la información de sus usuarios ya que “X ha valorado detenidamente las razones legales por las que tiene autorización para recoger, utilizar, compartir y llevar a cabo el tratamiento de tus datos” (X Privacy Policy, 2023, p. 12); los del usuario son, por un lado, confiar en que los datos trasladados entre entidades y de un territorio a otro están amparados legalmente por las normas que la compañía dice conocer, por otro, disfrutar de los servicios de la plataforma “gratuitamente”, en cuanto X/Twitter afirma decididamente “no, no vendemos tus datos personales” (X Privacy Policy, 2023, p. 12). Sin embargo, tampoco indica cuál es el rédito obtenido de compartir tales datos con terceros, socios, colaboradores y similares.

Dadas las circunstancias, la política de privacidad y el tratamiento de datos inclina la balanza decididamente hacia un lado, el corporativo. No obstante, el asunto va más allá e implica su *leitmotiv*, a saber, la libertad de expresión. Los Términos de Servicio, aun cuando reivindican la narrativa del derecho a expresar opiniones diversas en la plataforma solapan el hecho de que no es posible ni legal ni políticamente asegurar algo como libertad de enunciación pública absoluta. De este modo, un análisis de los términos de uso de X/Twitter muestra cómo la empresa se reserva el derecho de tomar acciones como suspender cuentas o eliminar contenido en casos que se consideren violatorios de sus términos, lo que puede generar debates sobre dónde se traza la línea entre la libertad de expresión y la moderación del discurso.

Los Términos de Servicio establecen, además de las reglas de uso de la plataforma, responsabilidades y derechos tanto de los usuarios como de la empresa. Al desglosar estos

parámetros, podemos ver que el equilibrio entre la protección de la expresión individual con las necesidades corporativas y las regulaciones legales es, cuanto menos, precario; a su vez, se identifican posibles restricciones que podrían impactar la forma en que los usuarios interactúan y comparten contenido en la plataforma.

Como los usuarios son los únicos responsables del contenido que comparten, solo deben hacerlo con aquello que deseen hacer público (esto incluye mensajes directos y *post* privados): “Lo que es suyo, es suyo: usted es el dueño de su Contenido (y del audio incorporado, las fotos y vídeos que se consideren parte del Contenido)” (X. Terms of Service, 2023, p. 5). No obstante, conserva únicamente los derechos morales pues al publicar en la plataforma la autoriza para copiar, reproducir, compartir, modificar, adaptar, procesar, y distribuir el contenido que, como advierte X/Twitter, puede llegar a ser sensible, manipulado, ofensivo, dañino o inexacto pudiéndose retirar de la plataforma si infringe el acuerdo de usuario (v.g. violaciones de derechos de autor o de marcas comerciales o cualesquiera otros usos indebidos de propiedad intelectual, suplantación de identidad, conducta ilícita o acoso).

Así, pues, X/Twitter está en plena facultad para (i) interrumpir el servicio a cualquier usuario en cualquier momento; (ii) poner límite al almacenamiento de un usuario o todos; (iii) eliminar o negarse a distribuir cualquier contenido; (iv) limitar la distribución o visibilidad de cualquier contenido; (v) suspender o cancelar usuarios y reclamar nombres de usuario sin responsabilidad alguna; (vi) incluir anuncios, así como (vii) acceder y hacer pública cualquier información necesaria para cumplir las leyes, hacer cumplir los términos, detectar, prevenir o solucionar fraudes, proteger los derechos y la propiedad de X y sus usuarios (X. Terms of Service, 2023).

Estos Términos se aplican a discreción de la plataforma y sin tener que dar mayor explicación sobre las decisiones tomadas. Si X/Twitter así lo decide, puede usar sus Términos para no cumplir con su Política de Privacidad, situación en la que el usuario es engañado por estas últimas y, con la ilusión de mantener el control sobre sus datos y disfrutar de los servicios “gratuitos” de la plataforma, se pone a merced de esta. Por tanto, existe una evidente tensión y contradicción con la defensa de la libertad de expresión tan publicitada tanto por la plataforma como por su nuevo dueño.

Cuando los términos son tan oscuros, un día las publicaciones de un usuario pueden ser consideradas políticamente correctas o relevantes y, al otro, el usuario podría ser

censurado o retirado de la plataforma por una decisión tomada a discreción de la compañía sin que nada la obligue a compartir los protocolos mediante los cuales se toman decisiones tan importantes como estas. Con razón afirma Zuboff (2021):

De los muchos incumplimientos de las expectativas iniciales de defensa de un ideal social, uno de los más perniciosos es el representado por los omnipresentes “acuerdos de términos de servicio”. Los expertos jurídicos los llaman *contratos de adhesión*, porque imponen a los usuarios unas condiciones del tipo “lo toma o lo deja” que permanecen con ellos lo quieran o no. Los “contratos en línea”, como los acuerdos de términos de servicio o términos de uso, también se conocen como *clickwraps* porque, como muchas investigaciones han demostrado, “envuelven” (*wrap*) en esos opresivos términos contractuales a la mayoría de las personas desde el momento en que hacen clic en la casilla de “sí, acepto”, sin haber llegado a leerse el acuerdo en cuestión. En muchos casos, el simple hecho de navegar por un sitio web ya nos obliga a su acuerdo de términos de servicio, aunque desconozcamos cuál es (pp. 72-73).

Como queda claro, la permanente ambigüedad en la manera en que se construyen y aplican tanto las Políticas de Privacidad como los Términos de Uso, entonces, se tensionará aún más al querer establecer de manera transparente los límites discursivos en la plataforma, pues pone al descubierto un discurso doble: el de la corrección política y legal (de la empresa) y el de la libertad de expresión sin límites en cuanto que supuesto bastión primero y último de la democracia (de Elon Musk). Esta circunstancia es peculiar dado que el dueño de la empresa muestra diferencias, tensiones y hasta contradicciones con las políticas, normas y términos de uso de los servicios de su plataforma. Aunque es innegable que últimamente se ha moderado, el desafío ha sido y será encontrar un equilibrio entre dos principios aparentemente opuestos.

Ya desde hace unos años Elon Musk se ha mostrado particularmente interesado por el papel del antiguo Twitter en lo que ha llamado la defensa del derecho a la libre expresión (Figura 17). Sus constantes críticas a la plataforma, así como su argumentación en favor de poder decir lo que sea y por consiguiente recibir estoicamente lo que venga de vuelta fueron justificación suficiente para comprar la compañía, pues según él, Twitter estaba perdiendo la capacidad de defender la libertad de expresión y ello representaba un golpe mortal a la

democracia²⁷. Su compromiso con esta idea ha sido tal que al utilizar la función de *búsqueda avanzada* con las palabras clave *free speech* se encontraron 66 publicaciones realizadas en el periodo comprendido entre el 11 de enero del 2021 y el 2 de mayo del 2024 demostrando la importancia que otorga al tema.



Figura 20. Publicación de Elon Musk antes de comprar la compañía
Fuente: X (2024)

Constantemente sus comentarios se desmarcan de una política contundente que ponga límite a prácticas que han probado ser en extremo nocivas como la desinformación, las noticias falsas (*fake news*) o los discursos de odio arguyendo que su radical defensa del derecho a la libre expresión no se lo permite. De hecho, en múltiples publicaciones Musk se define a sí mismo como un “absolutista” de la libertad de expresión y, a pesar de que ha tenido que recular en favor de los deberes jurídicos con frases como “lucharemos por la libertad de expresión *lo mejor que podamos según la ley*” (Musk, vía X, 13 de septiembre del 2023. Cursivas añadidas), su incomodidad salta a la vista con afirmaciones menos “correctas” y más bien solapadas: “independencia de la libertad de expresión en la América moderna” (Musk, vía X, 21 de marzo del 2024).

En este sentido, la pregunta obligada es: ¿está la libertad de expresión por encima de otros derechos humanos que prohíben tajantemente la propaganda en favor de la guerra, la

²⁷ Al respecto, ver el artículo del New York Times titulado *La libertad de expresión que Elon Musk promete en Twitter no es una tarea sencilla* en: <https://www.nytimes.com/es/2022/04/26/espanol/musk-twitter-libertad-expresion.html>

discriminación y la apología del odio racial o religioso? X/Twitter no ha sido capaz de conciliar las posturas que se sostienen sobre la idea según la cual *cualquier* restricción a la libertad de expresión es un ataque a los valores democráticos fundamentales, y las que defienden que es imperativo poner en marcha medidas más estrictas para salvaguardar la posibilidad de una discusión pública real que proteja a los usuarios de los riesgos asociados a la desinformación y el odio en línea.



Figura 21. Elon Musk, el absolutista de la libertad de expresión
Fuente X (2024)

Está claro que X/Twitter siendo una plataforma en la que 168 de los 193 países reconocidos por la ONU tienen una cuenta gubernamental (González, 2016) no puede declararse absolutista de la libertad de expresión sin entrar en un conflicto irresoluble, por lo que ha estructurado unos mínimos de interacción sostenidos en cuatro pilares que se constituyen en sus Reglas: seguridad, privacidad, autenticidad y publicidad de terceros en contenido de video²⁸. Con la intención de que X/Twitter esté “al servicio de la conversación pública” (Centro de ayuda X, 2024, s.p.), se espera mantener al margen comportamientos violentos que la desincentiven, entre estos el discurso violento, la promoción de la explotación sexual infantil, el abuso, el acoso, las conductas de odio, el contenido multimedia delicado, la apología al suicidio, o a entidades violentas y de incitación al odio, asimismo prohíbe y desactiva las cuentas de perpetradores de ataques violentos, promotores de venta de productos y servicios ilegales o ciertos productos o servicios regulados (v.g venta de estupefacientes).

De este modo, aunque “todo el Contenido es responsabilidad única de la persona que lo produce. No monitorizamos ni controlamos el Contenido publicado por medio de los

²⁸ Las Reglas se encuentran en: <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/x-rules>

Servicios, y no podemos hacernos responsables de dicho Contenido” (X Terms of Service, 2023, p. 14), “Cada situación [relacionada con la permanencia o no de contenido] se evalúa de forma aislada y la decisión final está a cargo de un equipo multidisciplinario” por lo que X se reserva “el derecho a retirar contenido que incumpla el Acuerdo de Usuario” (X Terms of Service, 2023, p. 4).

Pero esta ambigüedad tiene otra cara. Si bien tanto X/Twitter como su dueño promueven la libertad de expresión sus políticas de moderación y suspensión de cuentas a menudo han sido cuestionadas por ser arbitrarias o incluso sesgadas. La interpretación y aplicación de las Reglas de la plataforma a veces parece inconsistente, lo que ha llevado a acusaciones de censura selectiva y limitación de la diversidad de opiniones²⁹. La falta de transparencia en las políticas y prácticas de X/Twitter en relación con la moderación del contenido y la gestión de datos genera desconfianza. La imposibilidad de saber cómo se toman las decisiones de moderación y qué criterios se aplican socava lentamente la confianza en la plataforma como un espacio abierto y democrático para el intercambio de ideas. La falta de claridad da lugar a sesgos muy convenientes que son defendidos bajo la idea del interés público:

Con el fin de garantizar que las personas tengan la oportunidad de ver todas las perspectivas de una cuestión, hay escasas ocasiones en las que permitimos la permanencia en nuestra plataforma de determinado contenido o comportamiento que, en otras circunstancias, se consideraría infractor de nuestras Reglas; esto se debe a que *consideramos de legítimo interés público que dicho contenido o comportamiento esté a disposición de todos*. [...] La exposición a diferentes puntos de vista puede ayudar a las personas a aprender de los demás, a volverse más tolerantes y a tomar decisiones acerca del tipo de sociedad en la que desean vivir (Centro de ayuda X, 2024, s.p. *Cursivas añadidas*).

²⁹ Casos hay de todas las orillas, a la censura del #OccupyWallStreet, referenciado en los antecedentes de esta investigación, se suma el caso más mediático en el asunto: la cancelación permanente de la cuenta del expresidente Donald Trump en 2021 por dos trinos en los que incitaba a la violencia y que muchos consideran el detonante de la toma del Capitolio por parte de sus partidarios. Y, aunque el hecho generó un intenso debate sobre la libertad de expresión en las redes sociales y el papel de las plataformas en la moderación del discurso político, tenemos antecedentes más antiguos. En el año 2018, durante las protestas contra el gobierno de Daniel Ortega en Nicaragua, se reportaron casos de censura de la etiqueta #SOSNicaragua en Twitter. Denuncia similar a la del 2020, cuando Twitter fue acusado de censurar contenido relacionado con la comunidad LGBTQ+ en Turquía después de que el gobierno turco iniciara acciones legales en contra de la plataforma por no cumplir con la eliminación de ciertos tweets.

5.1.2 Armonía y funcionalidad

La interfaz es, en cierta medida, la materialización de las políticas y términos de uso, lo más inmediato, aquello que nos interpela con solo *llegar* a X/Twitter: límites, artefactos y posibilidades de *estar siendo* en el espacio; en otras palabras, la interfaz es la espacialización de un diseño cuidadosamente elaborado que busca no solo facilitar la navegación y la interacción, sino también moldear la experiencia del usuario y definir la relación entre el individuo y la plataforma. Dentro de la arquitectura de X/Twitter, tanto los botones como las características de la interfaz han sido diseñados para permitir un funcionamiento orgánico e intuitivo que enganche a los usuarios con su simplicidad y efectividad. Los botones están estratégicamente ubicados para facilitar su acceso y uso, siguiendo principios de diseño centrados en la experiencia del usuario (UX). En este sentido, elementos como el color se emplean para destacar componentes importantes, guiar la atención del usuario y transmitir la identidad visual de la plataforma.

La interfaz de X/Twitter emplea el *scroll* vertical como una característica fundamental, que facilita el uso con una sola mano y hace inevitable e interminable el desplazamiento continuo por el contenido. Esta característica, común a otras redes sociales como Instagram, se configura como una forma de compactación espaciotemporal. Cuando hacemos *scroll* en la aplicación estamos navegando a través de un flujo continuo de contenido que se presenta en un espacio limitado: la pantalla de un celular, por ejemplo. Este flujo constante de información crea una sensación de compresión del tiempo y del espacio, ya que pasamos rápidamente de un fragmento de contenido a otro, a menudo sin pausas significativas. A medida que desplazamos la pantalla, absorbemos una gran cantidad de información en un tiempo relativamente corto. Esta experiencia hace que parezca que el tiempo se dilata, ya que nuestra percepción cambia cuando estamos inmersos en una actividad absorbente y altamente estimulante como el *scroll*.

A pesar de que estamos navegando a través de una variedad de contenido, como publicaciones cortas, noticias, imágenes, etc., la pantalla nos presenta todo en un espacio uniforme. Por lo que el contenido tiene el mismo "tamaño" o "importancia"; cada elemento compite por nuestra atención en el mismo espacio limitado. La experiencia de hacer *scroll* a menudo implica una intensidad invariable, ya que estamos constantemente expuestos a nuevos estímulos visuales y cognitivos. Esto genera una sensación de saturación y sobrecarga

sensorial al intentar procesar gran cantidad de información de manera rápida y continua lo que, si bien podría parecer contrario a una experiencia de usuario agradable, de hecho, está pensado para fortalecer la conexión con la plataforma, el *Engagement*. Al decir de Jovicic,

Aunque los movimientos a través de espacios en línea parecen "intuitivos", son el resultado de consideraciones que ponderan las preocupaciones de usabilidad, discursos públicos y agendas comerciales. A pesar de la informalidad aburrida que acompaña el desplazamiento [...], ni el movimiento en sí mismo, ni el contenido que sigue, ni los anuncios que Instagram [y plataformas similares] cura según las huellas que dejó [el usuario] en línea, son accidentales. Desde una perspectiva de diseño, borrar el esfuerzo y permitir una participación fácil están en el núcleo del diseño amigable para el usuario. [...]. Las aplicaciones de redes sociales dependen de borrar el esfuerzo requerido para socializar y compartir contenido, ya que sus modelos comerciales dependen de motivar a los usuarios a pasar tiempo en línea (2020, p. 507. Traducción propia).

