

Encuadres sobre la acción política y las ciudadanías en tiempos de pandemia: análisis del discurso en el perfil oficial en Facebook de la alcaldía de Soacha

LUIS FELIPE NAVARRETE ECHEVERRÍA¹

Resumen

El proyecto de investigación establecía como objetivo determinar el encuadre (teoría de *framing*) de la realidad de los habitantes del municipio de Soacha que se materializa en el discurso de la alcaldía de Soacha en su perfil oficial de Facebook. Retomando elementos del análisis del discurso, se utilizan las herramientas computacionales Ncapture y Nvivo. El proceso permite señalar que se *positiviza* el manejo de la crisis por parte de la alcaldía y se usan recursos que logran disminuir o invisibilizar problemáticas profundas de las comunidades de base; estrategia que se

1 Candidato a doctor en Comunicación, Lenguajes e Información, Pontificia Universidad Javeriana. Docente investigador, Fundación Universitaria Uninpahu, en Colombia. Contacto: l.navarrete@javeriana.edu.co / lnavarreteec@uninpahu.edu.co

asienta en la *dialéctica programada*, la cual busca aumentar una autorrepresentación positiva de la *gubernamentalidad* produciendo representaciones negativas de la ciudadanía.

Palabras clave: Alcaldía de Soacha, Facebook, análisis del discurso, dialéctica programada.

Introducción

En la situación actual de confinamiento, de crisis económicas y sociales aumentadas por la crisis sanitaria, resulta relevante centrar la mirada en los discursos desde los cuales se sustentan las acciones de las instituciones encargadas de regular la gubernamentalidad. De esta manera, el presente proyecto se sitúa en el análisis de discurso de la alcaldía de Soacha, la cual es una autoridad de control en el orden sobre comunidades que, por las desigualdades económicas y sociales, han sufrido fuertemente el impacto de no solo las medidas y la crisis como tal, sino de las regulaciones institucionales, del abandono estatal y de su condición de marginalidad, todo lo cual pone a dichas comunidades en una situación crítica de mayor profundidad. Las medidas de la alcaldía se promueven a través de soportes digitales: las redes sociales se establecen como un soporte donde se materializan los discursos y las órdenes que subyacen a estos. De ahí la decisión de estudiar los discursos en el perfil de la red social Facebook, buscando ahondar en las representaciones, las funciones y, en general, la configuración de agendas y en la manera como convergen o divergen los discursos oficiales y los discursos de las comunidades.

La pertinencia de la investigación se orienta a estimular la problematización sobre la manera como los discursos oficiales representan la crisis sanitaria y las imágenes de la comunidad civil, las maneras como se busca neutralizar la crítica, enmarcar el tratamiento institucional de la crisis e invisibilizar la agudeza de las necesidades de la población. Para la recopilación y la sistematización de datos se usaron las herramientas computacionales (como NCapture y Nvivo).

Marco teórico/antecedentes/conceptos

Las redes sociales digitales han permitido la configuración de nuevos ecosistemas mediáticos, que dan cabida a procesos de representación, percibidos como prácticas discursivas, que inciden en la configuración de opinión pública y de procesos políticos (Valdettaro, 2015, citado por Pérez Zamora, 2017), así como en la potenciación de las posibilidades de interacción entre agentes que antes estaban desconectados, como políticos y ciudadanías (Rodríguez *et al.*, 2017; Zugasti y Pérez, 2015; Mera, 2015; Cifuentes y Pino, 2018; López *et al.*, 2016, p. 112) y en la apertura de posibilidades de organización en el mundo *online* y su incidencia en el mundo *off-line* (Mera, 2015).

Los elementos retóricos se muestran como uno de los espacios específicos de investigación en el ámbito del análisis del discurso. Berlanga *et al.* (2016) analizaron 16 microrredes (200 usuarios de Facebook), donde resaltaron el uso potencial de la metáfora y un uso frecuente de figuras retóricas. Vivas y Rado (2015) se interesaron en la caracterización de las estrategias de (des)cortesía que se da en redes sociales, y enfocaron su

estudio en un comparativo entre Facebook y Twitter, investigación que se orienta a revisar los grados y las modalidades de interactividad, lo que muestra una orientación a la persuasión del receptor (Berlanga y Martínez, 2010, citados por Mancera y Pano, 2014, p. 308).

