

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



Las prácticas políticas en la comunidad digital de Facebook: @Deslengua2

Trabajo de investigación para optar el grado de Bachiller en Comunicación

Ana Sofia Avellaneda Prieto, Código 20160101

Luis Enrique Barzola San Miguel, Código 20150149

Sergio Marchena Grillo, Código 20132921

Carmen Maria Moreno Vallejo, Código 20160935

Cristian Fabricio Serrano Gonzales, Código 20101286

Sheyla Nohemi Vargas Solis, Código 20131391

Lima – Perú

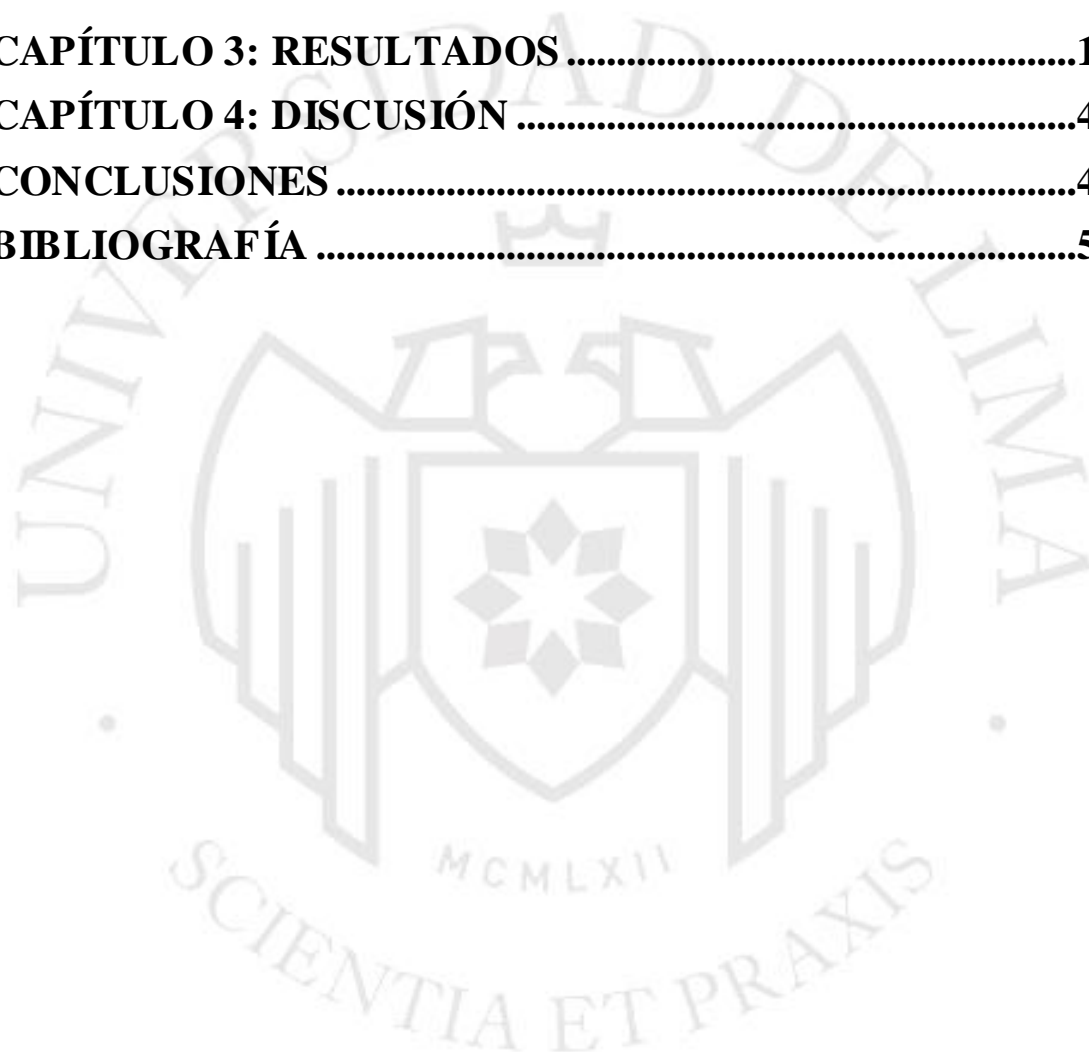
Julio de 2020



**Las prácticas políticas en la comunidad digital de
Facebook: @Deslengua2**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES	4
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA	13
CAPÍTULO 3: RESULTADOS	18
CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN	40
CONCLUSIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	52



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de los actores en las redes sociales.....	8
Tabla 2: Intención del autor.....	11
Tabla 3: Engagement por tipo de publicación	16
Tabla 4: Taxonomía de los signos.....	35



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Primera publicación sobre Milagros Leiva	18
Figura 2: Segunda Publicación sobre Milagros Leiva	19
Figura 3: Cuenta de Deslengua2 bloqueada por Milagros Leiva	23



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: The world's most-used Social Platforms	54
Anexo 2: La Red social favorita.....	55



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo toma como objeto de análisis el fanpage de Facebook llamado “@Deslengua2”, que se define como un medio multiplataforma de sátira política-social y su sello es “lo que se dice acá es tan falso que parece cierto y todo lo contrario” (Deslengua2, 2020). Cabe mencionar que se caracteriza por ser una comunidad nativa que invita a sus miembros a ser reflexivos, a través del humor satírico, sobre información actual de interés social, político y económico del país.