A pesar de lograr su objetivo, los efectos son nefastos. La práctica del *scrolling* erosiona decididamente las posibilidades de una conversación o un debate de calidad. Esto se debe a que la naturaleza rápida y constante del desplazamiento en la plataforma no permite una reflexión profunda sobre el contenido completo de una publicación (sin importar el formato). Como resultado, los usuarios absorben solo fragmentos de información, razón por la cual los titulares sensacionalistas son un éxito y se usan, cada vez con mayor frecuencia, no con el objetivo de llamar la atención del usuario y lograr difusión de su contenido, sino más bien para que se quede con una impresión superficial sobre cualquier situación. Esta estrategia se aprovecha de la brevedad y la inmediatez de X/Twitter, donde la atención del usuario puede ser fugaz y fácilmente distraída por la próxima publicación en su *feed*. Como ejemplo, considérese la siguiente publicación de la cuenta en X de la Revista Semana:

El general (r) Jorge Luis Vargas, ex director de la Policía Nacional y candidato a la Alcaldía de Bogotá, alertó que en los diálogos de paz con el ELN y disidencias de las Farc, se estaría negociando el desmonte de la Policía. Los detalles en este video. <http://semana.com> (@RevistaSemana, 11 de octubre del 2023)³⁰.

³⁰ El contenido de las publicaciones usado durante en el documento se copia fielmente de la plataforma, razón por la cual puede contener errores ortográficos o gramaticales.

En este caso particular, la publicación corresponde a un reposteo del candidato Jorge Luis Vargas que se hace eco de una entrevista concedida a la revista en la que afirma: “*tenemos información* de que en el proceso de paz con el ELN y con las Farc, se está negociando desvertebrar, desarticular la Policía Nacional y convertirla en policías locales, eso sería fruto de esa negociación que sería gravísimo para el país” (Vargas, citado en Semana, 11 de octubre del 2023. *Cursivas añadidas*). La publicación no aclara quienes son los sujetos implicados en el “tenemos”, tampoco menciona a la fuente de la información, por lo que no es descabellado considerar que su opinión se está haciendo pasar como noticia. No obstante, esta es una de las publicaciones del perfil del candidato que logró mejores estadísticas: 132 comentarios, 1000 reposteos, cantidad igual de “me gusta” y 39000 reproducciones.

De este modo, los titulares sensacionalistas se convierten en herramientas poderosas para captar la atención y moldear la percepción del usuario sin necesariamente proporcionar una comprensión completa y contextualizada de la información. En lugar de fomentar un debate informado y reflexivo, esta práctica puede contribuir a una cultura de consumo rápido de noticias y opiniones, donde los usuarios se quedan con impresiones superficiales en lugar de explorar los temas en profundidad³¹.

A esto hay que sumar el hecho de que, a pesar de su capacidad para ofrecer una experiencia envolvente, la plataforma es abrumadora debido a la cantidad de información y discusiones que se presentan simultáneamente. Este entorno, muchas veces caótico y volátil, puede resultar asfixiante, especialmente en artefactos móviles donde la interfaz compacta y la alta densidad de contenido intensifican la sensación de sobrecarga informativa. Así pues, la experiencia de inmersión se ve afectada negativamente por esta sobreabundancia de estímulos que puede dificultar la participación efectiva en conversaciones significativas.

Este tema estaba intrínsecamente relacionado con la dinámica de mensajes cortos originaria. Con un límite inicial de 140 caracteres, que se ha ampliado a 280 para cuentas gratuitas y hasta 25000 para cuentas premium, las publicaciones son la unidad mínima de la arquitectura, su piedra angular. Los cambios en la cantidad de caracteres han modificado profundamente la naturaleza de la plataforma y puede llegar, por un lado, a cortar o detener

³¹ Hay que mencionar también que el problema no es solo de la plataforma, si el usuario se dirige al video mencionado no encuentra elementos suficientes de contexto que le permitan diferenciar lo que parece una denuncia, “el candidato alertó”, de la opinión que tiene el candidato sobre las negociaciones con este grupo armado.

el flujo de mensajes (lo que supondría cierta resistencia a la rapidez e ingravidez de los textos en un momento en el que la atención es un bien de gran valor) y, por otro, a hacer la experiencia menos atractiva para el resto de los usuarios.

Si bien las publicaciones largas incorporan mayores elementos de análisis, su impacto y alcance son limitados en comparación con publicaciones breves y concisas (aunque imprecisas y sensacionalistas). Esta tendencia se evidencia en el perfil del candidato a la alcaldía de Bogotá, Nicolás Ramos, quien siendo uno de pocos que le apostó a la discusión y difusión de su plan de gobierno en X/Twitter no tuvo mucho éxito. Sus publicaciones más extensas son inversamente proporcionales al número de interacciones y a su alcance. Como sucede con la siguiente publicación:

#DEBATE| ¿Quién me demuestra lo contrario? ACERCA DE LA PAZ ACERCA DEL “BIENESTAR GENERAL” nuestro soporte filosófico y político es “EL PRAGMATISMO COMUNITARIO” La izquierda, derecha y centro se centra en el supuesto “bienestar general” ...Para el “pragmatismo” Los resultados del “bienestar general” son los que juzgan la efectividad de las políticas. Para el “comunitarismo” el reconocimiento de la comunidad antes que el “yo” es indispensable para implementar las políticas. Aquí la deliberación ciudadana es esencial. 1. Revolución Francesa (Rey Luis XVI) y el rey acabó hasta sin cabeza (derecha e izquierda se dividieron en el veto del REY, unas sillas) 2. Centralismo - descentralismo (independencia) de donde nace los liberales y conservadores, según la distribución del poder en el territorio. 3. Guerra Fría (profundización concepto económico) y aparición del concepto “tercera vía” de aquellos que no comparten la visión derecha - izquierda en el sistema económico. 4. Progresismo vs tradicionalismo (discusión moral de las libertades en sociedad) y entra la discusión del medio ambiente y su explotación. TODOS BUSCAN EL “BIENESTAR GENERAL” sin lugar a dudas... a su manera y a su visión (equivocada o no) ¿Qué pasa en la práctica? Por sus peleas, egos, diferencias e intereses terminan jodiendo al ciudadano de a pie. De ahí: “el Pragmatismo” que busca resolver puntualmente los problemas de la comunidad sin importar los egos... Así que, considero el espectro político tradicional parte del ATRASO de las sociedades modernas. La tecnología y la innovación juegan un papel importante en la nueva discusión de la 5 Revolución Industrial (la IA), puesta al servicio del ciudadano mejoraría su “bienestar general”. Las PAZ co es un ejemplo de ¿cómo se ha jodido el ciudadano de a pie? por su disputa ególatra de los líderes de “izquierda, derecha y tercera vía” (@Nicolas_ramos_b, octubre 2, 2023).

Esta publicación de 1856 caracteres solo logró un comentario, se compartió 5 veces, recibió 13 me gusta, y se visualizó 1101 veces, datos que contrastan fuertemente con otra realizada el 12 de octubre compuesta por 243 caracteres, que se comentó 46 veces, fue compartida por 173 usuarios, reunió 654 me gusta y se mostró en 131900 pantallas.

Basura 🚫 ya no se dice: Ahora es “Recurso Ambiental” ♻️ Economía Circular ❤️ es utilizar al 100% el sistema de recurso ambiental IA para mejorar esquema de recolección y aprovechamiento al 1000% del Relleno Sanitario Nuestra propuesta para Bogotá 🏡🏡 (@Nicolas_ramos_b, octubre 12, 2023).

Otro elemento primordial es el “perfil de usuario”, una página personalizada que representa a cada individuo en la plataforma. Este perfil incluye información básica: foto de perfil, nombre de usuario, publicaciones, seguidores y personas seguidas, está incorporado en la línea de tiempo o *feed* que es el flujo continuo de publicaciones que un usuario ve al ingresar a su cuenta. Este flujo incluye publicaciones de las personas a las que sigue, así como sus propias publicaciones, *reposts* y contenido promocionado. De este modo, un usuario puede ver una mezcla de actualizaciones de amigos, noticias y anuncios de productos. Así luce el perfil de los candidatos Nicolás Ramos y Rafael Quintero Mora (Figura 22 y Figura 23).



Figura 22. Perfil de Nicolás Ramos en X
Fuente: X (2024)



Figura 23. Perfil de Rafael Quintero Mora en X
Fuente: X (2024)

La interactividad en X/Twitter es facilitada por una serie de herramientas como las “menciones”, los “reposteos” y los “me gusta”. Estas herramientas están diseñadas para fomentar la participación y facilitar la comunicación directa. No obstante, la estructura actual puede dificultar el seguimiento de hilos específicos de conversación ya que las interacciones se pierden fácilmente entre reposteos y comentarios. Como veremos más adelante, las menciones en X/Twitter son notificaciones que los usuarios reciben cuando otro participante los incluye en una publicación, mencionándolos directamente mediante el uso del comando @usuario o respondiendo a una de sus publicaciones. Estas menciones facilitan la interacción entre usuarios siendo herramientas efectivas para involucrar a otros usuarios y fomentar la participación en conversaciones (entre otras cosas). Aunque en la mayoría de las ocasiones se use como complemento de un titular sensacionalista, según se evidencia en una de las publicaciones del candidato Jorge Enrique Robledo:

En esta entrevista de mayo de 2011, al lanzarse de candidato a la alcaldía de Bogotá, @petrogustavo explicó que NO continuaría con el metro que ya desarrollaba la alcaldía, porque prefería los transmilenios. (!!!!!) @GustavoBolívar (@JERobledo, octubre 05 del 2023).

Las “menciones” se diferencian de los “reposteos”, en que estos son la opción habilitada para compartir una publicación de otro usuario en la línea de tiempo propia y que puede entenderse como expresión de respaldo hacia el contenido compartido o hacia su autor, o bien, porque se considera contenido relevante para su audiencia o, finalmente, como *estrategia de amplificación* a través de su propia red de seguidores incrementado su alcance y visibilidad.

Ahora, el botón "me gusta", aunque también demuestra cierto grado de identificación con el contenido publicado, ciertamente materializa un gesto simple y rápido que funciona como medida del impacto positivo y alcance. Al ser públicamente visibles pueden influir en la percepción de la popularidad de un contenido. Sin embargo, tiene una connotación menos comprometida pues se muestra aprobación sin necesidad de repostear o responder directamente al contenido. El usuario indica que le gusta o aprueba el contenido, pero de manera “más pasiva” que no necesariamente implica un respaldo completo o un compromiso con la difusión entre su propia audiencia (seguidores).

Otra de las herramientas que más se ha popularizado dentro de X/Twitter es el *hashtag* o etiqueta: palabra o frase precedida por el símbolo #, utilizado para etiquetar temas específicos o crear conversaciones en torno a un tópico común. Al hacer clic en una etiqueta, los usuarios pueden ver todas las publicaciones relacionadas con ese tema. Las etiquetas facilitan la búsqueda y el seguimiento de temas específicos, permitiendo a los usuarios participar en conversaciones de su interés agregando más contenido (ver Tabla 6).

Las tendencias en X/Twitter son temas o etiquetas populares que están siendo ampliamente discutidos en un momento dado. La sección de tendencias muestra qué temas son mencionados con más frecuencia, ya sea a nivel global o local. Esta función mantiene a los usuarios informados sobre los temas más actuales y populares, dirigiendo la conversación hacia los asuntos que capturan la atención del público en tiempo real.

Tabla 6. Etiquetas creadas y utilizadas por los candidatos a la alcaldía de Bogotá

Candidato	Hashtags usados (entre el 01 y el 31 de octubre del 2023)
Gustavo Bolívar	#BolivarTuAlcalde
	#BolivarEnPrimera
	#DisimulenUnPoquito
	#UnCafePorBolivar

Carlos Fernando Galán	#FiccionPura
	#ConvéncemeGalán
Rodrigo Lara Restrepo	#ElDebateDeLaGente
Diego Molano Aponte	#Bogotá
	#DebateBogotaCundinamarca
	#MolanoAlcalde
	#MegaCarcel
	#Seguridad
	#BogotáSinMiedo
Juan Daniel Oviedo	#ConTodaPorBogotá
	#ConOviedoPaLante
	#SonDatos
	#ConOviedoMetroYa
	#VanessaPregúnteleAOviedo
	#Bogotá
	#EsConDatos
	#IA
	#DisneyIA
	#AquíNoParamos
	#ElDebateDefinitivo
	#OviedoEnPrimera
	#ObvioPorOviedo
	#OviedoAlcalde
Rafael Quintero Mora	#29Oct
	#DebateBogotaCundinamarca
	#rafaalcalde
	#elalcaldedelpueblo
	#manoslimpias
	#Bogotá
	#Democracia
	#rafaquinteroalcalde
	#rafaelquinteromora
Jorge Enrique Robledo	#Robledonatón
	#EsTiempoDeBogotá
	#EstoyConRobledo
	#YoVotoRobledo
Nicolás Ramos	#MasAccionesMenosRostros
	#MovidaPolitica
	#TransformarBogotá
	#Ciudad5_0
	#EnemigoDelProgreso
	#DatosReales
	#HumanosPrimero
	#RomperEstructuras
	#PragmatismoComunitario
	#TransformarParaInnovar
	#TransformarBogotá
	#NoMásDeLoMismo
	#InnovaciónFinanciera

	#BogotáFuturo
	#ElPerdedorEs
Jorge Luis Vargas	#Bogotá
	#Medellín
	#AEstaHora
	#FalsaPaz
	#ElGeneral
	#CambioRadical
	#Suba
	#OrdenYSeguridad
	#FelizDomingo
	#Israel
	#SeguridadYOrden
	#JorgeLuisVargas
	#OperaciónAutoridad
	#ElGeneralAlcalde
	#AsíFue
	#ELN
	#PrimeroEnElTarjetón
	#PongamosOrdenEnBogotá
	#ElCandidatoDeLaSeguridad

5.1.3 Yo elijo (sujeto a términos y condiciones)

El algoritmo de X/Twitter es de tipo *open source* (código abierto) y se aloja en *GitHub*, que es una plataforma de acceso pago muy popular entre programadores y desarrolladores. Por su naturaleza, todos los proyectos están a la vista de los suscriptores lo que facilita el intercambio de recursos, la colaboración y la revisión por pares³². Esto no significa que cualquier usuario pueda hacer cambios directamente en el algoritmo, en cambio, los programadores pueden revisarlo, estudiarlo, proponer cambios (que, de resultar llamativos para X/Twitter, podrían ser revisados en detalle por sus equipos oficiales) o clonar el repositorio para realizar pruebas a diferentes escalas.