En la misma línea, Mazzuchino (2019) precisa que los discursos en estas redes sociales se caracterizan por su alto sentido político y argumentativo, aunque operan desde dinámicas cotidianas y polémicas, lo cual hace del humor un soporte poderoso para las críticas que se dan en los comentarios, así como en las respuestas; figuras como la ironía, la sátira y la parodia “gobiernan” en las formas de construcción de los mensajes y aparecen como entrada al debate político.

Pérez Zamora (2017) revisó la manera como los candidatos M. Macri y D. Scioli significaron “el cambio” en sus discursos en Facebook utilizando elementos de la semiolingüística y de las teorías de enunciación, para poder concretar una caracterización sobre las estrategias discursivas usadas para la persuasión de la opinión pública y generar efectos sobre los *paradestinatarios*, o indecisos de los procesos electorales (p. 233).

Por su parte, Rodríguez et al. (2017) caracterizaron el uso de Facebook como herramienta narrativa del debate político entre figuras políticas y las ciudadanías identificando la aparición de nuevos flujos de información, en los que la participación a través de comentarios y reacciones da cabida a nuevas posibilidades narrativas de participación en torno a experiencias en redes digitales sobre la política.

Respecto a la ideología en la red Facebook, Meneses (2019) hizo seguimiento, desde la *netnografía*, a las publicaciones del grupo de Face-

book “Con Mis Hijos No Te Metas”, colectivo que surgió en Perú como una campaña contra el currículo nacional de educación básica, y que utilizó esta plataforma para normalizar desde sus publicaciones la delimitación heterosexual y legitimar formas de *necro-poder* que incidan en el rechazo a la ideología de género.

Castro (2017) se centró en un análisis de la cuenta de Facebook “We are all Khaled Said”, centrado en las piezas visuales producidas en el contexto de la Primavera Árabe, buscando precisar actores, temas y conceptos predominantes que contribuyeron en el movimiento que logró la remoción de Hosni Mubarak. Para ello, formó un corpus de 286 imágenes destacando el papel de publicidad contracultural de resistencias que permite esta red social, así como la conformación de un hilo de registros que se concretaban en dichas piezas.

Acosta (2012) centró su estudio sobre los mecanismos discursivos en torno a la participación política cruzando aspectos del análisis crítico del discurso (ACD) y las teorías de la enunciación, aplicado a un corpus de 100 grupos (en Colombia), viendo las acciones micropolíticas que emergían de dichas comunidades en torno a procesos electorales y destacando que estos escenarios terminan propiciando procesos de manipulación ideológica y polarización, que configuran los estados de opinión.

Guevara y Espinosa (2014) revisaron los comentarios de discriminación que se dieron en las elecciones presidenciales en el Perú de 2011 sobre el candidato Ollanta Humala (y sus electores) extrayendo contenidos del perfil de Facebook “Vergüenza Democrática” que fomentaban la discriminación.

Ante el reconocimiento del poder del lenguaje —y sobre todo, de las elaboraciones, los ocultamientos y la *no inocencia de los signos*—, se evidencia cómo el lenguaje permite exponer, pero también “distorsiona y oculta, que a veces lo expresado refleja directamente lo pensado y a veces sólo es un indicio ligero, sutil, cínico” (Santander, 2011); de ahí que su concreción en el discurso comporte elementos de regulación de poder que “nutren la conciencia colectiva e individual” (Jäger, 2003).

Caracterizar el discurso implica la revisión sobre los actos, el significado y el sentido; allí están insertos conocimientos, dinámicas de interacción, matrices sociales y culturales, como manifestación de las diversas capas que configuran lo social (Van Dijk, citado por Otaola, 1989), que promueve, a su vez, como sentencian Iñiguez y Antaki (1994, citados por Stecher, 2010, pp. 95-96), diversos tipos de relaciones sociales, y hacen que asumamos el discurso como un proceso (Otaola, 1989; Fairclough, 1995) o “práctica social históricamente situada” Stecher (2010, p. 98). Además, la constitución de los discursos acopia signos de diversa naturaleza (Santander, 2011) y que se expanden en dinámicas multimodales (Kress y Van Leeuwen, 2001).

El encuadre (*Frame*)

Al momento de narrar o construir la realidad, nos vemos imposibilitados (o condicionados) de contar la totalidad de los acontecimientos, de allí que lo que presentemos sean versiones, interpretaciones o fragmentos desde los cuales enmarcamos los acontecimientos. La teoría del Frame abarca la posibilidad de detallar la construcción de estos encuadres y se define como “un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de

la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir” (Entman, 1993, citado por Ardèvol-Abreu 2015) y que empiezan a dar mayor prioridad o enfoque a unos temas (Koziner, 2013) mientras otros pierden protagonismo o desaparecen.