La comunidad digital que analizaremos inició hace más de ocho años en el Portal Web Wix entre amigos comunicadores de la Universidad de Lima que les gustaba escribir sin filtro. Debido a su acogida decidieron explorar otras plataformas. Actualmente, esta página no solo se crea por los propios administradores, sino también por la picardía coloquial de su audiencia que comparten distintos intereses y que también pueden contraponerse a otros y generan un debate.

Esta investigación es relevante dado que busca analizar y resaltar la importancia de los medios digitales para los espacios de información y debate político. Los resultados de los hallazgos también aportarán en determinar la eficacia y eficiencia de las redes sociales en base a esta temática, lo cual será un gran aporte al ser un tema reciente de investigación.

Dentro del ámbito social, se espera describir cómo los individuos (usuarios y fans destacados de @Deslengua2) son los principales actores de la página, ya que, sin las interacciones de éstos, las publicaciones de la página no tendrían el gran impacto que tienen gracias a ellos.

Según el reporte anual de The Global State of Digital (2019) por las plataformas Hootsuite y We Are Social, se estima que el 52% de la población mundial utiliza las redes sociales. En Perú, 11.2 millones de personas tienen cuenta en alguna red social, lo cual representa el 54% de la población entre 8 a 70 años del Perú Urbano. En el caso de Lima, el indicador aumenta a 59%. La red social preferida por los internautas es Facebook. (IPSOS, 2018). Asimismo, en base a un informe reciente (Newman et al.,

2015), aproximadamente el 63% de los usuarios adquieren sus noticias de las redes sociales, estas fuentes de información experimentan la misma dinámica de popularidad que otras formas de contenidos en línea populares como de sátira o memes. Por otro lado, los resultados de Kramer et al. (2014) indican que las emociones expresadas por otros en Facebook influyen nuestras propias emociones, proporcionando evidencia experimental de contagio masivo a través de las redes sociales.

De esta manera, en Facebook, los comentarios pueden ser percibidos como una expresión, un intercambio que se vuelve diálogo entre los actores políticos. (Del Vicario et al., 2017) Además, dentro de un análisis de forma manual por los autores, clasifican los comentarios de una forma de actitudes políticas: actitud negativa, actitud crítica, actitud neutra, actitud exaltada y actitud positiva. Dentro de las actitudes negativas existe: falta de confianza en el país-ciudad, desconfianza en el sistema político; actitudes críticas: desconfianza en las instituciones, desconfianza en los actores políticos tradicionales, desconfianza en actores políticos emergentes; actitudes neutras: no expresa apoyo o rechazo; actitudes exaltadas: apoyo nación-ciudad, es decir, el discurso exalta valores emotivos; y actitudes positivas: apoyo al sistema político, apoyo a instituciones, apoyo a actores tradicionales y apoyo a actores políticos emergentes. (Briceño et al., 2018)

Dentro de este enfoque, el paradigma de la comunicación digital ha cambiado totalmente las características tradicionales de los medios, debido a las plataformas digitales vistas como instrumento democratizador de la información y herramienta de interacción entre diferentes comunidades. (Georgalou, 2016) Las prácticas se van transformando dependiendo del tipo de publicación expuesto por @Deslengua2. Por lo que es necesario analizar las prácticas creadas por los diferentes usuarios de la página y cómo interactúan.

A. Pregunta de investigación

¿Cómo se desarrollan las prácticas políticas de la comunidad digital @Deslengua2 en Facebook?

B. Objetivo principal

Analizar los componentes de las prácticas políticas de las comunidades digitales que interactúan en la página de Facebook @Deslengua2.

C. Objetivos secundarios

- Caracterizar las prácticas políticas en la comunidad virtual @Deslengua2.
- Identificar a los actores sociales de @Deslengua2.



CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES

A partir de la Web 2.0 la comunicación se ha vuelto bidireccional, esto ha generado que aumente la defensa de intereses y derechos, que existan más herramientas para obtener y usar la información, y que esta se pueda compartir y comentar. De esta manera, permiten construir y retener relaciones con distintos grupos por medio de la información, puntos de vista y comentarios (Szwajca, 2017). Las redes sociales se definen como plataformas interactivas por las cuales grupos y personas pueden compartir, crear, discutir y modificar contenido. De esta manera se puede hablar de una democratización de la comunicación, la cual hace referencia a la importancia que han obtenido los individuos y las comunidades en estos medios (Horn, Schulze, 2015). La comunicación digital elimina toda distancia física de los individuos para reemplazarlo por las conexiones digitales y acelera la información hasta el punto de que todo se mezcle con todo. Vivimos en la era de la hipercomunicación, pero no del conocimiento. Así, la pantalla digital causa una zona de bienestar que bloquea la negatividad de lo distinto, para reproducir el yo narcisista como un igual en los sujetos que tienen mucho placer ante lo visual de las pantallas, pues este genera un reflejo de la mirada. (Han,2017).

Sin embargo, la participación online ha permitido configurar un nuevo escenario en torno a la organización de acción, desarrollo de debates y compartiendo ideas en conjunto. Son en estas plataformas por donde se promueve el cuidado de los poderes públicos y la fomentación de la transparencia en la gestión de las distintas administraciones, de esta forma contribuye a la democracia participativa (González, M y García, M., 2016). Entre las plataformas que impulsan la comunicación bidireccional priman las redes sociales: Facebook y Twitter. En estos se puede ver cómo los públicos se reúnen para generar conversaciones (Simcic, 2015). Muchos autores profundizan en Facebook y coinciden en que es una herramienta social que equipa individuos con una multitud de alfabetización y prácticas lingüísticas sobre cómo compartir su información personal, construyendo identidades significativas y forjando reciprocidad (Simcic, 2015; Georgalou, 2016 & Szwajca, 2017).

Por otro lado, estas nuevas tecnologías hacen posible la creación de estos espacios como debate público en el centro de interés informativo sobre problemas sociales que no se ven en medios tradicionales. Es por ello que las redes sociales y páginas webs se han convertido en canales idóneas para el activismo ciudadano, también para presionar a los poderes políticos (González, M y García, M., 2016). En contraste, dentro de estas plataformas virtuales, no existen rituales de integración social entre los usuarios. Los ritos transmiten y representan los valores, creencias o comportamientos cohesionadas a una comunidad porque son percepciones simbólicas duraderas fiables para los sujetos al darles estabilidad en sus vidas, es decir, generan una comunidad sin comunicación, muy diferente a lo que sucede en la actualidad, tenemos una gran comunicación sin comunidad con exceso de datos e información que genera una ausencia de valor simbólico.(Han, 2020)

Una de las características de los actores sociales en Facebook es que están altamente polarizados (Quattrociocchi, Scala & Sunstein, 2016; Georgalou, 2016 & Del Vicario et al., 2017). Los resultados proporcionan evidencias de la existencia de dos cámaras de eco bien segmentadas: los usuarios tienden a centrarse en una narrativa e ignorar al otro. Además, el consumo de la emoción por medio de la comunicación digital intensifica el narcisismo de cada persona, al mismo tiempo que los ritos desaparecen en una sociedad cada vez más digital e individualizada. Ahora, en el mundo digital prima la percepción serial, en vez de la percepción simbólica, se basa en que la persona consume o capta sucesivamente elementos externos, como una noticia tras otra, un post tras otro post, de una sensación a la siguiente, sin finalizar jamás. De esta manera, la percepción serial es extensiva al establecer conexiones entre los sujetos digitales bajo el consumo y producción de información, a diferencia de la percepción simbólica del rito que es intensiva y crea vínculos comunitarios o relaciones corpóreas entre sujetos de manera sólida. (Han, 2020). Tal patrón podría ser impulsado por la forma en que se debaten los contenidos en las páginas, es decir, que coincide con las preferencias de sus propios usuarios y la manera en que estos consumen la información. (Del Vicario et al., 2017)

La polarización crea comunidades en gran parte cerradas, en su mayoría no interactivas centradas en diferentes narrativas, es decir, las cámaras de eco. Las cámaras de eco son estadísticamente similares en términos de cómo las comunidades interactúan con las

publicaciones. (Del Vicario et al., 2016; Zollo et al., 2015a). La difusión de información tiende a ser confinada a comunidades de personas de ideas afines. También se ha encontrado al menos evidencia indirecta de polarización grupal dentro de esas comunidades. Las redes sociales demostraron facilitar la agregación de individuos en comunidades de interés (Quattrociocchi et al., 2016), especialmente cuando la distancia emocional que tienen los usuarios sobre un tema es menor. (Del Vicario et al., 2016; Zollo et al., 2015a).