Aunque para el usuario muchas de las variaciones en el código fuente pueden pasar desapercibidas, los más entendidos en el tema han confirmado que, hasta agosto del 2023, se

³² GitHub (<https://github.com/>) es una plataforma de pago de desarrollo de software anclada a la nube. Desde su fundación en 2008, se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunidad de desarrollo de *software* y es utilizada por millones de desarrolladores en todo el mundo. Esta plataforma permite, entre otras cosas, realizar un seguimiento de los cambios en el código fuente; organizar los proyectos mediante repositorios; solicitar revisiones, hacer comentarios o pedir extracciones de código entre desarrolladores; gestionar proyectos mediante tableros, listas y etiquetas, así como integrarse como otras herramientas y servicios de desarrollo.

habían incorporado 13.000 cambios, los cuales buscan aumentar el compromiso de los usuarios y mejorar la experiencia general en la plataforma³³. Entre los ajustes, se ha puesto mayor énfasis en la personalización del contenido mostrado a cada usuario. Enfoque que tiene como objetivo aumentar el tiempo que los usuarios pasan en la plataforma, fomentando una mayor interacción (o la proliferación de las burbujas de información). En cuanto a la integración con servicios de terceros, no solo seguirán siendo actores de peso en X/Twitter, sino que además la plataforma ha ampliado su ecosistema para permitir una mayor interconectividad con otras aplicaciones y servicios incluyendo la posibilidad de compartir contenido de X directamente en otras plataformas y viceversa, apuntando a la interoperabilidad y facilitando la difusión de contenido más allá de los límites de X, cuestión que explica las concesiones que examinamos en el apartado anterior referidas a la privacidad y al tratamiento de datos personales.



Figura 24. Elon Musk anuncia actualización en el algoritmo de X
Fuente: X (2024)

Uno de los cambios más significativos en el algoritmo de X/Twitter es la forma en que determina la visibilidad de las publicaciones. El algoritmo ahora prioriza el contenido que genera más interacción, pero con un enfoque renovado centrado en la calidad y la relevancia del contenido. Se han implementado seis nuevos criterios que incluyen factores como la autenticidad del contenido, la relevancia contextual y la interacción previa del usuario con publicaciones similares. Todo dirigido a reducir la prevalencia de contenido de

³³ Ver: <https://www.genbeta.com/actualidad/x-twitter-ha-introducido-13-000-cambios-su-algoritmo-estos-6-nuevos-criterios-para-dar-visibilidad-a-tuits>

baja calidad o *spam* y mejorar la visibilidad de contenido genuino y relevante. En este punto volvemos a preguntarnos ¿quién decide qué es relevante y genuino?

Un aspecto particularmente controvertido del algoritmo de X/Twitter es el manejo que le da a los discursos de odio e ideologías extremistas, así como el contenido explícitamente violento. A pesar de los esfuerzos por moderar el contenido inapropiado, la plataforma ha sido criticada por no hacer lo suficiente para limitarlo, en parte, porque cada vez es mayor su proporción y mejores los mecanismos por los que se solapa. Los algoritmos de moderación de contenido se han ajustado para detectar y penalizar automáticamente el contenido que viole las políticas de la plataforma, pero estos sistemas no son infalibles y a menudo dependen de reportes de los usuarios para funcionar eficazmente.

De este modo, tanto el entramado formal (políticas de privacidad, términos de servicio, y reglas) como el estético (interfaz) y técnico (algoritmo) se conjugan en un espacio en el que los usuarios encuentran terreno fértil en el que, como veremos a continuación, se despliegan estrategias, modos de ser y modos de hacer con efectos visibles no solo en la plataforma, sino en las relaciones sociales *offline*.

5.2 La cotidianidad de la arquitectura... en campaña

La cotidianidad de una arquitectura con tanto movimiento como X/Twitter es realmente caótica, con la misma velocidad con la que un tema se vuelve tendencia, desaparece para dar paso a otros. En cuestión de minutos todo el flujo de información que se dirigía hacia un punto-tema de la plataforma alzándose cual montaña se disipa y fluye en otra dirección para dejar solo una llanura. Y, aunque en tiempos electorales hay ciertos cambios (como la imposibilidad de escapar a la publicidad política y a la exposición de la vida privada de los contendientes políticos) tanto los mecanismos como las relaciones que hemos establecido en el entorno de X/Twitter no cambian, al contrario, se hacen mucho más visibles y orgánicas. Este apartado da cuenta de las maneras en que las líneas discursivas se conjugan con regímenes visuales para producir marcos de saber – poder.

5.2.1 Encuentra una fórmula y úsala

En el contexto de X/Twitter, los usuarios, inmersos en la lógica de la viralización, despliegan estrategias específicas para capitalizar sus publicaciones. Este fenómeno exhibe

dos modos de hacer recurrentes: en primer lugar, la despreocupación con la que tanto los usuarios en general, como los políticos en particular, hacen afirmaciones sin respaldo o evidencia alguna; en segundo lugar, la consciente inclinación hacia el contenido sensacionalista, que conlleva a una mayor interacción y alcance de las publicaciones. Este desplazamiento gradual pero constante de los límites de lo que es posible o deseable “decir en voz alta” ha generado mecanismos en los que la controversia y el escándalo se convierten en la norma y no en la excepción fácilmente identificable, haciendo aún más difícil su disminución dentro de la plataforma.

¿El resultado?, una dinámica en la cual las patologías de la información (Lim, 2023. Ver Figura 16) sumadas a contenido escandaloso y convenientemente sesgado se convierten en modos efectivos para captar la atención de los usuarios y establecer las agendas del debate público político. Aunque los cambios en la programación del algoritmo apunten a la disminución de estos comportamientos, el ciclo es casi imposible de romper cuando un titular mal intencionado o una información sin suficiente verificación se comparte cientos de miles de veces y, por consiguiente, es evaluada como “genuina” y “relevante” por el algoritmo.

El primer modo de actuación acude a las falacias, es decir, argumentos engañosos o tramposos que emplean la ambigüedad en el lenguaje, la omisión de información relevante o las sentencias absolutistas para inducir a los usuarios a conclusiones erróneas o a aceptar premisas falsas. Estas pueden adoptar diversas formas, como la falacia *ad hominem*, que ataca al argumentador en lugar de refutar su argumento, o la falacia de generalización apresurada que infiere conclusiones generales a partir de casos particulares sin suficiente evidencia, entre otras. Uno de los ejemplos relevantes nos lo ofrece Juan Manuel Galán, hermano del candidato a la alcaldía Carlos Fernando Galán, con la siguiente publicación:

Hoy, **solamente un FRAUDE o una acción violenta** evitaría que @CarlosFGalan llegue a la alcaldía de Bogotá. ¿Lo estarán tramando? (@juanmanuelgalan, 03 de octubre del 2023).

En este caso, la publicación que fue respondida por el también candidato, Rodrigo Lara Restrepo, presentan una situación en la que únicamente hay dos posibilidades de resolución, sugiriendo que si Carlos Fernando Galán no gana la alcaldía de Bogotá fue debido

a un fraude electoral o una acción violenta³⁴. Sin embargo, esta afirmación excluye otras alternativas legítimas y democráticas, como una campaña política efectiva de otro candidato, cambios en las preferencias del electorado o, incluso, la posibilidad (por mínima que sea) de que Carlos Galán decidiera retirarse voluntariamente de la contienda. A esta formulación se le conoce como falacia de falsa dicotomía.

Asimismo, el enunciado puede analizarse a partir de la falacia *ad conditionalis*, en la que una afirmación no puede ser probada ni refutada, porque el hecho no existe. Visto así el enunciado despliega un pensamiento desiderativo en el que se acepta una afirmación solo porque se desea que sea cierta, no porque haya suficiente evidencia para respaldarla (la falta de evidencia sólida para apoyar la afirmación condicional hace que el usuario recurra a sus deseos para aceptarla); o bien, se configuraría como una profecía autocumplida, es decir, si el candidato pierde se declararía que no ganó porque hubo fraude o acción violenta. Al presentar únicamente estas dos opciones extremas, la publicación intenta generar una sensación de urgencia o inevitabilidad en torno al resultado electoral, lo cual es una táctica manipuladora que induce al engaño y genera (¡cómo no!) viralización del contenido.

La segunda estrategia utiliza la emoción vinculada a las filiaciones políticas e ideológicas para multiplicar el alcance de las publicaciones. La indignación, la rabia y los sentimientos negativos provocados por contenido sensacionalista puede llevar a los usuarios a responder directamente a las publicaciones, aumentando así la visibilidad y el alcance del contenido original, lo que no solo amplifica el mensaje inicial, sino que también fomenta un ciclo continuo de interacción y controversia que es esencial para la viralización tanto en X/Twitter como en otras redes sociales.

Este fenómeno ha sido analizado desde la perspectiva de la polarización política en el artículo *La Estrategia del Odio: Polarización y Enfrentamiento Partidista en Twitter Durante las Elecciones a la Asamblea de Madrid de 2021* cuyos resultados apuntan a la existencia de un cripto discurso de odio que se caracteriza por su enfoque en la polarización y la confrontación ideológica, consolidando un imaginario colectivo en el electorado donde

³⁴ Fue la interacción mejor valorada del 03 de octubre en su perfil: logró 90 comentarios, 117 reposteos, 1000 me gusta y tuvo un alcance de 79000 impresiones (cantidad de veces que se muestra la publicación en las pantallas de otros usuarios), aun cuando su respuesta se limitó al uso de un emoji de payaso.

se presentan dos visiones antagónicas y la supervivencia de una implica la destrucción de la otra (Herrero et al., 2022).

Y, aunque la estrategia funciona exitosamente para los fines polarizadores, también lo hace para la viralización del contenido, muy a pesar de sus detractores, pues, acude a la animadversión o al odio como movilizadores de la acción (“comentar”, “repostear”, dar “me gusta”, “compartir”). El tono en el que se emite el enunciado apuntala la estrategia. Al usar tonos descalificadores, insultantes, críticos se está buscando más que adhesión, una avalancha de insultos que garanticen el alcance del contenido y, por tanto, la posibilidad de establecer una agenda mediática funcionando como un *boomerang* que trae de vuelta comentarios críticos, descalificaciones, burlas y reclamos tal y como se aprecia en la siguiente publicación del candidato Diego Molano:

Una luz por Colombia. En este momento se encienden miles de antorchas en protesta contra el **nefasto gobierno** de **@petrogustavo**. Avanzamos para sacar a Bogotá del caos **@jjUscategui @JulUscategui (@Diego_Molano**, 02 de octubre del 2023).

Esta publicación es una de las que más tráfico alcanzó en su perfil. Reúne 2.000 comentarios, 5.000 me gusta y 422.300 visualizaciones. Si bien los números parecieran otorgarle el total beneplácito de la comunidad, al examinar con detalle los comentarios la idea se fractura:

cantando el himno del ejército nacional con libreta de segunda porque la guerra, la barbarie y el genocidio se ordena desde las oficinas de políticos ricos, pero la ejecutan y la sufren los hijos de los pobres. **ustedes convirtieron a los jóvenes que obligan a servir en asesinos** (@lacura_, 02 de octubre de 2023).

Pero al fin que señor **@Diego_Molano**, ustedes dejaron entrar a millones de migrantes sin control alguno, **fueron sectarios con la oposición, esquilmaron a miles de personas con supuestos vuelos humanitarios**, la reforma tributaria dio lugar al estallido social, y permitieron que principales ciudades del país cayeran en manos del ampa, y ¿Ahora encendemos antorchas? **Por favor más respeto y menos hipocresía** (@cmancera33, 02 de octubre de 2023).

Jajajajaja, sobre todo con **el par de hptas de los Uscategui**, los hijos del bandido Jaime, que se robó una de las guacas de Gacha... esos son los prohombres de la campaña del @Diego_Molano (@JavierBarreraA, 02 de octubre del 2023).

De este modo, la violencia discursiva crece y se fortalece detonando una espiral de confrontación y agresividad en línea, acabando de tajo con la atmósfera de plaza pública que idealmente se espera y se promulga en la plataforma. Podemos ver un ejemplo similar en la publicación del candidato de Cambio Radical, Jorge Luis Vargas:

La historia no miente. **La primera línea, auspiciada por Petro y Bolívar se volcó a quemar el país.** Hay quienes perdieron todo por la primera línea que nos sigue atacando. Si algún funcionario cometió delitos, debe caerle todo el peso de la ley. #ElDebateFinal @RevistaSemana (@ElGeneralVargas, 25 de octubre del 2023).

La mayoría de respuestas a este post están lejos de sentir identificación con el contenido:

Si no fuera por la primera línea ustedes los uribistas seguirían comprando latas de atún a 40.000... seguirían pagando subsidios a las cédulas 2222222-11111111-0000000... **Lo que quieren es volver a manejar los recursos para robarse todo y no hacer nada!!!** (@betomastro, 26 de octubre del 2023).

Bajo su mando asesinaron a 13 personas en Bogotá en septiembre de 2020 porque en el CAI de Villaluz, sus subordinados mataron a patadas a un ciudadano, qué eso nunca se le olvide, **paraco asesino hpta** (@sr_armadillo, 25 de octubre del 2023).

Malparido mentiroso. Ustedes disparaban sus armas de fuego contra civiles desarmados. Ustedes pasaron las tanquetas sobre los estudiantes (@elpropiocucuta, 25 de octubre del 2023)

5.3 Líneas discursivas recurrentes

Así como se acude a falacias y se enfatizan tonos con la intención de viralizar el contenido logrando presencia en el debate político, también se despliegan mecanismos que pretenden instituir marcos de saber-poder. El uso recurrente de palabras, ideas, argumentos e imágenes contribuye a ello moldeando la percepción pública y condicionando los límites del debate político. Al repetir y reforzar ciertos discursos, se va sedimentando una narrativa

que transforma opiniones subjetivas en "hechos" aceptados por una parte de la audiencia. De esta manera, el dispositivo X/Twitter no solo amplifica las voces, sino que también moldea y canaliza las formas en que se construye el conocimiento y se ejerce el poder en el espacio "público" digital de maneras tanto contundentes como sutiles. Para el análisis de la siguiente publicación iremos halando del hilo hasta encontrar la línea recurrente:

Reconozco el triunfo de Carlos Fernando Galán y por el bien de Bogotá, le deseo mucha suerte en su gestión. A mis 570.000 votantes y a mi equipo colaborador todo mi agradecimiento. Hicimos política con decencia. Eso nos deja tranquilos. La lucha continúa (@GustavoBolivar, 29 de octubre de 2023).

Las respuestas a esta publicación siguen dos líneas discursivas que responden a marcos ideológicos de referencia opuestos:

Yo, por lo menos, lo quiero ver de ministro... (@haroldpaterrevu, 29 de octubre del 2023)

Jajajajaja no alcanzaron los 570 mil mal olientes (@jorgeborjajp, 29 de octubre del 2023)

Ganamos, hicimos política limpiamente. Siempre mi apoyo don Gustavo ❤️ (@MisiaJodida, 29 de octubre del 2023)

Lo que permite extender la perspectiva de análisis a los siguientes puntos: (i) los simpatizantes de una ideología política, en este caso, de izquierda buscan la reivindicación de las cualidades de sus copartidarios y las expresan en forma de deseo "lo quiero ver de ministro" con la esperanza de que dicho deseo resuene en otros y encuentre difusión. Particularmente este post alcanzó 212 comentarios mayormente en tono insultante y descalificador, como el siguiente:

Aguevado, ya tenemos bastante con una ignorante de vicepresidente, un tuerto vándalo y vicioso bachiller de viceministro y la cuenta sigue, para poner tremendo asno de ministro? (@Rech68, 4 noviembre de 2023)

Apoyados en el deber de cuidar la libertad de expresión como se decreta en sus Términos de Uso, la plataforma legitima el lenguaje descalificador, ofensivo, con claros tintes racistas y clasistas como propio y aceptado dentro de la discusión y del discurso político.