Metodología

La investigación se planteó desde un enfoque cualitativo, que permite potenciar el análisis desde dimensiones interpretativas abordando elementos subjetivos desde los cuales se construye la realidad (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Se precisa el análisis del discurso, en tanto permite examinar la producción de sentido, o semiosis, en signos de diversa naturaleza (Santander, 2011), que pueden, incluso, acercarnos a las lógicas del discurso multimodal (Kress y van Leeuwen, 2001), perspectiva que resulta relevante dadas las características de los mensajes y la interfaz que abre producciones que mezclan la imagen el texto, el hipervínculo, la salida a otros lenguajes o perspectivas multimediales e, incluso, el paso a las acciones off-line.

En el desarrollo de este proyecto se usó como herramienta central la aplicación Nvivo, desde la cual se hicieron la codificación y la proyección en la presentación de resultados. Adicionalmente, se usó el programa extensivo de esta aplicación: Ncapture, el cual hizo posible que, de manera automática, se hicieran el barrido y la recopilación de la muestra. El proceso de codificación empezó a desarrollarse sobre los titulares, las imágenes

y los comentarios. Inicialmente se utilizaron códigos como: pobreza, política, inconformidad, ventajas, abandono, desacuerdo, injusticia. Para las imágenes, se utilizaron nominalizaciones de los agentes y se fueron perfilando etiquetas que permitiesen una clasificación de los roles que desempeñaban estos agentes: ayudar, vigilar, registrar, salvar, proveer, defender, atacar, ordenar. Se analizan 300 publicaciones (capturadas con la aplicación Ncapture) y se tomó una muestra de 1240 fotografías que acompañaban las publicaciones de la alcaldía.

Resultados

Desde la codificación, la categoría “política” empezó a relacionarse con las acciones de administración por parte de la alcaldía local, pues mostró se enmarcan en el ámbito de esta categoría las acciones que se vinculan a conceptos como “legalidad”, “institucionalidad”, “gobierno” descentrándose o apartándose de las iniciativas de las comunidades, proyectando una política en el sentido de poder vertical, y no de interpelación o colaboración. Empiezan a desplegarse adjetivos, adverbios, postulados a modo de axioma, que encuadran a los pobladores en el espacio de la dependencia y los nominalizan como pobres; estrategias de creación-producción de la diferencia y mecanismos discursivos para la *subalternización* que posicionan a esos otros —la población— en el lugar de la inacción política, la espera, la dependencia. Situar a la comunidad en el espacio de la pobreza se utiliza más para marcar la distancia de estos actores de la toma de decisión y para realzar la capacidad de acción sobre ellos por parte de la alcaldía.