La polarización está presente porque las personas tienen un punto de vista y buscan un grupo digital que lo avale. Los usuarios muestran una tendencia a buscar y recibir información para reforzar su narrativa preferida y rechazar la información que la socava o desacredita. Las personas usan Facebook para crear enclaves de personas de ideas afines, difundiendo información de maneras sorprendentemente similares (Quattrociocchi, Scala & Sunstein, 2016). Los actores forman parte de una comunidad digital teniendo en cuenta cómo y por quiénes quieren ser vistos, reconocidos y validados. La privacidad concierne a quién participa en nuestra construcción de identidad, es decir, a la comunidad de la que eres parte (Georgalou, 2016). Vivimos en la era de la hipercomunicación, pero no del conocimiento. Así, la pantalla digital causa una zona de bienestar que bloquea la negatividad de lo distinto, para reproducir el yo narcisista como un igual en los sujetos que tienen mucho placer ante lo visual de las pantallas, pues este genera un reflejo de la mirada y alimentan el ego. (Han, 2017)

Otras características de las redes sociales son el anonimato y la "shitstorm". En primer lugar el anonimato tiene cierto riesgo pues se dan testimonios con una identidad oculta, la cual puede implicar que se de un comentario sin una base sólida racional que influya en los stakeholders. Esta se basa principalmente en críticas emocionales y a menudo irracionales que son hechas por muchos consumidores. Forman la base de esta amenaza las opiniones negativas racionales que eventualmente crecen volviéndose irracionales (Horn & Schulze, 2015). Esta shitstorm es el hábitat espectacularizado y hipercomunicado de un nuevo humano aislado, individualizado, distante del respeto y de la masa: "el Homo Digitalis", un sujeto que consume poder, que expone y pide atención, es alguien que escribe, que siente, que comunica, que es anónimo, pero, sobre todo, que consume en exceso (Han, 2014).

En ese mismo sentido, las redes sociales y los sitios de redes sociales están asociadas con desafíos para la participación política: los usuarios mantienen perfiles personales “anónimos”. En base a estos perfiles, cultivan lazos que pueden diferir ampliamente en calidad y profundidad. Tales vínculos en línea pueden integrarse en contextos sociales muy diferentes. La teoría de la gestión de impresiones implica que los usuarios de redes sociales luchan por mantener los límites entre audiencias distintas en línea para garantizar una representación personal adecuada al contexto. Para no alinear al público, los usuarios pueden participar en la autocensura. Esto debería ser especialmente cierto para los asuntos políticos contenciosos, donde las convicciones políticas personales pueden ofender a los miembros de la audiencia en línea (Pieter & Lutz, 2017).

La comunicación digital es expansiva y despersonalizada sin un interlocutor personal, mirada o voz, interconecta y al mismo tiempo aísla al sujeto. Una verdadera comunidad crea relaciones entre oyentes, pero en el mundo digital solo se crean conexiones. Además, Internet no es un espacio de la acción en común, más bien, son espacios desintegrados y expositivos del yo colectivo. (Han, 2017). Sin embargo, muchos otros estudiosos hablan de las redes como una herramienta que ha permitido una profunda transformación en las formas de comunicarse y de la hiperconectividad que ha creado estructuras para movilizaciones y organizaciones dando la construcción de sentidos e imaginaciones. (Burgos, 2015 & Kurban, Peña & Haberer, 2017).

El ciudadano se convierte ahora en el relator de la propia historia a través de la apropiación de herramientas digitales para el empoderamiento y la acción colectiva. (Burgos, 2015) Además, el individuo que forma parte de la comunidad virtual se convierte en un actor político que encuentra la forma de cómo poder expresarse y ser escuchado. Es decir, existe un intercambio que genera un comportamiento social y no solo individual, por lo que crea relaciones sociales. Esto ha significado un avance en la creación, propagación y difusión de las identidades sociales al introducir el debate en internet. (Kurban, Peña & Haberer, 2017).

En otra postura, los movimientos sociales no se originan por la tecnología, sino que la utilizan, puesto que la interactividad y en tiempo real del receptor hace que los papeles de emisor y receptor sean intercambiables, permitiendo el diálogo y la reciprocidad. Así, las transformaciones sociales no son revoluciones provocadas por Facebook, sino

la infraestructura que posibilita la organización de los movimientos. A través del Internet se logra potenciar la comunicación y también ayuda a que se hagan más visibles las protestas y que también puedan organizarse más a futuro la conexión con otras luchas. (Caballero, 2018 & Leetoy, Zavala & Sierra, 2019) De esta forma, las prácticas digitales son parte de una tecnocultura que da lugar a nuevas prácticas, formas de mediación y autoorganización social que reformulan la reproducción social. (Caballero, 2018).