(ii) Se vislumbra el *leitmotiv* de las campañas políticas: "nosotros sí hacemos política de manera transparente", "nosotros sí somos transparentes". Es Importante recordar que

Gustavo Bolívar hizo parte de la coalición "Decentes" en 2017, de ahí que el uso de la palabra "decencia" sea importante en el contexto de la campaña por la alcaldía.

(iii) La asociación directa del espectro político con el estrato socioeconómico como se ve en la frase "570.000 malolientes" en referencia a los sectores populares que, se presume, apoyan mayormente las ideas progresistas y de izquierda. Esta identificación y clasificación de acuerdo con el estatus social se basa en una falacia de generalización apresurada que niega la agencia de los sujetos como actores políticos. Se da por hecho que solo las personas de un estrato socioeconómico bajo podrían considerar la candidatura de Bolívar por ser de izquierda. No obstante, todos los candidatos hicieron presencia, en mayor o menor medida, en barrios y comercios populares.

En este intersticio se vislumbra el efecto de una línea discursiva ya sedimentada: “el pobre espera que el Gobierno le solucione la vida”. Línea alimentada por frases recurrentes como: “la izquierda es una fábrica de pobreza”, “las personas que militan a la izquierda del espectro político son ignorantes porque son pobres y son pobres porque son ignorantes”, “el pobre es pobre porque quiere”. Las siguientes imágenes muestran cómo se fortalecen estos discursos:



Figura 25. Declaraciones de la presidente de la comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso
Fuente: Canal de YouTube del diario en línea Libertad Digital



Figura 26. Imagen que acompaña la editorial de economía en un diario peruano
 Fuente: <https://elmontonero.pe/economia> (2023)

La siguiente línea discursiva recurrente está vinculada a la seguridad con la intención de postular a la “Primera Línea” como un grupo que se mueve en el espectro que va del vandalismo al terrorismo. En ocasiones la referencia esta velada lo que, no solo hace más fácil su diseminación, sino que le da presencia aún en ocasiones en las que el tema es completamente ajeno³⁵:

DENUNCIA PÚBLICA: Hoy se metieron a nuestra sede de campaña y se robaron el computador del gerente de campaña. Entraron a eso, pues no se llevaron nada más. Ya pusimos la denuncia ante la Fiscalía y este hecho se suma a las posibles infiltraciones y seguimientos a distintas campañas a la Alcaldía de Bogotá. Pedimos garantías y celeridad en

³⁵ Aunque el término hace parte de la jerga militar y se utiliza para denominar el lugar en el que un conflicto se está desarrollando con mayor intensidad, su uso se popularizó en los denominados “estallidos sociales” en Chile (2019) y en Colombia (2021) reuniendo bajo esta denominación a grupos espontáneos de personas que, de manera deliberada, se enfrentaban a las fuerzas del orden (Policía y ESMAD en Colombia, Carabineros en Chile) cubriendo sus rostros y utilizando materiales diversos como escudos para proteger a los demás manifestantes. Siendo senador de la república, Gustavo Bolívar, defendió a los miembros de la “Primera Línea” contra lo que consideraba una estigmatización de la protesta social, argumentando su postura crítica frente a la criminalización de los movimientos sociales. En el contexto de su apoyo, Bolívar organizó y promovió donaciones de cascos, gafas y otros elementos de protección para los integrantes de la “Primera Línea”. Este acto fue parte de su esfuerzo por reducir el riesgo de lesiones entre los manifestantes asegurando que pudieran ejercer su derecho a protestar de manera más segura. Aunque esta acción fue controversial y generó críticas de algunos sectores que vieron en este apoyo un incentivo a la confrontación, para muchos manifestantes y defensores de derechos humanos, representó un gesto de solidaridad y apoyo crucial en un momento de alta conflictividad social.

las investigaciones para que se sepa quiénes son los responsables. **Tenemos que proteger la democracia y cuidar a Bogotá** (@CarlosFGalan, 6 de octubre del 2023).

Respuestas:

Viendo el video eso es una campaña política para vender seguridad (@Nostrarmandus7, 6 de octubre del 2023)

Se demuestra una gran NECESIDAD política por ganar Bogotá, entramos en la campaña del TODO VALE, gal ue en las presidenciales. ¡UNÁMONOS! ¡Hay que defender Bogotá!
CarlosFGalan (@yosebasgonzalez, 6 de octubre del 2023).

El robo del computador del jefe de campaña de Galán dentro de su sede fue comentado por tres de los candidatos (Molano, Vargas y Oviedo) de acuerdo con su agenda política. En primer lugar, se capitaliza la sensación de inseguridad de la ciudadanía, luego se señala como posible autor a los "vándalos" de la "Primera Línea" y, finalmente, se reitera la necesidad de un cambio de horizonte en la gerencia de la ciudad. Cada uno sacó la ganancia que pudo. Esta publicación y sus consiguientes interacciones siguen posicionando como narrativa una "Primer Línea" organizada y criminal. Es importante señalar que es de las pocas publicaciones en las que hay interacción por parte de otros candidatos a la alcaldía que, como mencionamos antes, obtuvieron tráfico en sus perfiles y publicitaron su política de seguridad para la capital.

La primera idea que se quiere instalar es que la democracia está en peligro. La "denuncia pública" posibilita un ambiente de empatía y produce deseos de justicia, además, favorece el clima de incertidumbre y miedo entre la población, idea que no es gratuita si tenemos en cuenta que la seguridad es una de las grandes apuestas de los candidatos. El ejercicio de la denuncia moviliza y homogeniza "nadie está a salvo en la ciudad". El eslogan de campaña de Galán es "Bogotá camina segura" de lo que se sigue que lo sucedido es una muestra más de la necesidad de un programa como el suyo. Más adelante en el tiempo, el 14 de octubre se presentó un hecho distinto, pero que sirvió para apuntalar la narrativa de la seguridad y del riesgo que supone "Primera Línea":

Me quieren silenciar porque soy el único que les hace frente. ¿Presidente @petrogustavo qué tiene para decir sobre esto? **Quieren eliminar la única voz que les hace oposición en**

Bogotá. Tanta laxitud de este gobierno con los delincuentes solo provoca amenaza, juego sucio y criminal alrededor de la oposición. Aquí estoy, frente a mi sede y reiterando: voy a salvar a Bogotá del caos, salvaremos a Bogotá del desgobierno de @petrogustavo y del riesgo que representa su candidato @GustavoBolívar. Esos mismos que piden que la @PoliciaColombia no intervenga, son los que avivan estos ataques. Volvieron los mismos que en el “**estallido social**” intimidaron con violencia. Aquí sigo y voy a ser el alcalde de Bogotá para defenderlos del presidente Petro y su candidato Bolívar. #MolanoAlcalde

Las respuestas diseminan aún más la narrativa de una “Primera Línea” criminal:

Mi total apoyo para Usted, Molano. Dejalos que tarde, que temprano todos esos gamines Terroristas de la **primera linea** van a pagar en la Cárcel. (@caliesantipetri, 14 de octubre de 2023).

Sin lugar a dudas la **primera línea** fue activada, esperemos peores acciones y terrorismo en toda Colombia (@Frankzm, 14 de octubre de 2023)

Fue “**La Primera Linea**” de Bobolivar (@ajax2022, 14 de octubre de 2023)

Comparte con la publicación del candidato Carlos Fernando Galán la idea de que la ciudad está sumida en la inseguridad absoluta. Se instala la idea de un régimen de terror que está siendo orquestado por el presidente a quién dirige su primera pregunta, “¿Presidente @petrogustavo qué tiene para decir sobre esto?” en el que se ignora deliberadamente a la primera autoridad de la ciudad que es, en este caso, la alcaldesa Claudia López. Hay un discurso entreverado entre héroe valeroso y mesías: “aquí estoy”, “voy a salvar a Bogotá del caos”, “voy a ser el alcalde de Bogotá para defenderlos del presidente Petro y su candidato Bolívar”.

En las imágenes tomada por las cámaras de seguridad de la sede de campaña de Molano se ve a una persona que lleva la cabeza cubierta por el casco de una moto, lanzando pintura roja a la sede de campaña del candidato. Muchos medios de comunicación como la Revista Semana, Noticias Caracol, Red+, ElTiempo, Potafolio, Infobae, se hicieron eco de lo ocurrido. Las líneas visibles y de saber poder se encuentran aún más vinculadas. Durante octubre la seguridad fue un tema recurrente en noticieros y medios digitales que mostraron

sin pudor día con día imágenes de atracos y asesinatos para instalar la línea de la inseguridad desatada y de una ciudad que requiere de "mano dura" para volver al cauce.



Figura 27. A la izquierda, imágenes de la cámara de seguridad de la sede de campaña del candidato Diego Molano. A la derecha, fotografía del candidato frente a la sede.

Fuente: Modificada de <https://www.eltiempo.com/bogota/video-asi-quedo-la-sede-de-campana-de-diego-molano-tras-acto-vandalico-816157>



Figura 28. Titulares de Noticias Caracol hablando de inseguridad

Fuente: Noticias Caracol (8 de octubre de 2023) <https://acortar.link/pFTORH>

El establecimiento del enemigo “Primera Línea” se venía construyendo desde el inicio de las campañas, el aumento de la sensación de inseguridad y las declaraciones en medios de comunicación (Figura 26) allanaron el camino hacia una narrativa que se concreta en la figura del presidente como defensor de criminales y terroristas:

No podemos permitir que el financiador de la **Primera Línea** llegue a la Alcaldía de Bogotá. A Colombia le dolió, a Bogotá le dolió, a nuestros policías y soldados les dolió. Colombia,

no permitamos que el desgobierno de @petrogustavo y su candidato @GustavoBolivar sigan afectando a Bogotá (@Diego_Molano, 2 de octubre del 2023).

¡No que no! Sigue la activación de los grupos de **Primera Línea** en Bogotá: ahora en Usme. Buscan afectar con violencia, atemorizar a los capitalinos, generar zozobra **como ya lo hicieron en las elecciones pasadas**. Solo con experiencia, carácter y decisión vamos a lograr frenar a @petrogustavo y su candidato @GustavoBolivar (@Diego_Molano, 3 de octubre del 2023).

Repudiable y doloroso el homicidio de Antonio Macías e Ivonne Rubio a manos de Hamás, en un hecho de terrorismo internacional que @petrogustavo ha pretendido soslayar, igual que hace @GustavoBolivar con la **primera línea**. Una vergüenza lo de este gobierno (@ElGeneralVargas, 13 de octubre del 2023).

Hechos reportados en menos de 24 horas en Bogotá. ¿Va a dejar que le impongan los candidatos que permiten esto y más? Piénselo: la **primera línea** y la delincuencia desbordada de hoy, o puede elegir la #SeguridadYOrden. Este 29 de octubre vote #JorgeLuisVargas #PrimeroEnElTarjetón (@ElGeneralVargas, 21 de octubre del 2023)

La **primera línea** cometió delitos muy graves, de terrorismo incluso. Los seguiremos enfrentando mientras cometan acciones al margen de la ley, con toda firmeza. Que no quepa duda. #ElDebateDefinitivo @ELTIEMPO @Citytv @amompotes @darcyquinnr (@ElGeneralVargas, 24 de octubre del 2023).

Enfrentamos la amenaza criminal de la **Primera Línea** apoyada por el Pacto histótico y financiada por el ELN y las disidencias de las FARC que destruyeron los CAI, Transmilenio y el MIO. #MolanoAlcalde #ElDebateFinal (@Diego_Molano, 25 de octubre del 2023).

La actuación de presidente y de algunos de los funcionarios del Gobierno Nacional frente a los hechos ocurridos el 7 de octubre, día en el que Hamás atacó suelo israelí alimentan la narrativa que iguala al presidente Gustavo Petro con un defensor de terroristas³⁶. Como

³⁶ Hamás (acrónimo de Ḥarakat al-Muqāwama al-Islāmiyya, "Movimiento de Resistencia Islámica") fue fundado en 1987 durante la Primera Intifada, un levantamiento palestino contra la ocupación israelí. Aboga por la resistencia armada contra Israel y la creación de un estado palestino islámico desde dos frentes: uno

“respuesta” a dicho ataque Israel ha iniciado lo que ha sido denominado un genocidio por la relatora especial de la ONU para los derechos humanos en los territorios palestinos ocupados, Francesca Albanese, y que se sucede hasta el día de hoy. Este hecho fue comentado por el candidato Rodrigo Lara Restrepo en los siguientes términos:

Como país nos corresponde, desde un punto de vista moral y de Estado, rechazar y repudiar el asesinato alevé de cerca de 600 civiles que estaban desarmados. Matar civiles desarmados para producir un efecto político se llama terrorismo. Colombia, como democracia, debe repudiar el asesinato de civiles desarmados, solidarizarnos con sus deudos y con Israel, Nación afectada por el acto terrorista. No es momento para que el presidente opine sobre los orígenes de ese conflicto (@Rodrigo_Lara_, 8 de octubre del 2023)

Sus palabras tuvieron eco en la plataforma alcanzando 424 “reposteos”, 1.000 “me gusta” 157.600 impresiones y 485 comentarios, como los siguientes:

Caiste, fascista! Una cosa es rechazar el terrorismo de HAMAS y otra apoyar la aplastante reacción de Israel contra un país del tamaño de su finca. Es como justificar el bombardeo Hiroshima+Nagasaki por que el ejército Japonés cogió al Norteamericano "desarmado" en Pearl Harbor (@7rooper, 8 de octubre del 2023).

“... el asesinato alevé de cerca de 600 civiles que estaban desarmados.” No es algo así lo que hace el ejercicio israelí con hombres mujeres y sobre todo niños Palestinos? Los Palestinos no tienen esos derechos? (@wibort, 8 de octubre del 2023).

Entonces nos solidarizamos con los militares, policías, paramilitares y guerrilleros que acribillaron inocentes y que ahora están en las calles volviendo a delinquir pq los amnistiaron? Señor, revísese. La historia no se olvida. Debe ser el soporte para avanzar. #PetroTieneRazon (@JorgeArturoBH, 8 de octubre del 2023).

El candidato se une a las voces que exigen al presidente una condena directa al ataque perpetrado por las milicias de Hamás en territorio israelí. Tanto la publicación como las respuestas visibilizan las líneas desplegadas frente a la situación en la Franja de Gaza. Se

político y otro militar. El 7 de octubre el brazo militar de Hamás llevó a cabo un ataque en suelo israelí que dejó un saldo estimado de 1.200 víctimas y que prendió todas las alarmas ante la escalada de un conflicto de larga data revestido de grandes complejidades territoriales que desbordan el espacio de esta investigación.

anteponen las palabras de rechazo a las llamadas al diálogo, la conciliación y la conservación de la vida de ambos lados; de ello se sigue que hay unas vidas de primera y otras que son prescindibles, pues se equiparan con las de terroristas. La matriz occidental de bárbaros vs. civilizados con la que se leen los conflictos en Medio Oriente favorece al Estado que más ha asimilado el contenido de esa matriz: Israel, único aliado occidental en el territorio.