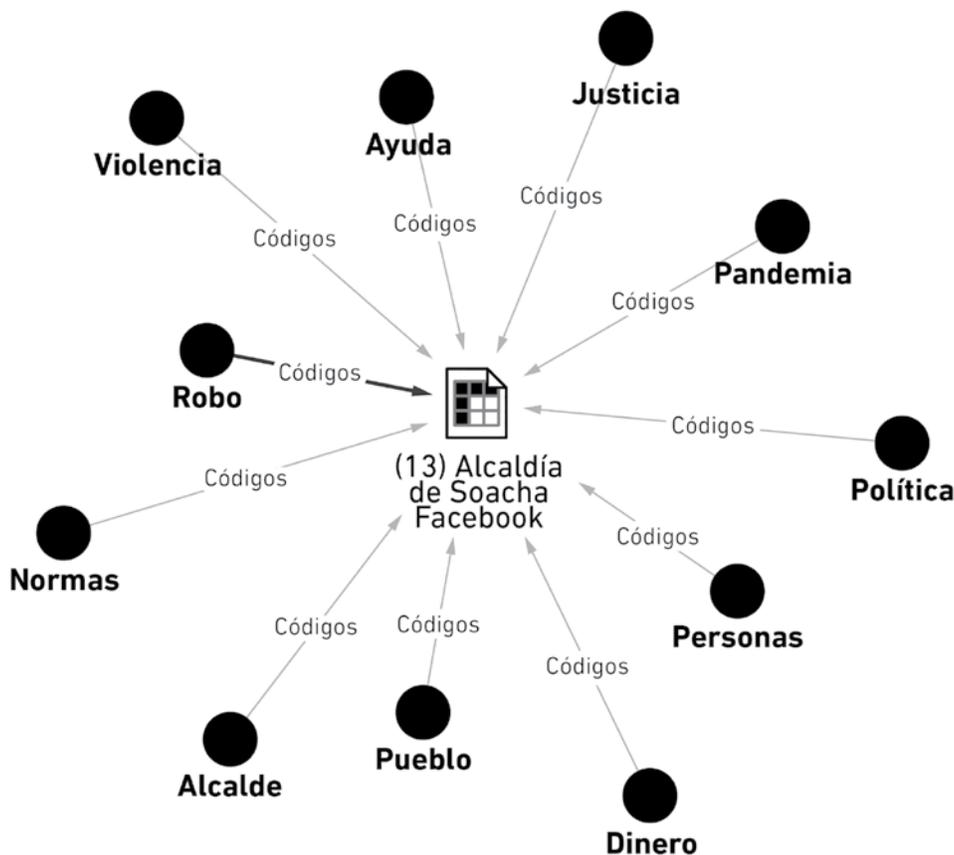


Figura 1. Proximidad temática-agenda. Nvivo.

Fuente: elaboración propia.

En la revisión de las construcciones discursivas se puede hacer una visibilización sobre las distancias de los códigos y su ubicación temática en torno a la agenda planteada por —el perfil de— la alcaldía. La figura 1 muestra los temas de mayor frecuencia y que van consolidando la agenda que construye el perfil y se vuelven los dinamizadores de la opinión pública. Esto permite ver que las comunidades o los usuarios entran en interacción con la alcaldía, pero a partir de los temas que dichos usuarios

En la figura 2 (en un análisis de palabras de mayor repetición en los posts de Facebook, con una frecuencia de 1000) vemos que el énfasis está en una promoción constante sobre la figura del alcalde y la conexión que se plantea con la gestión institucional, lo que da cuenta de un encuadre que, en el plano organizacional, estructura el discurso para “positivizar” las acciones de gobierno, y que va invisibilizando la crisis sanitaria y económica, para hacer énfasis en las intervenciones sobre la movilidad en Transmilenio, el deporte y la administración, y que se desencadena en un ejercicio de adulación que va determinando el rol heroico y salvador del alcalde Saldarriaga —como figura propia de la política—, además de situar que el abordaje central de cualquier tema se hace desde un enfoque economicista, elemento que se muestra como el núcleo de sentido de las acciones de gobierno: revitalizar, normalizar, reactivar... *el mercado*. No aparecen palabras relacionadas con el manejo de la crisis de salud, de políticas de prevención, de tratamiento hospitalario, de desarrollo tecnológico... lo cual desplaza la atención y fija la agenda sobre pilares económicos que desconocen los procesos sociales y humanos.

La codificación sobre palabras y oraciones permite ver las cadenas de coherencia que se estipulan en el discurso oficial. Las tres palabras de partida son: Saldarriaga, Felicitaciones y Vendedores, desde las cuales se extienden desde lógicas secuenciales de sentido, pero que permiten ver: una aparente neutralidad de las cadenas formadas, pero que se hace tendiente a la optimización o la “valoración positiva” del alcalde; que, a partir de las publicaciones, se organiza una serie de necesidades —desde la apariencia de que estas fueron señaladas por los habitantes del mu-

nicipio— y se va mostrando cómo la gestión institucional optimiza las gestiones y soluciona problemas en torno a dichas temáticas. Además, esta secuencialidad, va marcando una estructura de lo que compone lo político: información, ciudadanos, desarrollo, instituciones, familia, deportes, economía, bendiciones.

Otra observación que emerge de esa estructura tiene que ver con cómo la alcaldía logra centrar en calidad de agentes secundarios a los vendedores y, en una aparente interpelación, se va señalando que la gestión administrativa se orientó a normalizar el mercado y acabar la crisis económica subyacente a la emergencia sanitaria (que ya desapareció de la agenda) y aparece como la mayor victoria política y la respuesta efectiva al problema general del municipio. Tal estrategia se apoya en la eliminación de temas fundamentales como la alimentación, la garantía de trabajos con condiciones de ley, el fortalecimiento de la estructura hospitalaria, el cubrimiento de acciones de salud para la población, los protocolos para la reactivación de la vida social; de ahí que las acciones y las decisiones se dimensionen desde el ámbito del triunfo, del festejo, y no desde la problematización, la visibilización de necesidades situadas, etc.