Las plataformas creadas en Internet encuentran en el uso de las herramientas derivadas de la Web 2.0 un propósito revolucionario: contribuir a impulsar las buenas prácticas y elevar los estándares de desempeño de los diferentes sectores implicados, sin las delimitaciones que tradicionalmente imponen los medios. (González & García, 2016)

Tabla 1: Características de los actores en las redes sociales

Características de los actores en las redes sociales	Postura	Autores
Polarización	La polarización crea comunidades en gran parte cerradas, en su mayoría no interactivas centradas en diferentes narrativas, es decir, cámaras de eco.	(Quattrociocchi, Scala & Sunstein, 2016; Georgalou, 2016 & Del Vicario et al., 2017)
Identidad digital	Los actores forman parte de una comunidad digital teniendo en cuenta cómo y por quiénes quieren ser vistos, reconocidos y	(Del Vicario et al., 2016; Georgalou, 2016 & Zollo et al., 2015a).

		validados.	
Anonimato		Críticas emocionales y a menudo irracionales que son hechas por muchos consumidores anónimos.	(Han, 2014 & Horn, Schulze, 2015)
Cambio social	Empoderamiento para la acción social	El ciudadano se convierte ahora en el relator de la propia historia a través de la apropiación de herramientas digitales para el empoderamiento y la acción colectiva.	(Burgos, 2015, González & García, 2016 & Kurban, Peña & Haberer, 2017)
	Infraestructura que posibilita la organización	Los movimientos sociales no se originan por la tecnología, sino que la utilizan, puesto que la interactividad y en tiempo real del receptor hace que los papeles de emisor y receptor sean intercambiables	(Caballero, 2018 & Leetoy, Zavala & Sierra, 2019)

Fuente: elaboración propia

En los últimos tiempos la difusión de la digitalización ha ido cambiando los procesos de participación política y movilización ciudadana en diversas formas. Una de las consecuencias de ello es “tecnologización del campo político”. Por otro lado, el espacio de participación política no convencional a través de un conjunto de intervenciones

tecnológicas ha ido evolucionando. (Rendueles, 2019) Resultados indican que los cibernautas perciben al internet como una red horizontal y democrática que les permite conectarse entre activistas del mismo grupo, con otros ciudadanos preocupados por los mismos problemas que ellos tienen y se relacionan con activistas de otros grupos que definen las mismas causas en otras ciudades el mundo. (Flores-Marques, 2016). Sin embargo, El Homo digitalis al estar en una red digital o enjambre con un súper ruido o hipercomunicación (ellos también generan este efecto), se vuelven activos consumidores de información, productos o servicios. En este sentido, la participación política y social es sustituida por un click, el mismo que es usado para comprar. Esto lleva a que la política sea un producto comunicativo más para consumir con baja reflexión sobre la decisión de los sujetos, puesto que importa más el presente que el futuro. (Han, 2014). En contraste a ello, la teoría de la “Espiral del silencio”, desarrollada por Noelle Neumann, bajo el contexto de los medios de comunicación, sugiere que los ciudadanos controlen su entorno de medios para evaluar el clima de opinión predominante. Si se considera que las opiniones personales están en conflicto con las posiciones dominantes, los ciudadanos se autocensura limitando su voluntad de hablar sobre temas controvertidos. Con el tiempo, estos efectos podrían conducir a discursos políticos cada vez más homogéneos (Pieter, C y Lutz, C. 2017).

El autor Peña Ascacibar (2017) añade que la tecnología ha hecho que se transforme la esfera pública, los instrumentos de participación cívica y las modalidades de activismo político, por lo que estamos ante un nuevo escenario que redefinen las posibilidades comunicativas y participativas, de la copresencia a la multipertenencia virtual. Dentro de ello los movimientos sociales han tenido que adaptarse a este nuevo cambio. Según Burgos (2015), esto es cierto ya que domina a la tecnopolítica como la capacidad de que los propios individuos u organizaciones utilicen lo digital para la comunicación en la organización y la acción colectiva. Esto que afirma Burgos (2015) sobre el poder de los movimientos políticos digitales sobre la tecnopolítica, lo confirman los autores Pozos, F. D. J. D., González, R. L., & Ortiz-Henderson, G. (2017) en su artículo: “Redes sociales Digitales y participación política de jóvenes universitarios de México y Chile: Una revisión de estudios” cuando dicen que los jóvenes universitarios (específicamente de México y Chile), se caracterizan por usar redes sociales (Facebook y Twitter) para discutir y organizar protestas políticas sobre determinadas leyes publicadas por el congreso de sus respectivos países, o para influenciar en otros internautas al momento

de elegir un nuevo presidente, alcalde, etc; es decir, estas plataformas digitales les dan mucho poder de expresión a los jóvenes universitarios que antes no podían expresarse y convocar a otras personas a que “se sumen a su causa”.