Los comentarios señalan la flagrante "ironía" del candidato que considera valiosas las vidas de unos y desconoce otras. Su afirmación: "no es tiempo de opinar sobre los orígenes del conflicto" parece legitimar la violencia que se ejerce sobre el pueblo palestino, dado que las causas del conflicto no son importantes. Otros comentarios señalan que no existe ni en el candidato ni en otros personajes públicos una condena similar ante la "aplastante" respuesta de Israel, por lo que la palabra "hipócrita" se repite como intento de llamar la atención sobre el valor de la vida de civiles desarmados sin importar en qué lado de la frontera se encuentren³⁷.

Otros comentarios le recuerdan al candidato Rodrigo Lara que en Colombia se cometieron 6.402 asesinatos de civiles desarmados que fueron presentados ilegítimamente como bajas en combate por el Ejército Nacional y los políticos pertenecientes al espectro político de la derecha no los condenaron en su momento. Los comentarios contraponen a la narrativa de "ciudadanos desarmados" la situación de los ciudadanos gazatíes que se encuentran en la que ha sido denominada por organizaciones de derechos humanos y medios de comunicación como "la prisión al aire libre más grande del mundo". Una de las teorías sobre el ataque afirma que Israel tenía conocimiento de los movimientos de Hamás y no han hecho nada para evitar el ataque, dado que el impacto de este no solo consolidaría las relaciones entre Israel y sus aliados occidentales, sino que también le permitiría, por un lado, desviar la mirada de su propia crisis interna por causa de la reforma política y, por otro, tener el camino libre para seguir adelante con la "limpieza étnica" que se lleva a cabo en la Franja de Gaza.

El dispositivo es una máquina para hacer decir y para hacer callar. Se calla frente al genocidio, se habla en defensa de la barbarie para mantenerse alineado con el régimen de

³⁷ De acuerdo con los datos publicados por el diario El País a 31 de octubre del 2023, 8.525 ciudadanos fueron asesinados en el marco de la legítima defensa, de los cuales 3.542 eran menores de edad. Véase: <https://elpais.com/internacional/2023-10-31/guerra-entre-israel-y-gaza-en-directo.html>

verdad en el que (i) el conflicto apenas inició el 7 de octubre con el ataque de Hamás y no como una respuesta de este último a la represión, violencia y desplazamiento forzoso del pueblo palestino durante décadas y, (ii) Israel solo está usando su derecho a la "legítima defensa". La materialización (línea de visibilidad) más contundente es el veto ejercido por Estados Unidos en tres ocasiones distintas para anular la propuesta del alto al fuego inmediato en Gaza.

En una publicación posterior es el candidato Carlos Fernando Galán quien se suscribe a la narrativa con la siguiente publicación:

Presidente, prudencia y responsabilidad. Usted debe representar a 50 millones de colombianos. Aún está a tiempo de rechazar los actos terroristas de Hamás y hacer un llamado a proteger la población civil Palestina, en el marco de Derecho Internacional Humanitario. No es momento de hacer activismo, las relaciones diplomáticas se deben manejar con prudencia y no a punta de trinos. Esto puede ser muy costoso para el país (@CarlosFGalan, 15 de octubre del 2023).

Que entra en tensión/resistencia con las respuestas:

¿Israel sí puede manejar la diplomacia a punta de trinos? Usted es tremendo bobo (@YoAlejoV, 15 de octubre del 2023)

Usted està atrazado de noticias. El presidente a las 24 horas del ataquè condenò el.acto terrorista de Hamas, y tambièn condenò todo lo que ha hecho Israel en el pasado y presente. L histeria colectiva fomentada por los medios vendidos no es un factor que el presidente tenga que considerar en sus declaraciones. Ademàs ya emitiò un pronunciamiento oficial hace mas de 24 horas (sic) (@TbeCproject, 15 de octubre del 2023).

Pedir Prudencia y silencio frente a un Genocidio que están transmitiendo en IG ??? Eso dice mas de ustedes que de Petro. No me parece problemático que no nos manden más Yairs Kleins (julianadiazfra1, 15 de octubre del 2023).

En coyunturas mundiales como esta se hacen más visibles las líneas de fuerza que atraviesan la arquitectura de X/Twitter. El poder se manifiesta de manera concreta en el discurso normativo y altisonante de "la condena a los actos terroristas de Hamás" por parte de dirigentes políticos y figuras públicas que a su vez se replica en los demás niveles de

presencia dentro de la arquitectura. En este sentido, X/Twitter se transforma en una suerte de escenario teatral en el que las actuaciones de algunos usuarios (lo más reconocidos) son vistas, evaluadas y aprobadas o no de acuerdo con el régimen de verdad establecido. De este modo, el poder inunda las líneas visibles, los discursos, las imágenes que se muestran y que etiquetan de antisemita cualquier intento de análisis, de empatía con la contraparte o siquiera de un examen del tratamiento desigual de los seres humanos.

La línea de saber-poder se refuerza con la despersonalización del conflicto: mientras que el mundo entero conoció el nombre de Osama bin Laden y su rostro fue impreso incluso en juegos de cartas para los soldados estadounidenses, el rostro de los líderes de Hamás es deliberadamente sacado de foco y sus nombres obviados³⁸. Esta asimetría en el trato produce y reproduce una cadena argumental según la cual *todos* los palestinos son aliados de Hamás, de lo que se sigue *todos* los palestinos son terroristas lo que, a su vez, favorece la narrativa según la cual “Israel solo está usando su derecho legítimo de defensa”. Toda posibilidad de resistencia se encuentra con el señalamiento de apoyo al terrorismo y el antisemitismo.

5.3.1 Siempre hay aliados

Uno de los grandes debates sobre la autenticidad de los relacionamiento en X/Twitter está relacionado con la presencia de *bots*, esto es, cuentas automatizadas diseñadas para interactuar en la plataforma de manera programada y sistemática. Estas entidades, netamente digitales, pueden ser creadas con diversos propósitos, desde difundir información hasta influir en debates políticos o comerciales. El impacto en X/Twitter radica en su capacidad para amplificar mensajes, manipular tendencias, así como generar la ilusión de consenso o apoyo masivo.

³⁸ Osama bin Laden fue un líder extremista islámico y fundador de Al Qaeda, responsable de planificar y ordenar los ataques del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos. Los medios internacionales jugaron un papel crucial al multiplicar su rostro y nombre a través de coberturas extensas y frecuentes, convirtiéndolo en un símbolo global del terrorismo y asegurando que fuera reconocido en todo el mundo.



Figura 29. Pantallazo de interacciones poco auténticas que favorecen al candidato Nicolás Ramos
Fuente: X, 2023

Ciertamente el desafío frente al despliegue de estas entidades radica en la dificultad de su identificación, su comportamiento se ha cualificado hasta el punto de pasar desapercibido especialmente en interacciones masivas donde pueden integrarse de manera casi invisible. Sin embargo, en cuentas pequeñas, su identificación se hace más sencilla. Esto fue justamente lo que sucedió durante el desarrollo del tercer objetivo específico. En la recolección de las interacciones en el perfil del candidato Nicolás Ramos se identificaron algunos comportamientos “poco naturales” en los comentarios. En principio el uso de un lenguaje cuidadosamente estructurado de acuerdo con los cánones de gramaticales de morfología, sintaxis y semántica, poco común en las interacciones en línea y menos aún en las conversaciones de X/Twitter (ver Figura 29). Luego, el uso de comillas (“”) algunas veces de apertura, otras de cierre y en algunos casos de apertura y cierre. Y, finalmente, interacciones con contenido idéntico como respuesta a las publicaciones del candidato (ver Figura 30).



Figura 30. Pantallazo que evidencia comentarios exactamente iguales
Fuente: X, 2023

Al revisar con detalle las cuentas involucradas en este comportamiento se identificaron 14 perfiles con las siguientes particularidades: (i) se han unido a X/Twitter durante octubre de 2023 (mismo mes de la investigación); (ii) solo siguen la cuenta de Nicolás Ramos; y, (iii) su contenido se reduce al “resposteo” de las publicaciones del candidato.

6. ENTRE EL DESEO Y LA COACCIÓN



Figura 31. Refinando el dispositivo. Desde Twitter hasta X.

Fuente: Freepik

*El deseo no cesa de efectuar el acoplamiento
de flujos continuos y de objetos parciales
esencialmente fragmentarios y fragmentados.*

El deseo hace fluir, fluye y corta
Gilles Deleuze y Félix Guattari (1972, p. 11)

Dado que el objetivo principal de esta investigación fue interpretar la manera en que X/Twitter como Arquitectura Virtual se convierte en un dispositivo productor de subjetividad, iniciamos considerando que la plataforma, en cuanto que espacio pensado, planificado y reglado, sugiere modos de *ser* y *hacer* dentro de sus límites. Nos propusimos

desentrañar poco a poco la estructura y los efectos que produce a partir de un análisis escalonado en el que incluimos sus componentes constituyentes poco tenidos en cuenta en las investigaciones de redes sociales, a saber, políticas de privacidad y tratamiento de datos, términos de servicio, reglas interfaz y algoritmo.

En este primer momento dimos cuenta, por un lado, de la relación asimétrica entre X/Twitter como compañía digital prestadora del servicio que diseña y hace cumplir las “reglas del juego” y los usuarios quienes aceptamos, en la mayoría de las ocasiones, de manera inconsciente las reglas que dirigen la Arquitectura Virtual. Razón que posibilita, entre otras cosas, el diseño de mecanismos que hemos denominado *agujeros de gusano*, es decir, intersecciones momentáneas entre dos espacios (en este caso digitales) por las que fluyen datos, tanto privados como públicos, y que alimentan la gran maquinaria del *capitalismo de la vigilancia* mediante la monetización del excedente conductual.

Se trata de un procedimiento que ha cambiado por completo el funcionamiento de la red marcando el tránsito de la *reinversión del excedente conductual* –descrita por Zuboff (2021) como el uso de los datos residuales de nuestras interacciones en el ciberespacio para el perfeccionamiento de la velocidad, la precisión y la relevancia de los resultados (Figura 32)– al *capitalismo de la vigilancia* como una “lógica económica parasítica en la que la producción de bienes y servicios se subordina a una nueva arquitectura global de modificación conductual” (Zuboff, 2021, p. 9).

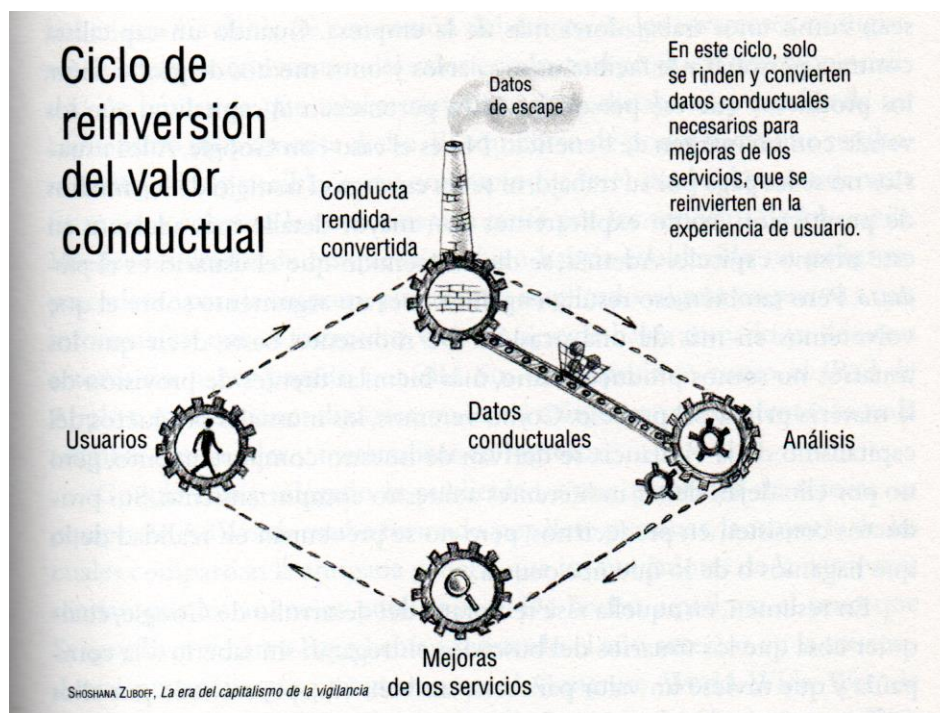


Figura 32. Ciclo de reinversión del valor conductual

Fuente: Zuboff (2021, p. 101)

Por otro lado, señalamos las inconsistencias en el discurso altisonante de la libertad de expresión como estandarte de las democracias occidentales y, por tanto, objetivo primordial de la plataforma publicitado tanto en su entramado formal de documentos como por su dueño y CEO, Elon Musk, poniendo sobre la mesa preguntas como ¿dónde se traza el límite discursivo? O, ¿cuál es la línea divisoria entre la moderación del discurso y la censura?

En la segunda fase nos dirigía la pregunta ¿cómo afecta la arquitectura subyacente las interacciones en X/Twitter? Esto con plena conciencia de los niveles de confrontación y violencia presentes en la plataforma, así como de la existencia de actores no humanos: *bots* y cibertropas. Nos interesa evaluar cuáles son los efectos de la arquitectura en términos del establecimiento de relaciones sociales entre personas cuya subjetividad, es decir, su manera particular de ser y estar en el mundo (del cual hace parte la dimensión digital) están permeadas por ideas de realidad sostenidas por discursos que podrían ser fabricados o impuestos mediante la cimentación de líneas decibles y visibles (constituyentes del dispositivo) que van colonizando el imaginario colectivo.

Para esto utilizamos la coyuntura política de las elecciones de alcalde de Bogotá (2024 – 2027). Durante el mes de octubre seleccionamos y acopiamos la publicación diaria con más

interacciones hecha por cada uno de los nueve candidatos, así como respuestas de otros actores en la plataforma. Su análisis dio cuenta de patrones de interacción, despliegue de estrategias de desprestigio, uso de los recursos de la plataforma, así como de la presencia de cuentas automatizadas (*bots*) para ganar visibilidad. La estrategia mayoritariamente usada por los candidatos fue la confrontación directa particularmente a la figura del presidente Gustavo Petro (el 77% de los candidatos acudieron a ella) haciendo comentarios críticos o descalificadores de su gestión al frente del país.

En la fase final del análisis articulamos los resultados con ejemplos de interacciones de respuesta a las publicaciones de los candidatos comprobando, nuevamente, la predilección por la agresión verbal hacia los candidatos y hacia los pocos comentarios en favor de la publicación original. De este modo, los resultados de la investigación muestran (i) X/Twitter es una arquitectura que ha sido pensada, planificada y remodelada para responder al deseo (cuestión que se desarrollará en seguida) de existencia de un espacio ambiguo que permita el despliegue de una arena propicia para la disputa por el establecimiento de un discurso hegemónico; (ii) esta cuestión se solapa bajo la narrativa de la libertad de expresión; (iii) esta conjunción de circunstancias lleva inevitablemente a una exacerbación de la polarización, el odio, los hechos alternativos y la posverdad; (iv) visto de esta manera funciona como un dispositivo de subjetivación en el que las líneas decibles y visibles de saber poder se configuran y reconfiguran constantemente sirviéndose de mecanismos como las tendencias de la plataforma.

En la confrontación con otras investigaciones y con teorías preexistentes encontramos que este complejo entramado de relaciones comparte elementos con desarrollos conceptuales como “las cámaras de eco” o “los filtros burbuja”, pero que no llegan a explicarlo en su totalidad. Así las cosas, a continuación, dedicamos un apartado a detallar este aspecto y a proponer el deseo como elemento complementario en el examen.