La revisión de la muestra evidencia la centralidad de la autorreferencia; además, de forma paralela, aparecen palabras que se vinculan al orden de la agenda planteada por la alcaldía, en la cual las acciones de gobierno en torno a “economía”, “trabajo” y “desarrollo” se vinculan a calificativos como “oportuno”, “eficaz”, “soluciones” y “comparendos”, lo que afianza el encuadre centrado en la autopresentación positiva y de-

marca la política en el ámbito de la institucionalidad, y no del acuerdo, del diálogo con las comunidades, por cuanto estos aparecen como sujetos de recepción y la participación se reduce al ajuste de las comunidades a las actividades de gobierno, como ejercicio de autopromoción.

La herramienta Nvivo permitió destacar una particularidad, y es que la interacción que plantea esta red digital —y propiamente, este perfil— sigue con lógicas tradicionales de unidireccionalidad: las publicaciones que disparan la discusión son las de la alcaldía y estas suscitan la apertura de opiniones que, desde los comentarios, plantean los usuarios, pero que no se traducen en un ejercicio de interpelación y respuesta por parte del perfil oficial de la alcaldía (casi que replicando el modelo base del “doble flujo de la comunicación”).

En el análisis de las imágenes se enfocó en la codificación, en la identificación de las personas que aparecen, en las funciones y las temáticas. De ahí puede resaltarse la continuidad del enfoque de autopromoción, pues la imagen de mayor frecuencia es la de primer plano del alcalde Saldarriaga. Cuando aparece la comunidad, es en imágenes donde sigue apareciendo el alcalde; se destaca en ellas que los pobladores suelen aparecer sentados y en posición de escucha, o recibiendo algo por parte del alcalde o de la policía. Estas imágenes, en términos generales, van mostrando, “entre líneas”, el rol pasivo de la ciudadanía y el rol de salvador y héroe que provee de todas las ayudas a unos agentes que se complacen y se revitalizan o afirman la función o rol actancial que construye en su “imageniería” la alcaldía.



Figura 3. Imágenes del perfil de Facebook de la Alcaldía de Soacha.

Conclusiones

Como lo sugiere Van Dijk, es relevante analizar la reproducción de imágenes negativas de las comunidades (1993); vemos cómo se marcan, desde el discurso de la alcaldía, las condiciones de dependencia, de desorden, de marginalidad, de los pobladores del municipio; una imagen que sirve para magnificar las decisiones de gubernamentalidad, como dos representaciones que se sitúan en la lógica de la *dialéctica programada* (una de las categorías que emergen y se perfilan para un posicionamiento teórico-conceptual): construir de manera consciente una imagen negativa del

otro, para autoafirmar una imagen positiva de mí mismo y hacer de la producción de la diferencia un mecanismo que afianza el poder de dominar a ese otro negativizado, sustentado ello en mis capacidades positivizadas.

El discurso institucional de la alcaldía de Soacha se concentra en afianzar su función como agente de poder, de dominación, y que encuadra positivamente sus acciones frente a la crisis sanitaria; el uso de adjetivos, la repetición de palabras, los modos de presentación de las imágenes, de las políticas y las demás autorreferencias refuerzan un encuadre que se posiciona, en una estructura de poder vertical, en el eje superior, marcando las distancias con los pobladores. De hecho, el encuadre se complementa con las etiquetas que utiliza dicho discurso para caracterizar a la población recalcando su rol pasivo, de dependencia, donde la producción de la diferencia funciona como estrategia discursiva para garantizar el dominio sobre la comunidad.

El proceso de dialéctica programada tiene que ver con la producción de la diferencia que discursivamente se potencia desde las interfaces digitales y la posibilidad de, refinadamente y de manera encubierta, matizar al otro como diferente, como inferior, lo cual ensancha la distancia de participación de las comunidades en lo político y legitimarían el poder de las instituciones. El “rol heroico” y la “función de salvación” que proyecta en el encuadre de sí mismo la figura política hecha hombre, el alcalde Juan Saldarriaga, la institucionalidad, las normas, los beneficios, siempre van desde un nombre propio, que hacen de la política una individualidad, la cual, desde su acción, se encarga de salvar a los “desposeídos”. Estas

categorías que emergen de la codificación y la interpretación subyacentes a dicho procedimiento pueden ir dando luz a una dimensión para pensar los procesos de subalternización que operan desde los discursos.