Por otro lado, dentro del mundo digital y de información se encuentran las noticias falsas. Las fake news son informaciones que se apropian en algún grado de la apariencia de noticias reales al tener una apariencia legítima, de modo, que aparenta ser noticia, pero no lo es. Existen diferentes tipos de noticias falsas: sátiras, parodias de noticias, noticias fabricadas, fotos manipuladas, publicidad y relaciones públicas y, por último, la propaganda. Además, existe dos criterios para categorizarlas por Tandoc, We Lim & Ling: la facticidad entendida como el grado en el cual las noticias falsas se basan en hechos y la intencionalidad como el grado en que el autor del contenido quiere inducir a error a sus lectores. Las noticias sátiras usan el humor para presentar noticias de actualidad en relación con contextos políticos o económicos con el fin de criticar o ridiculizar la realidad. En la escala tienen un alto grado de facticidad, con lo cual el lector no cae en engaños frente a la intencionalidad del autor (Suárez, 2019):

Tabla 2: Intención del autor

	Intención del autor	
Nivel De facticidad	alto	bajo
alto	Publicidad y relaciones públicas Propaganda Manipulación fotográfica	Sátiras
bajo	Noticias fabricadas	Parodias de noticias
Tipología de las fake news, fuente: Tandoc, Wei Lim & Ling (2017)		

De acuerdo con Heredia (2014), la sátira política es el arma idónea para hacer crítica social desde la inteligencia humana, es una manifestación más de la libertad de expresión y de la creación artística para hacer reír, generar sorpresa o estupor, ya que es un instrumento de denuncia y crítica en distintas manifestaciones del arte: humor gráfico, cine, música, teatro, artículos periodísticos. No obstante, a mayor o menor laxitud con que la sátira es aceptada por la sociedad, mayor o menor nivel de compromiso frente a los sistemas democráticos por parte de dicha colectividad humana. Cuando la libertad de expresión es ejercida por “los cómicos” los poderes políticos, religiosos o económicos, difícilmente salen inmunes.

Por otro lado, es preciso mencionar que si bien cada vez el acceso al Internet es más global, lo cual podría implicar el fin de las desigualdades; el aumento de la difusión de Internet no conlleva al fin de esta desigualdad, más bien, el fin de la brecha digital implicaría otros tipos de desigualdad, igualmente vinculadas al uso de Internet, y entendidas en términos de desigual aprovechamiento de la herramienta por parte de los usuarios. (De Marco, 2017) El nuevo Neoliberalismo es inteligente, se sujeta del Big Data y la inteligencia artificial para dominar la mente y los pensamientos; por ello, el sujeto sometido no es consciente de su sometimiento, ya que la eficacia de este poder radica en que el individuo se cree libre, cuando en realidad es él el sistema que le da los mecanismos de poder para que el mismo se explote. Anular la libertad es la fase negativa del poder. (Han, 2017)

Para diversos autores, las redes sociales sí logran amplificar la voz de un movimiento político social (Acosta & Nevache, 2020). La conversación digital visibiliza una temática privada a través de expresiones masivamente compartidas. Se logra manifestar desacuerdos a través de una plataforma **de gran alcance** y así se consigue el apoyo de aquellos movidos por la temática (Sánchez, 2015). Para Han (2020), esta sobre estimulación de autoproducción del yo genera una crisis en la comunidad, ahora community, al convertirla en mercancía y consumirla aceleradamente carente de vinculación simbólica y sentido de pertenencia.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA

La metodología por utilizar para el análisis semiótico de la presente investigación es de **enfoque cualitativo** y nuestra técnica principal para la recolección de datos es la **observación digital**, en un estudio de caso que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes (escenario social, ambiente o contexto) para recoger datos e información de modo sistemático y no intrusivo. (Taylor & Bogdan, 1984). Además, se utilizará la semiótica de las prácticas como herramienta principal de análisis para poder determinar si existen prácticas políticas digitales por parte de los usuarios ante diferentes sucesos de su comunidad, ya que en el espacio virtual existe más individualismo y libertad de cada sujeto para ejercer sus acciones. Por otro lado, podremos identificar si nuestra comunidad virtual (muestra), a analizar, genera una producción y consumo de sentido para estimular prácticas políticas en sus usuarios; también, conocer cómo y por qué esta producción de sentido se deforma. En cuanto a la **netnografía** se presenta como un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales. El método deviene de la aplicación de la etnografía al estudio del ciberespacio. Por otro lado, es un método cualitativo e interpretativo pensado de modo específico para investigar el comportamiento del consumidor en los entornos de las comunidades y culturas en uso en Internet (Gebera, 2008).