6.1 Cámaras de eco, filtros burbuja y ... ¿deseo?

Como se ha mencionado anteriormente, de los resultados de la investigación emerge un elemento que resulta clave en la consolidación de las estrategias interactivas y el papel que cumple la Arquitectura Virtual en X/Twitter: la movilización del deseo. Al entrar este componente en la ecuación transforma y complementa teorías fuertemente sustentadas como

las *cámaras de eco* o los *filtros burbuja* que han hecho aportes invaluable a la comprensión de los fenómenos interactivos en línea. El concepto *cámara de eco* tiene sus raíces en el estudio de la comunicación y la sociología. Se popularizó en el contexto de la polarización mediática y política. Un punto de inflexión significativo fue la publicación del libro *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment* (2008) de los profesores estadounidenses Kathleen Hall y Joseph Cappella en el que desarrollan el concepto en estos términos:

La metáfora de una cámara de eco captura las formas en que los mensajes se amplifican y reverberan a través de los medios de opinión conservadores. Sugerimos que son espacios mediáticos acotados y cerrados que tienen el potencial de magnificar los mensajes transmitidos en su interior y *aislarlos de la refutación* (p. 76. Cursivas añadidas. Traducción propia).

En otras palabras, describe la tendencia de los usuarios a consumir información y comunicarse dentro de un entorno en el que sus ideas y creencias existentes se refuerzan constantemente sin ser desafiadas por perspectivas opuestas. Esto puede suceder en diversos entornos mediáticos, incluidos los tradicionales y los digitales, donde los participantes seleccionan y filtran “activamente” la información que consumen. Sin embargo, las dinámicas observadas en esta investigación refieren un fenómeno absolutamente distinto en el que los usuarios *salen* de su cámara para confrontar las perspectivas que les son contrarias. Lo que indica cierto reconocimiento de su existencia y un decidido interés de eliminarlas, no de ignorarlas.

Esto se manifiesta fehacientemente en las interacciones tomadas de los perfiles de los candidatos que se han ubicado en los extremos del espectro político: Gustavo Bolívar y Diego Molano. El primero al ser el candidato oficialista se ha granjeado no pocos adversarios. Aunque presenta las mejores estadísticas del estudio –el 67% de las publicaciones de la muestra supera los 1000 comentarios y reacciones de “me gusta”–, la mayoría critican su decisión de renunciar a un cargo de elección popular con argumentos falaces que no encontraron asidero al anunciar su candidatura a la alcaldía, lo atacan por su cercana relación con el presidente Gustavo Petro o descalifican su profesión de libretista, frente a la siguiente publicación los comentarios confirman este proceder:

El que miente en campaña miente gobernando. El que hace alianzas con sectores políticos corruptos, gobierna con la corrupción. El que por ambición vende el alma al diablo para salir elegido, gobierna sin alma. Por eso gobiernan mal y se olvidan d la gente. Están pagando favores! (@GustavoBolivar, 3 de octubre del 2023).

Las respuestas fueron:

Que buena descripción del **gobierno Petro** (@Danielbricen, 01 de octubre del 2023).

Está escribiendo su autobiografía? Eso no tendrá éxito como el de "Sin tetas no hay Paraíso". Usted **pagando favores a Petro** quien gobernó a Bogotá mal y con quien usted hizo alianzas diabólicas en campaña para proteger y sacar de la cárcel a su Primera Línea. A eso se refiere? (@PachoChazosYo, 4 de octubre de 2023).

La mejor descripción hasta ahora, de como Petro llegó a la presidencia y cómo está gobernando, entre corruptos y sin alma. Y quien paga las consecuencias? Todos, sus votantes y los que no votaron. #PetroColombiaLeQuedoGrande (@Molly2397, 4 de octubre de 2023).

Igual situación se presenta con el candidato Diego Molano, ex ministro de defensa (2021 - 2022) del gobierno de Iván Duque quien es fuertemente atacado justamente por su gestión frente a uno de los ministerios más importantes del país (ver Figura 33). Los comentarios a sus publicaciones, en la mayoría de las ocasiones se utilizan para recordarle sus actuaciones más reprochables al frente de esta cartera como sucede con la siguiente publicación:

Votemos a conciencia por una mejor Bogotá para nuestros hijos, nuestros seres queridos. ¡Reconstruyamos Bogotá! #Bogotá #MolanoAlcalde (@Diego_Molano, 19 de octubre del 2023).

Las respuestas reflejan este hecho:

Conque autoridad moral habla de bienestar para los hijos cuando a estos usted los bombardea, los desaparece, los neutraliza (@galeano_ra, 22 de octubre del 2023).

Nuestros hijos? Ya le pregunto a los padres de los hijos que usted bombardeo, si confiarían la seguridad de ellos en sus manos manchadas de sangre inocente? (@7Iggo, 19 de octubre del 2023)

Jajajajajajajajajaja que cinismo, usted dio órdenes para asesinar a niños y los llamo máquina de guerra. Bogota y Colombia no perdona eso (@Jorge_Rojas_Ac, 19 de octubre del 2023)

El patrón se repite con siete de los nueve candidatos (por su limitado reconocimiento público, tanto Nicolás Ramos como Rafael Quintero se encuentran al margen) y se extiende más allá del contexto colombiano. Durante el ataque perpetrado por Hamás en Israel el pasado 7 de octubre, hecho que fue monetizado mediáticamente (excepción hecha de Juan Daniel Oviedo y Rafael Quintero que no se pronunciaron) los comentarios a las publicaciones hechas, tanto por los candidatos, como por medios de comunicación nacionales y extranjeros, fueron atacados sistemáticamente sin importar la perspectiva que mostraran. Esta dinámica indica que, contrario a lo que afirman Lombana, Vallejo, Gómez y Pino, a saber, “los miembros de las cámaras de eco no tienen la oportunidad de escuchar y dialogar con argumentos, que desafíen sus sesgos y valores” (2022, p. 2) coincidir en el mismo espacio (un post o un perfil particular) no posibilita el diálogo o exposición de argumentos, porque no hay intención de hacerlo: la idea no es escuchar al otro, es atacarlo e intentar anular o eliminar su capacidad de expresión. Aunque es cierto que los comentarios de los usuarios los ubican fuera de sus cámaras de eco, las publicaciones que comparten y respостean sí se inscriben dentro del nodo ideológico de su preferencia, hecho que refuerza la idea del deseo como disparador de la acción.



Figura 33. Caricatura Diego Molano “son solo máquinas de guerra”
Fuente: usuario de X @rodaselprofe (2024)

Por su parte el concepto de *filtro burbuja*, fue introducido por el activista de Internet Eli Pariser en su libro *The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding from You* (2011)³⁹, y en él describe cómo los algoritmos personalizados en plataformas digitales crean entornos informativos *únicos* para cada usuario, basándose en sus preferencias y comportamientos pasados. Esta personalización constante, si bien práctica, limita la exposición a perspectivas diversas, reforzando sesgos existentes y creando una visión del mundo más estrecha:

La nueva generación de filtros de Internet observa las cosas que parecen gustarte —las cosas mismas o las que les gustan a las personas como tú— e intenta extrapolar. *Son máquinas de predicción cuyo objetivo es crear y perfeccionar constantemente una teoría acerca de quién eres, lo que harás y lo que desearás a continuación.* Juntas elaboran un universo de información único para cada uno de nosotros —lo que he llamado una “burbuja de filtros”— que en esencia altera nuestra manera de encontrar ideas e información (Pariser, 2017, pp. 9-10. *Cursivas añadidas*).

³⁹ En español fue traducido en 2017 por Mercedes Vaquero bajo el nombre *El Filtro Burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*, esa es la edición que se cita aquí.

El autor caracteriza la burbuja como un espacio unipersonal e invisible en el que el usuario se separa de todo y de todos estando a merced del algoritmo:

En primer lugar, estás solo [...] tú eres la única persona dentro de tu burbuja. En una época en la que el intercambio de información es la base de la experiencia compartida, la burbuja de filtros actúa como una fuerza centrífuga que nos separa. [...] En segundo lugar, la burbuja de filtros es invisible [...] Como no has elegido los criterios según los cuales las páginas filtran la información que entra y sale, resulta fácil imaginar que la información que pasa por un filtro burbuja sea imparcial, objetiva y verdadera. Pero no lo es. De hecho, desde dentro de la burbuja es prácticamente imposible ver lo sesgada que es (Pariser, 2017, p. 10).

Nuevamente el concepto describe solo parte de los hechos, pues con los cambios que ha sufrido el algoritmo de X/Twitter el fenómeno descrito por Pariser se ha modificado significativamente. La plataforma ahora emplea algoritmos más sofisticados que no solo personalizan el contenido basado en preferencias pasadas, sino que también utilizan inteligencia artificial *para predecir y moldear futuras interacciones y comportamientos de los usuarios*. Además, el algoritmo no solo considera los "me gusta" y reposteos, sino que también analiza patrones de interacción más sutiles, como el tiempo de visualización, la velocidad de desplazamiento y las interacciones con diferentes tipos de contenido. Este enfoque predictivo podría ampliar la burbuja para incluir contenido disruptivo para el usuario si esto mejora su compromiso (tiempo de permanencia y actividad) en línea que, en consecuencia, podría aportar a la polarización y la exacerbación de las interacciones hostiles.

De este modo, la investigación muestra que los usuarios no solo conectan con nodos ideológicos que afirman sus convicciones, sino que, además, buscan activamente confrontar creencias e ideas opuestas y esto porque la plataforma moviliza el *deseo*. En su obra *Anti-Edipo: Capitalismo y Esquizofrenia* (1983), Deleuze y Guattari conceptualizan el deseo como una fuerza productiva; contrario a la lectura del deseo como ausencia de lo deseado, le reconocen una energía que crea conexiones y produce realidades: “El deseo no es una carencia, no es un afán, una demanda, es, por el contrario, producción, producción real, deseante” (Deleuze y Guattari, 1983, p. 26).

En esta perspectiva X/Twitter es más que un espacio de reforzamiento pasivo de ideas, de hecho, se convierte en un entorno dinámico donde la interacción conflictiva desempeña un papel crucial en la producción de afectos y efectos otorgando agencia a los

usuarios que, más allá de recibir pasivamente el eco de sus creencias actúan y trabajan activamente en su establecimiento hegemónico (esto es, la tan socorrida *batalla cultural*). Así las cosas, las confrontaciones podrían ser leídas como una agencia colectiva (lo que no necesariamente significa alineación con la idea del “deber ser” del sujeto político) sostenida en líneas discursivas que marcan lo decible y lo visible en X/Twitter.

En este marco, las confrontaciones son luchas por establecer un régimen de verdad, en el que se imponen unas narrativas y se desacreditan otras, las de los *otros*, generando un campo de fuerzas en oposición donde lo que se pone en juego es la hegemonía de un régimen de saber-poder porque “el poder produce realidad; produce dominios de objetos y rituales de verdad” (Foucault, 1977, p. 194). El deseo entonces adquiere una importancia superlativa que aporta un elemento más a la discusión de los intrínquilis de la construcción y devenir de las Arquitecturas Virtuales. En este orden de ideas, proponemos como movilizadores del deseo a los bots y a su agrupación en cibertropas, como mecanismo eficiente de articulación de discursos y reequilibrio constante en la plataforma.

6.2 ¿Alguien me escucha? *Bots, Trolls y Cibertropas*

Una de las preocupaciones en el campo de las redes sociales que más ha ganado terreno –y con razón– es que las conversaciones en plataformas como X/Twitter estén siendo dominadas por *bots*, llegando incluso al punto de que las interacciones sean mayoritariamente entre entidades automatizadas. La presencia y el impacto de *bots* y cibertropas en plataformas de redes sociales como X/Twitter ha suscitado creciente preocupación debido a su capacidad para manipular la percepción pública y promover agendas políticas específicas. Aunque X/Twitter ha informado que las mejoras en sus sistemas de detección han bajado la tasa a un 5% su existencia puede llegar a distorsionar la realidad, amplificar voces extremas y silenciar a voces moderadas o disidentes creando una atmósfera de polarización y desconfianza, donde los usuarios no pueden distinguir fácilmente entre información genuina y manipulación⁴⁰. En palabras de Ferrara, Varol, Davis, Menczer, y Flammini:

El futuro de los ecosistemas de las redes sociales podría apuntar ya hacia entornos donde la interacción máquina-máquina sea la norma, y los humanos naveguen en un mundo poblado

⁴⁰ Llama mucho la atención que este tema no se aborde en los documentos más importantes de la plataforma sus Políticas de Privacidad y los Términos de Servicio.

principalmente por bots. Creemos que hay una necesidad de que los bots y los humanos puedan reconocerse mutuamente, para evitar situaciones extrañas, o incluso peligrosas, basadas en suposiciones falsas de interlocutores humanos (2017, p. 9).

Por otra parte, según la investigación del Oxford Internet Institute (2020), se ha identificado la presencia de cibertropas en X/Twitter en más de 80 países a nivel mundial, donde son utilizadas para difundir desinformación y simular apoyo popular a ciertos candidatos o posiciones políticas. Esta manipulación busca influir en la opinión pública y puede desequilibrar la representación de diversas perspectivas en el debate público. El estudio destacó, además, el uso de técnicas de amplificación artificial por parte de las cibertropas, que incluyeron la generación automatizada de “reposteo”, “me gusta” y “comentarios”. Estas técnicas crean la ilusión de que ciertos temas o posiciones tienen un respaldo abrumador en la opinión pública, lo cual puede distorsionar significativamente la percepción pública y afectar la formación de opiniones informadas.

La investigación corrobora resultados previos, como los de la Universidad de Indiana (2020), según los cuales entre el 9% y el 15% de las cuentas activas en Twitter eran bots diseñados para influir en las conversaciones y en las tendencias de opinión pública. En este contexto, afirmaban, la presencia de bots y cibertropas no solo plantea desafíos para la integridad de los debates democráticos, sino que también evidencia la necesidad urgente de desarrollar y mejorar herramientas de detección y mitigación, para lo cual solicitaban políticas y regulaciones que promovieran tanto la transparencia como la autenticidad en las interacciones en línea, especialmente en periodos electorales y contextos políticamente sensibles.

Si bien se sospecha que en los regímenes autoritarios el uso de bots es una estrategia común usada para sofocar la disidencia y promover la propaganda estatal, lo que no significa que las transparentes democracias occidentales estén a salvo⁴¹. En el ámbito corporativo, las empresas también se sirven de estos programas para gestionar su reputación en línea, contrarrestando críticas y promocionando una imagen positiva. Ahora, aunque los resultados

⁴¹ Un caso notable es la interferencia en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, donde bots y cibertropas vinculados a entidades extranjeras difundieron propaganda y desinformación influyendo en la opinión pública. Estas acciones no solo atacaron a los candidatos, sino también a la percepción de la legitimidad del proceso electoral, sembrando dudas y divisiones.

de nuestra investigación apuntan efectivamente a confirmar estas ideas, también nos permite señalar su papel como actores movilizadores del deseo, agentes que, con su comportamiento crean afectos y efectos visibles y medibles en la plataforma.