Este proyecto de investigación puede contribuir a visibilizar agendas que tienden a mantenerse invisibilizadas y a propender por la reflexión sobre aspectos de la vida que —problemáticamente— buscan normalizarse: la desigualdad, la política no interactiva o que no admite interpelación —que, incluso, nos permitiría hacer aproximaciones críticas a la manera como opera la democracia en Soacha—. Adicionalmente, el diálogo propuesto en los antecedentes permite generar una ubicación (muy concreta y sintética) sobre las rutas de investigación que se proyectan en este campo. A su vez, las categorías de partida proponen una articulación que puede propiciar referencias claras al momento de llevar a cabo este tipo de estudios. Se destaca, dentro de la aplicación de teoría fundamentada, la propuesta de la categoría “dialéctica programada” como concepto que puede ayudar a entender las dinámicas de subalternización desde las prácticas discursivas.

Referencias

- Acosta, G. (2012). Gestión de pasiones y polarización en las redes sociales. *Discurso & Sociedad*, 6(4), 684-719.
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450.

- Berlanga, I., Victoria, J. y Alberich, J. (2016). Facebook y la metáfora. La comunicación retórica en las redes sociales digitales. *UNED Revista Signa* 25.
- Castro, E. (2017). Análisis del discurso visual de Facebook. Un proceso de empoderamiento social y desacralización del poder de Hosni Mubarak. *Estud. Asia Áfr.*, 52(1).
- Cifuentes, C. F. y Pino, J. F. (2018). Conmigo o contra mí: análisis de la concordancia y estrategias temáticas del Centro Democrático en Twitter. *Palabra Clave*, 21(3), 885-916. 10.5294/pacla.2018.21.3.10
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis. The critical study of language*. Longman.
- Guevara, L. y Espinosa A. (2014) Estereotipos y emociones intergrupales en Facebook durante las elecciones generales peruanas del 2011. *Revista Electrónica de Psicología Política*, 13(13).
- Jäger, S. (2003). Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos. En R. Wodak y M. Meyer (Comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 61-100). Ed. Gedisa.
- Koziner, S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1).
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación*. 6 ed. McGraw Hill / Interamericana Editores

- López, M., Páez, J. y Cuellar, A. (2016). El discurso político mediado por ordenadores: análisis del discurso en las cuentas del presidente Juan Manuel Santos y del expresidente Álvaro Uribe Vélez en la red social digital twitter. *Revista Nexus Comunicación*, 110.
- Mancera, A. y Pano, A. (2014). Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador. *Humanidades Digitales: desafíos, logros y perspectivas de futuro. Janus, Anexo 1*, 305-315.
- Mazzuchino, M. (2019). *El discurso político digital: humor y polémica en Facebook*. Departamento Académico de Lenguas, Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- Meneses, D. (2019). "Con mis hijos no te metas": un estudio de discurso y poder en un grupo de Facebook peruano opuesto a la ideología de género. *Anthropologica*, 37(42).
- Mera, M. (2015). *Análisis del ciberactivismo político de las campañas electorales de Augusto Barrera y Mauricio Rodas para alcalde de Quito en la red social Facebook* [trabajo de grado]. UCE, Quito.
- Otaola, C. (1989). El análisis del discurso. Introducción teórica. *EPOS Revista de Filología*, 5. <http://revistas.uned.es/index.php/EPOS/article/view/9656/9202>
- Pérez Zamora, E. (2017). Las significaciones del #Cambio: análisis del discurso político de Mauricio Macri y Daniel Scioli en Facebook. *REA*, 23, 229-243.
- Rodríguez, M., Ruiz, Y., Paino, A. y Jiménez, L. (2017). El uso de Facebook como herramienta narrativa para articular el nuevo diálogo polí-

tico. Estudio de caso de la II Asamblea Ciudadana de Podemos, "Vistalegre II". *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 849-860. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1196/46es.html>
DOI: 10.4185/RLCS-2017-1196

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta moebio*, 41, 207-224. 10.4067/S0717-554X2011000200006

Stecher, A. (2010). El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. Discusiones desde América Latina. *Univ. Psychol.*, 9(1), 93-107.

Vivas, J. y Rado, S. (2015). Estrategias de (des)cortesía en redes sociales: análisis comparativo de Facebook y Twitter. *Sintagma: Revista de lingüística*, 27, 73-87.

Zugasti, R. y Pérez, J. (2015). La interacción política en Twitter: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014. *Revista Ámbitos*, 8-49.