No obstante, este tipo de método requiere de la combinación de la participación cultural y observación. Es decir, se debe establecer relaciones con los miembros de la comunidad con el fin de extraer los insights necesarios de la comunidad. El reconocimiento de los distintos tipos de miembros que pueblan la comunidad y de esa forma, saber el peso de las opiniones e intenciones. Sin embargo, en nuestro diseño de investigación netnográfico lo hemos organizado en el objeto de estudio, en este caso, la comunidad de Deslengua2. Por otro lado, la definición de parámetros, definición de términos consensuados en la comunidad de Deslengua2. Por consiguiente, definición del universo, es decir, data relevante de usuarios de la comunidad de Deslengua2. Además, la determinación del error objetivo y el panel de comunidades virtuales, en la cual elaboramos un panel con las definiciones de atributos, clases y conceptos de Deslengua2. Por último, realizaremos un informe final en conjunto con los resultados e

interpretaciones de la investigación. Finalmente, la iteración en la cual se presentarán las conclusiones.

A continuación, se presentarán los paradigmas utilizados en la presente investigación, como la muestra a estudiar:

Como señala Fontanille (2014), la semiótica de las prácticas se rige en la arquitectura, diseño de objetos, la construcción de una semiótica de las situaciones y/o experiencias. Es decir, se diferencia de la semiótica del discurso en base a métodos y resultados analíticos a causa de un nuevo despliegue de la perspectiva epistemológica de la semiótica. Por ello, tenemos como objeto de estudio a las publicaciones online de @Deslengua2, como un **texto vivo**, informantes y/o usuarios como **actores sociales**, la **temporalidad** y **espacialidad** experiencial en la cual se interactúa en el fanpage de Deslengua2, el **sentido vivo** y categorías construidas a raíz de las mismas. Según el procedimiento de Fontanille consiste en extraer el desarrollo y despliegue, sin plantearse la cuestión de la traducción/ textualización/ notación del acto. En contraste, en el estudio de una verdadera práctica es necesario atender el problema de los tipos de textualización y observación pertinente. Por ello, Fontanille define la **textualización** como el planteamiento del problema de saber lo que se debe observar o seleccionar de la práctica. Esta selección opera gracias a los diferentes medios de comunicación que traducen la práctica y le dan una primera estabilidad, por ejemplo, la escritura de notas, fotos y videos. Por otro lado, uno de los problemas por afrontar es el de la traducibilidad e incluso es de las discontinuidades registradas por los diferentes medios de comunicación empleados en la producción de textualizaciones (fotos, videos, notas). Sin embargo, estas textualizaciones pueden ser concebidas como protoanálisis; es decir, el análisis final debería volver a recorrer el gesto mediático que seleccionó cierta captura de la práctica, su especificidad, sus limitaciones tecnológicas, entre otras. (Fontanille, 2014).

Sin embargo, no puede haber semiótica de las prácticas sin el **principio de immanencia**, el cual demarca todo lo que el texto provee sin añadir otras categorías fuera del sentido del objeto de estudio. Es decir, el análisis se ajusta al modus operandi de la producción del objeto significativo en el que se encuentra y se amolda de acuerdo a sus direcciones y articulaciones que terminan reconstruyendo una estructura

metalingüística, según sus límites del dominio de pertinencia, es decir, reglas en la construcción del plano de la expresión y punto de vista del plano de contenido de la comunidad virtual. (Fontanille, 2014)

Por otro lado, se considera para la crítica a las nociones básicas de narratividad y discursividad de Landowski, pues para identificar las prácticas sociales es necesario identificar los **regímenes de significación** que siempre existen en la interacción humana (Landowski, 2012). A través de esta noción se puede determinar, por ejemplo, que una narrativa puede ser o no burlesca. Como es visto, debajo de las formalidades del discurso existe un flujo dinámico y amorfo, una **deformabilidad** en la práctica. (Zilberberg, 2000) Asimismo, es preciso mencionar que la investigación busca observar la comunidad virtual como un espacio tensivo, en el que el mundo de las cosas (**la extensidad**) y de las sensibilidades (**la intensidad**) hacen parte de un todo conjuntivo (Zilberberg, 2015). De igual manera, al existir estas prácticas, también en estas existen formas de relación: **afinidad intensiva y filiación**. Así se puede evidenciar un estado jerárquico en el ámbito de la filiación que alteraría las relaciones y el actuar, o la afinidad intensiva por la síntesis disyuntiva que une a los diferentes (Viveiros de Castro, 2010).

Para efecto de la presente investigación sobre la comunidad virtual @Deslengua2 se analizará su página de Facebook. La observación e interacción, se realizará de martes a domingo entre las 8:00 p.m. a 10:00 p.m., ya que, según nuestra previa investigación, es el momento donde los administradores de la comunidad virtual publican mayor contenido y tienen una rápida interacción con sus usuarios. Por último, el tiempo de análisis iniciará el 17 de marzo, día en el que comenzó el tiempo de aislamiento social en Perú a causa del Covid-19 y se extendió por los 5 meses posteriores. De acuerdo a nuestra primera exploración de campo, las personas que siguen a la comunidad son 292 665, sin embargo, se delimitó el objeto de estudio a cerca de las 200 personas que interactúan en los comentarios y a casi 600 que participan con sus reacciones en promedio. Cabe mencionar que el número suele ser mayor en publicaciones con una crítica satírica al gobierno o a los medios de comunicación tradicionales y menor en post de carácter informativo formal tales como cifras del avance del Covid-19. Los tipos de post hallados fueron: Post con video, post de crítica, post informativo, meme, post con screenshot de un tweet, post con más de dos fotos y links. De esta manera, la

investigación involucra un espacio digital, las visitas a ese escenario y la interacción con sus miembros, en especial con los informantes, con el fin de recolectar información.