Desde esta perspectiva asumimos que las cibertropas cumplen un doble rol: como fuerzas de ataque contra *discursivos otros* (identificados mediante la configuración de su algoritmo) y como defensores de los intereses de sus programadores. Los bots pueden difundir propaganda, generar noticias falsas, acosar a usuarios y manipular tendencias en redes sociales. Las cibertropas coordinan estas actividades, a menudo bajo la dirección de estados, empresas o grupos políticos. Siguiendo el punto de vista sobre el deseo de Deleuze y Guattari, los bots y cibertropas podrían considerarse como vehículos que canalizan y materializan los deseos de cierto grupo de usuarios lo que se traduce en un complejo campo de acciones auténticas ligadas a otras previamente programadas.

Si bien es necesario profundizar en el deseo como elemento clave en la configuración y cimentación de las líneas constituyentes del dispositivo, la investigación muestra posibilidades de abordaje futuras mediante un desarrollo conceptual más robusto. Asimismo, la investigación presenta limitaciones relacionadas con los constantes y, en ocasiones, pequeños cambios en la documentación de las políticas de privacidad (versiones en inglés y en español) que cambian continuamente, aun cuando se mantenga la fecha de entrada en vigor. Los cambios en su algoritmo, imposibles de abarcar en su totalidad dado que suman hasta la fecha 13000 y que podrían materializarse en cambios imperceptibles en la experiencia del usuario o en la usabilidad de la plataforma, también limita nuestra comprensión, así como la volatilidad de la información y el constante reequilibrio de fuerzas en la plataforma debido a las tendencias o al uso de etiquetas.

Aunque en el primer capítulo se expusieron las condiciones que posibilitan la existencia de algo como el ciberespacio y que este se espacialice en Arquitecturas Virtuales como X/Twitter, resulta impajaritable realizar estudios que extiendan los ejes de análisis fuera de esta profundizando, por ejemplo, en los vínculos existentes entre la plataforma, su dueño, sus otras empresas, sus propias identificaciones ideológicas y el hecho de que la plataforma no genere ganancias importantes y aun así uno de los empresarios “más experimentados” la haya comprado en efectivo por 44000 millones de dólares –no sin el préstamo de 13000 millones que comprometen su patrimonio con siete bancos distintos–.

7. PUNTOS DE LLEGADA ¿O DE PARTIDA?



Figura 34. Fotograma del capítulo Nosedive (Black Mirror)
Fuente: <https://lwlies.com/articles/black-mirror-nosedive-review/>

Nuestra conducta, otrora inobservable, ha sido, declarada un recurso que cualquiera puede tomar gratuitamente, convertirlo en su propiedad particular, y usarlo y rentabilizarlo según le plazca. Ese proceso incluye la creación de unas “nuevas formas contractuales” que nos vincularán en unos determinados sentidos que habrían sido imposibles de no haberse producido las declaraciones de desposesión originales del capitalismo de la vigilancia

Shoshana Zuboff (2021, pp. 297-298)

La presente investigación postuló que X/Twitter, en cuanto Arquitectura Virtual, es un dispositivo de subjetivación, es decir, despliega mecanismos mediante los cuales los usuarios internalizan normas, maneras de ser, movilizan deseos y actúan en función de la

realidad a la que se han inscrito de acuerdo con las líneas decibles y visibles de saber-poder que legitiman diariamente.

Con el objetivo de interpretar la manera en que X/Twitter se configura efectivamente como un dispositivo de subjetivación se diseñó una investigación escalonada que permitiera profundizar en cada uno de los elementos constituyentes de la Arquitectura Virtual (Políticas de Privacidad, Términos de Servicio, Reglas, Interfaz y Algoritmo) así como señalar su papel en la constitución de una línea fuerza –libertad de expresión– acompañada de acciones (interacción, afirmación, divulgación). Para esto elegimos un espacio-tiempo coyuntural en el que podríamos comprobar la existencia de unas líneas fuertes de saber-poder. De este análisis recogemos a continuación algunas conclusiones.

X/Twitter no nace como dispositivo, llega a serlo mediante una serie de procedimientos no necesariamente premeditados que van alineándose poco a poco con una estrategia mayor. Esto implica que la plataforma, en su concepción inicial, no fue diseñada con un propósito específico de control o influencia. Sin embargo, con el tiempo, los diversos elementos y funcionalidades se van organizando y perfeccionando para servir a una agenda más amplia que responde a las dinámicas emergentes del entorno digital y físico, a los discursos políticos y económicos hegemónicos convirtiéndose en un espacio de disputa.

La arquitectura se organiza y se "afina" de acuerdo con las interacciones de los usuarios, intentando satisfacer sus demandas y, de este modo, engancharlos con la plataforma mientras se atraen a otros actores. Este proceso de ajuste constante asegura que la plataforma se mantenga relevante y atractiva para una base de usuarios en expansión. La capacidad de adaptación y personalización en función de las interacciones del usuario es crucial para mantener el interés y la participación, facilitando un ciclo continuo de retroalimentación y mejora.

Así, concreción, rapidez, cantidad, inmediatez y difusión producen una experiencia de usuario diferente en comparación con otras plataformas. Estas características únicas de X/Twitter generan un entorno en el que la información se propaga con una velocidad y alcance sin precedentes, haciendo que las discusiones y los eventos adquieran una dimensión global instantánea. Si bien X/Twitter no es de las plataformas más usadas, tiene un impacto tan contundente en las discusiones públicas mundiales que es casi imposible escapar de su presencia, dado que es usada como fuente primaria de información tanto en medios de

comunicación digitales como tradicionales. Este impacto se debe a su capacidad para influir en la agenda pública y en la formación de opiniones a nivel mundial, convirtiéndola en un referente inevitable en el ecosistema informativo actual.

Cada uno de sus componentes –Términos de uso, Políticas de Privacidad, Reglas, Interfaz y Algoritmo– cumple una función dentro del entramado estando bajo el control absoluto de la empresa. Los Términos de Uso y las Políticas de Privacidad establecen las reglas del juego, definiendo lo que los usuarios pueden y no pueden hacer, y cómo se manejarán sus datos. Estas reglas son fundamentales para el funcionamiento de la plataforma ya que proporcionan un marco legal operativo.

La interfaz, por su parte, está diseñada para maximizar la usabilidad y la interacción, guiando a los usuarios a través de una experiencia optimizada que facilita la participación y el consumo de contenido. La presentación visual y la disposición de elementos en la plataforma son cuidadosamente pensadas para mantener a los usuarios enganchados y fomentar la creación de contenido. Cada componente de la interfaz está diseñado para promover un uso intuitivo y eficiente, mejorando así la experiencia general del usuario y contribuyendo a la retención y el crecimiento de la base de usuarios.

El algoritmo es una excepción en términos de control absoluto, ya que podríamos considerarlo un ejemplo del despliegue de un poder que no controla sus efectos. Una vez programado, el algoritmo “funciona” por sí solo, “tomando decisiones” y ajustándose en función de los datos que recibe. Esto significa que, aunque X/Twitter diseña y ajusta el algoritmo los resultados finales pueden ser impredecibles y a menudo escapan al control directo de sus creadores. El algoritmo actúa como un “agente autónomo” dentro de la plataforma, influenciando la visibilidad del contenido y la experiencia del usuario de maneras que pueden ser difíciles de anticipar y controlar completamente.

Todo ello configura un espacio de disputa en el que se despliegan diferentes estrategias para hacerse con la viralidad y pelear por la imposición de perspectivas hegemónicas. En este contexto, las plataformas como X/Twitter se convierten en campos de batalla donde diferentes actores buscan maximizar su influencia y visibilidad. La competencia por la atención de los usuarios lleva a la adopción de diversas tácticas diseñadas para captar y mantener el interés, lo que puede incluir la manipulación de información y la explotación de emociones intensas para lograr una mayor difusión.

En este punto se pone en tensión la libre expresión, la moderación y la censura. Este equilibrio es difícil de mantener y a menudo genera controversia, ya que las decisiones de moderación pueden ser vistas como censura por algunos grupos. La lucha por definir los límites de lo aceptable en el discurso público es un aspecto clave de la dinámica de poder en estas plataformas.

Para mostrarlo detallamos tres estrategias. Primero, el aumento de alcance a partir del uso de falacias y tonos particulares: las falacias lógicas y los tonos emotivos son herramientas comunes para captar la atención y persuadir a los usuarios. Segundo, el uso del odio o la animadversión como disparador de la acción es otra táctica efectiva, ya que las emociones negativas pueden motivar a los usuarios a compartir y reaccionar con mayor intensidad. Y, tercero, el establecimiento de líneas discursivas recurrentes que legitiman acciones o posiciones ideológicas radicales a partir de sesgos o exclusiones. Estas narrativas pueden crear y reforzar burbujas de filtro y cámaras de eco, donde las ideas radicales se normalizan y se legitiman a través de la repetición y la exclusión de perspectivas opuestas.

Por lo anterior se discutió la necesidad de incluir el deseo como parte de los análisis de fenómenos como las cámaras de eco y los filtros burbuja. El deseo juega un papel crucial en la formación y sostenimiento de estas estructuras, ya que los usuarios buscan activamente la confirmación de sus creencias y la pertenencia a comunidades afines. Comprender cómo el deseo impulsa la participación y la difusión de contenido en estas cámaras de eco es esencial para desarrollar una comprensión más profunda de su funcionamiento y sus efectos en la opinión pública.

Asimismo, es importante examinar el verdadero papel de los *bots* y las *cibertropas* en el debate público desde su doble rol de ataque y defensa. Los *bots* pueden ser utilizados para amplificar mensajes, inundar el debate con contenido específico y manipular la percepción pública de ciertos temas. Las *cibertropas*, por otro lado, operan de manera más organizada y estratégica, coordinando ataques y defensas en función de objetivos políticos o ideológicos. Estos actores pueden influir significativamente en la dinámica del debate público, afectando la visibilidad y la legitimidad de diferentes perspectivas.

Analizar cómo el deseo, los *bots* y las *cibertropas* interactúan en el ecosistema digital es fundamental para entender las complejas dinámicas de poder que caracterizan el discurso en línea. Estos elementos, juntos, configuran un entorno donde las narrativas pueden ser

manipuladas y donde las estrategias de comunicación juegan un papel crucial en la formación de la opinión pública.

7. 1 Concreción del dispositivo

Foucault utiliza el concepto *dispositivo* para referirse a un conjunto de discursos, instituciones, leyes, medidas y decisiones que determinan el modo en que se configura la realidad social, económica, política y cultural. Aunque la lectura foucaultiana pudiera parecer anacrónica para tratar este tema, en realidad, es una herramienta valiosa para describir fenómenos cuyas implicaciones son distintas dado el alcance y la naturaleza del espacio en el que se desarrollan. Como explica Foucault (1977), los dispositivos son mecanismos de poder que regulan la conducta y las interacciones de los individuos en la sociedad. En el contexto de las redes sociales, estos dispositivos no solo influyen en la forma en que se comunican y organizan las personas, sino que también moldean las opiniones y las percepciones públicas a través de la difusión masiva de información y la creación de discursos hegemónicos.

Los dispositivos no son estáticos, al ser justificados como necesarios para alcanzar fines mayores (libertad de expresión, libertad de mercado) se organizan de cierta forma y se modifican constantemente, lo que redundará indefectiblemente en los procesos de subjetivación. El deseo apunta al dispositivo por su afección y afectación a los usuarios. El dispositivo se encarna *en* y habla a través de la arquitectura. Los resultados de la investigación nos llevan a considerar la pertinencia de proponer a X/Twitter como un dispositivo que produce subjetividad en el que se entretejen líneas visibles, líneas decibles y líneas de saber-poder en distintos niveles⁴².

El dispositivo X/Twitter funciona porque innegablemente tiene un lugar preponderante en la discusión política y se ha insertado como un objeto cultural. Los mismos medios de comunicación tradicionales y los usuarios se han encargado de poner a X/Twitter en un lugar de privilegio difícil de socavar. Si las conversaciones más urgentes siguen acudiendo a este medio como única posibilidad de alcance y discusión estamos presenciando

⁴² La investigación no tiene la intención de mostrar un antes y un después de los sujetos. Como se mencionó en la introducción comprendemos la subjetivación como un proceso continuo e inacabado que no se pausa cuando el sujeto está *online*, por otro lado, los efectos en la plataforma se han mostrado ampliamente en investigaciones precedentes.

un “diálogo de sordos” en el que todos hablan, pero a nadie le interesa escuchar, por ello los ataques, generalmente, son a líneas decibles marcadas con anterioridad (la homologación del estrato socioeconómico con la militancia política, la “Primera Línea” como grupo criminal, Petro como aliado de los terroristas) y no en el despliegue de un medio horizontal de discusión y conversación.

Al leer la descripción del dispositivo que ofrece Michel Foucault, se nos presenta una arquitectura compleja de discursos y acciones que producen cuerpos sujetados. Foucault menciona dispositivos como la escuela, la cárcel, el hospital, la fábrica y el cuartel, y explica que estos no están aislados, sino que forman parte de una estrategia más amplia. Esta estrategia está orientada al disciplinamiento, por lo que se concreta en la producción de sujetos conformes a las normas sociales y económicas.

Dentro de este marco, se puede observar cómo la estrategia de la "libre expresión" se presenta como un derecho inalienable que, paradójicamente, puede producir una subjetividad irritable y polarizante. Este fenómeno se manifiesta en una actitud agresiva y extremista que defiende su libertad a través de demandas como la posibilidad de armar a la población civil, la libre empresa sin restricciones, y la eliminación del Estado, favoreciendo la riqueza y la acumulación ilimitada de recursos. La discusión sobre la libre expresión, analizada desde la perspectiva del dispositivo foucaultiano tiene el efecto de la negación de aquello que le es contrario, abriendo la puerta, entonces, a la negación del calentamiento global, de hechos históricos y de crímenes actuales contra la humanidad, negaciones que a su vez facilitan la avanzada del neoliberalismo.

Al profundizar en estas conexiones, encontramos que el mercado desempeña un papel crucial en esta dinámica. Por ejemplo, Elon Musk, con sus intereses en la Amazonía, provee antenas satelitales a mineros ilegales, evidenciando la intersección entre intereses corporativos y la explotación de recursos naturales. Además, fondos de inversión como *Black Rock* y *Blackstone*, propietarios de grandes medios de comunicación como el *New York Times*, también influyen en la configuración de las narrativas públicas. En el contexto colombiano, medios como la Revista Semana desempeñan un papel significativo en plataformas como X/Twitter, moldeando la agenda política del país.

Así las cosas, se pone de manifiesto la interdependencia entre los dispositivos de poder y las estrategias económicas globales. La influencia de grandes corporaciones y fondos

de inversión en los medios de comunicación y las plataformas digitales no solo configura las subjetividades, sino que también establece un entorno propicio para la perpetuación del neoliberalismo. La revisión de estas dinámicas nos invita a considerar las implicaciones éticas y sociales de la libre expresión y a cuestionar las estructuras de poder que subyacen a nuestras interacciones cotidianas en el ámbito digital. El dispositivo actúa, pues, en dos vías: (i) se asegura de seguir defendiendo la libertad de expresión como único medio de mantener la democracia; (ii) redefine la democracia como la defensa, incluso violenta, del marco de realidad del usuario.

7.2 Recomendaciones

Esta investigación fue solo un camino para el análisis de X/Twitter como fenómeno social de gran calado. No obstante, puede resultar útil en el desarrollo de investigaciones sociológicas que ahonden en el estudio de los entramados formales de las arquitecturas virtuales (Políticas de Privacidad, Términos de Uso, Reglas) y su vínculo con el establecimiento de relaciones asimétricas en el ciberespacio. En términos pedagógicos, puede funcionar como una guía de reconocimiento del espacio digital de redes sociales tan imbricadas en la cotidianidad juvenil. Finalmente, lo dicho en este documento espera aportar elementos que siembren la sospecha sobre dos asuntos, por un lado, las bondades de la “libertad de expresión”; por otro, la necesidad de mayores controles estatales en el ciberespacio, extremos absolutamente posibles y en la misma medida nocivos.

7.3 Futuras investigaciones

Esta investigación discurre por caminos que aún se encuentran en exploración y que requiere una comprensión mucho más profunda. Los hallazgos obtenidos han arrojado luz sobre el uso de la plataforma X/Twitter en el contexto de las campañas políticas, revelando tanto oportunidades como desafíos en su utilización. A partir de estos resultados, es menester extender la investigación fuera de X/Twitter y, de esta manera, desocultar y describir los mecanismos de emergencia y consolidación de la estrategia. Algunos de esos caminos pueden tomar la forma de preguntas de gran calado tales como:

- *¿Existe ciberespacio público?:* responder a esta pregunta es primordial en términos de dimensionar y frenar la avanzada del capitalismo de la vigilancia (Zuboff, 2021). Al tiempo

puede darnos sobre los efectos de la militarización del ciberespacio por cuenta de los Estados, y su privatización empresarial.

- *Impacto de la Arquitectura de la plataforma*: lo que se presenta es una exploración inicial del entramado formal de una red social, por lo que se hace necesario profundizar en este aspecto.
- *Comparación entre plataformas*: de acuerdo con los hallazgos resulta fundamental un análisis comparativo entre las Arquitecturas Virtuales de redes sociales, sobre todo en su componente formal, es decir, políticas de tratamiento de datos, términos de servicio y reglas.
- *Estudios comparativos internacionales*: realizar investigaciones comparativas entre diferentes contextos nacionales para comprobar la eficacia del dispositivo.

Referencias

- Agamben, G. (2014). *¿Qué es un dispositivo?* Adriana Hidalgo Editora.
- Arrieta, L. (2013). La construcción de los sujetos en el discurso del expresidente Uribe Vélez: un análisis desde las tonalidades valorativas y los actos de habla. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (21), 103-116.
- Arrieta, L. y Avendaño, G. (2018). El discurso del tuit: un análisis lingüístico, sociodiscursivo y sociopragmático. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (32), 107-130.
- Barredo, D., de la Garza, J., Días, D. (2018). La relación entre el consumo de medios digitales, la participación y la eficacia política. Un estudio sobre los jóvenes universitarios en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 945 a 960. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1290/49es.html>DOI: 10.4185/RLCS-2018-1290
- Beaude, B (2013). *Internet, changer l'espace, changer la société*. Éditions fyp
- Braudel, F. (1979). *Civilización Material, Economía y Capitalismo. Siglos XV – XVIII*. Alianza
- Buelga, S., Cava, M., Musitu, G. (2010). Cyberbullying: Adolescent victimization through mobile phone and internet. *Psicothema*, 22 (4), pp. 784-789.
- Buzai, G. (2004). Geografía y tecnologías digitales del siglo XXI: una aproximación a las nuevas visiones del mundo y sus impactos científicos-tecnológico. En *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, Vol. 8, <https://raco.cat/index.php/ScriptaNova/article/view/64014>.
- Buzai, G. (2012). El Ciberespacio desde la Geografía. Nuevos espacios de vigilancia y control global. *Meridiano - Revista de Geografía*. Pp. 265-278.
- Caranto y Ansloos (2021). Indigenous sovereignty in digital territory: a qualitative study on land-based relations with #NativeTwitter. *AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples*, 17(2), 293–305. <https://doi.org/10.1177/11771801211019097>
- Chaparro, J. (2017). *Un mundo digital. Territorio, segregación y control a inicios del siglo XXI*. Universidad Nacional de Colombia. Biblioteca abierta, colección general serie Geografía.
- Chaparro, J. (2021). ¿Telarañas digitales e hiperrealidad? Cavilaciones sobre ciberespacios, proto-cíborgs y realidades aumentadas en espacios públicos. *Revista Electrónica de*

- Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*. Vol. XXV (257). DOI: <https://doi.org/10.1344/ara2021.257.35695>
- De Gagne, J. C., Cho, E., Yamane, S. S., Jin, H., Nam, J. D., y Jung, D. (2021). Analysis of cyberincivility in posts by health professions students: Descriptive twitter data mining study. *JMIR Medical Education*, 7(2) doi:10.2196/2880
- Deleuze, G. (1990). ¿Qué es un dispositivo? En Deleuze, G. (Ed) *Michel Foucault, filósofo*, pp. 155-163. Gedisa.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1972). *El Anti-Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Cactus.
- Del Gobbo, E., Fontanella, L., Fontanella, S., y Sarra, A. (2022). Geographies of twitter debates: Detect public stances on brexit at UK parliamentary constituencies level. *Journal of Computational Social Science*, 5(1), 647-663. doi:10.1007/s42001-021-00143-7
- De Piero, J. (2019). ¿Es posible hablar de subjetividades digitales? *Revista Electrónica de Psicología Política*. pp. 30-40. <https://www.aacademica.org/jose.luis.de.piero/18>
- Dodge, M. y Kitchin, R. (2001). *Atlas of Cyberspace*. Pearson Education Ltd.
- Drulhe, L. (2015). *Atlas Crítico de Internet*. EnsAD. <https://louisedrulhe.fr/internet-atlas/>
- Eccher, C., Hunley, E., y Simmons, E. (2005). *Creación y diseño Web profesional*. Anaya Multimedia.
- Fairclough, Norman. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F. y Flammini. A. (2017). The Rise of Social Bots. *arXiv:1407.5225*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1407.5225>
- Foucault, M. (1977). *La arqueología del saber*. Siglo Veintiuno Editores.
- Foucault, M. (1982). *La hermenéutica del sujeto*. Akal.
- Fragoso, S. (2000). Espaço, Ciberespaço, Hiperespaço. En *Textos de Comunicação e Cultura* 42, p. 105-113. Universidade Federal de Bahía.
- Fuchs, C. (2009). Information and Communication Technologies and Society. A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet. *European Journal of Communication* 24 (1), 69-87.

- Gibson, W. (2002). *Neuromancer*. Minotauro.
- Hajli, N., Saeed, U., Tajvidi, M., y Shirazi, F. (2022). Social bots and the spread of disinformation in social media: the challenges of artificial intelligence. *British Journal of Management* 33(3) pp. 1238 -1253. <https://cronfa.swan.ac.uk/Record/cronfa58271/Details>
- Hall Jamieson, K., y Cappella, J. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.
- Haman M, Školník M, Čopík J. (2022). Colombian political leaders on Twitter during the Covid-19 pandemic. *Lat Am Policy*. 13(1). doi: 10.1111/lamp.12249.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. UOC.
- Herrero Izquierdo, J., Reguero Sanz, I., Berdón Prieto, P., y Martín Jiménez, V. (2022). La estrategia del odio: polarización y enfrentamiento partidista en Twitter durante las elecciones a la Asamblea de Madrid de 2021. *Revista Prisma Social*, (39), 183–212. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4829>
- Holiday, R. (2013). *Confía en mí, estoy mintiendo. Confesiones de un manipulador de los medios*. Empresa Activa.
- Infantas Barbachán, I. (2008). Ciberespacio y mundo virtuales: el caso de Active Worlds. *Perspectiva Geográfica*, 1(13), 105–126. <https://doi.org/10.19053/01233769.1709>
- Internet Society. (2022). Quién lo hace funcionar: El ecosistema de Internet. <https://www.internetsociety.org/es/internet/who-makes-it-work/>
- Jovicic, S. (2020). Scrolling and the In-Between Spaces of Boredom: Marginalized Youths on the Periphery of Vienna. *Ethos*, 48, pp. 498-516. <https://doi.org/10.1111/etho.12294>
- Kitchin, R. (1998). *Cyberspace: the world in the Wires*. Wiley.
- Labio-Bernal, A. & Manzano-Zambruno, L. (2023). 8M Demonstrations, the Spanish Far Right, and the Pandemic in a Hybrid Media System. *Media and Communication*, 11(1), 114-124. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.5991>
- La Rocca, G. y Boccia Artieri, G. (2023). Interpreting the changeable meaning of hashtags: Toward the theorization of a model. *Front. Sociol.* 7:1104686. doi: 10.3389/fsoc.2022.1104686
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Paidós

- Lim, W. M. (2023). Fact or fake? The search for truth in an infodemic of disinformation, misinformation, and malinformation with deepfake and fake news. *Journal of Strategic Marketing*, 1–37. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2023.2253805>
- Lombana-Bermúdez, A., Vallejo Mejía, M., Gómez Céspedes, L. y Pino Uribe, J. (2022). Cámaras de eco, desinformación y campañas de desprestigio en Colombia. Un estudio de Twitter y las elecciones locales de Medellín en 2019. En *Política y Gobierno* (39) 1. <http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/issue/view/82>
- López-Levi, L. (2006). Geografía y Ciberespacio. En Hiernaux, D. y Lindón, A. (Dirs.) *Tratado de Geografía Humana*, pp. 536-553. Antropos.
- Madrigal, C. (2012, 06 de septiembre). How Google Builds Its Maps—and What It Means for the Future of Everything. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/09/how-google-builds-its-maps-and-what-it-means-for-the-future-of-everything/261913/>
- Manovich, L. (2014). *El software toma el mando*. UOC.
- Martel, F. (2014). *Smart: Enquête sur les internets*. Editions Flammarion.
- Medina, R., García, S., y Martínez, H. (2021). Los memes políticos como recurso persuasivo online. Análisis de su repercusión durante los debates electorales de 2019 en España; *Opinião Pública*, 27(2), 681-704. doi:10.1590/1807-01912021272681.
- Mujahid, M., Lee, E., Rustam, F., Washington, P., Ullah, S., Reshi, A., Ashraf, I. (2021). Sentiment analysis and topic modeling on tweets about online education during covid-19. *Applied Sciences (Switzerland)*, 11(18) doi:10.3390/app11188438
- Novak, M. (1991). *Liquid Architectures in cyberspace*. Disponible en: https://www.evl.uic.edu/datsoupi/coding/readings/1991_Novak_Liquid.pdf?fbclid=IwAR0tsA5wQa0XhI2EKf1Y5Ki0Meka-G9J_Qk_TLqhl15_sSjChSKgK9yTh7o
- Packer, M. (2013). *La ciencia de la investigación cualitativa*. Universidad de los Andes.
- Pariser, E. (2017). *El filtro Burbuja*. Taurus.
- Pedrero, E., Ruíz, J., Rojo, G., Llanero, M., Pedrero, J., Morales, S., y Puerta, C. (2017). Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): abuso de Internet, videojuegos, teléfonos móviles, mensajería instantánea y redes sociales mediante el Multicage-TIC. *Adicciones* 30 (1) doi: <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.806>
- Perec, G. (2001). *Especies de Espacios*. Montesinos

- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., y Tacchi, J. (2019). *Etnografía Digital: Principios y Práctica*. Morata.
- Pino Uribe, J. F., Gómez Céspedes, L. M., y Lombana Bermúdez, A. (2023). Tuiteando la democracia ¿el poder de 280 caracteres?: desafíos y oportunidades de Twitter (X) para el Estado Abierto. *Reflexión Política*, 25(52), 23–38. Recuperado a partir de <https://revistas.unab.edu.co/index.php/reflexion/article/view/4741>
- Poster, M. (1991). *The Mode of Information: Poststructuralism and social context*. Polity Press.
- Redacción Semana. (2023, 11 de octubre). General Vargas advierte que en las negociaciones de paz con el ELN y disidencias de las Farc “se está negociando el desmonte de la Policía”. *Revista Semana*. <https://www.semana.com/politica/articulo/general-vargas-advierte-que-en-las-negociaciones-de-paz-con-el-eln-y-disidencias-de-las-farc-se-esta-negociando-el-desmonte-de-la-policia/202357/>
- Roach, J. (2018, 05 de junio). Under the sea, Microsoft tests a datacenter that’s quick to deploy, could provide internet connectivity for years. *News Microsoft*. <https://news.microsoft.com/features/under-the-sea-microsoft-tests-a-datacenter-thats-quick-to-deploy-could-provide-internet-connectivity-for-years/>
- Rodríguez, A., y Fernández, A. (2014). Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos. *Acta Colombiana de Psicología*, 17(1), 131–140. <https://doi.org/10.14718/ACP.2014.17.1.13>
- Sabariego, M., Massot, I. y Dorio, I. (2009). Métodos de investigación cualitativa. En Bisquerra, R (Coord.) *Metodología de la Investigación Educativa*, pp. 293-328. La Muralla.
- Sánchez, O. (2023). Subjetividad. Análisis de las subjetividades, los sujetos e identidades aportes a los estudios sociales desde las tesis de posgrado. *Aletheia*, 14(2). <https://doi.org/10.11600/ale.v14i2.716>
- Shirky, C. (2011). The political power of Social Media. Technology, the public sphere, and political Change. *Foreign Affairs*. <https://www.foreignaffairs.com/political-power-social-media>
- Saini, V., Liang, L., Yang, Y., Le, H. M., & Wu, C. (2022). The Association Between Dissemination and Characteristics of Pro-/Anti-COVID-19 Vaccine Messages on Twitter: Application of the Elaboration Likelihood Model. *JMIR Infodemiology*, 2(1), e37077. <https://doi.org/10.2196/37077>

- Soja, E. (2000). *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*. Wiley-Blackwell.
- Tacchi, J. (2019). El estudio de las prácticas. En Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., y Tacchi, J. (2019) *Etnografía Digital: Principios y Práctica*. Morata.
- Valenzuela, C. (2018). Las nuevas espacialidades de la revolución digital. Desafíos, replanteos estructurales y oportunidades para la Geografía. *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*. Vol 22. <https://revistes.ub.edu/index.php/aracne/article/view/26756>
- Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital*, núm. 1: 18-24 (primavera 2002).
- Vercelli, A. y Thomas, H. (2009). Second Life y la reinención de la propiedad privada para los entornos digitales. Análisis sociotécnico sobre la coconstrucción de regulaciones y tecnologías digitales. *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires*. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.
- Vosoughi, S., Roy, D., y Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wallerstein, I. (1974). *El sistema mundial moderno: La agricultura capitalista y los orígenes de la economía-mundo europea en el siglo XVI*. Siglo XXI Editores.
- X. Centro de ayuda (s.f). *Las Reglas de X*. <https://help.x.com/es/rules-and-policies/x-rules>
- X. (2023). *Privacy Policy*. <https://x.com/en/privacy>
- X. (2023). *Terms of Service*. <https://x.com/en/tos>
- Zhang, S., de Jong, M., Gosselt, J. (2022). Twitter as a Technical Communication Platform: How IT Companies' Message Characteristics Relate to Online Engagement. *Technical Communication*, Volume 69 (2), pp. 18-35. <https://doi.org/10.55177/tc657458>
- Zuboff, S. (2021). *La era del Capitalismo de la Vigilancia. La lucha de un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Paidós.

ANEXOS

Dada la diversidad de matrices y sus formatos y en función de facilitar su revisión y lectura, los anexos se encuentran alojados en el siguiente enlace: <https://acortar.link/UEOzdI>