Tabla 3: Engagement por tipo de publicación

Tipo de post	Comentarios promedio	Reacciones promedio	Compartidos promedio	Engagement promedio [#likes + (#comentarios *2) + (#compartidos*3)]/alcance %
Post con video	222	1500	329	1%
Post de sátira	98	1487	104	0.68%
Post informativo	50	290	24	0.16%
Meme	146	1837	155	0.89%
Post con <i>screenshot</i> de un tweet	199	1450	151	0.79%
Post con más de dos fotos	75	663	108	0.39%
Links	48	330	42	0.19%

Fuente: elaboración propia

Alcance: 292 665 seguidores



CAPÍTULO 3: RESULTADOS

a. Espacio

- Perspectivismo

Las prácticas políticas de la comunidad @Deslengua2 se encuentran en un espacio. Entonces, para entender su surgimiento se necesita analizarlo. El espacio es conjuntivo porque se crea a partir de relaciones o agenciamientos entre elementos humanos y no humanos en mayor o menor intensidad. Se conjuntan elementos (que están en el plano extensivo) y lo hacen con más o menos intensidad. (Zilberberg, 2015) Para Zilberberg, el afecto manda (la intensidad), a continuación analizaremos las intensidades en la comunidad que investigamos.

Para presentar los resultados se seleccionaron los post de la temática: Milagros Leiva y el Covid-19. A continuación se mostrará un mismo link que se compartió con distintos encabezados en distintas fechas.



Figura 1: Primera publicación sobre Milagros Leiva



Figura 2: Segunda Publicación sobre Milagros Leiva

En los post anteriormente mostrados se evidencia que existe una afinidad de gustos en la comunidad ya que a pesar de tener el mismo contenido se observa un gran alcance: 2200 y 1800 likes, teniendo en cuenta el promedio es de 600.

Cabe mencionar que cada post es independiente del otro, es decir, tienen diferente intensidad de prácticas y estas pueden tener o no interacción continua, todo esto genera que el espacio sea concesivo; entonces, para que @Deslengua2 cobre sentido bajo las prácticas, el sujeto enunciador busca estar constante concesión al plasmar una gran afectividad en cada contenido bajo noticias objetivas, parodias o sátiras para que los demás usuarios empiecen a reaccionar, al principio, mediante signos y después por textos enunciados, como comentarios que en su gran mayoría son críticos y satíricos.

La comunidad virtual investigada existe por relaciones intensivas en donde la gente va sumando sus pasiones. Se trata de un espacio integrador de afinidades intensivas, en el que hasta los mismos administradores participan en los comentarios estando o no de acuerdo, pero siempre ampliando los espacios de interacción, ampliando la información de la fuente, aclarando dudas. Normalmente en un tono irónico, pero permitiendo que los demás miembros dejen su opinión sin restricciones estrictas y sin censura porque no se bloquean usuarios.

Por ejemplo el post de Milagros Leiva, podemos observar los siguiente textos-enunciados satíricos:

“Y son los mismos que llaman dictador a Vizcarra 🤪 HIPOCRESÍA” (3 me gusta, 2 me divierte y 1 me enfada), “No se burlen de ella, debe de haber sufrido mucho cuando le daban mal el vuelto en la Tiendita de Don Pepe. 😬😬😬😬(169 me divierte, 32 me gusta, 1 me encanta y 1 me importa)”, “Han de haber cientocatorcecincuentaquinquemillones de bloqueados hasta el momento. 😬😬”(15 me divierte, 1 me gusta), entre otros.

De esta manera, según lo observado en el post de Milagros Leiva, a mayor uso de contenidos con un sentido deformado de las noticias objetivas, mayor nivel de interacción entre los miembros de esta comunidad digital. Podemos afirmar, que el espacio tensivo de @Deslengua2 no es estable, pero es dinámico, concesivo, intensivo y continuo en el tiempo mediante sus diferentes posts que causan, en primer lugar, diferentes grados de sensibilidad perceptiva y después (no en todos los usuarios) una sensibilidad reactiva, es en estos momentos de sensibilidad, donde se origina el espacio concesivo de la comunidad bajo las relaciones de diferentes puntos de vista que interactúan de manera libre, sin ataduras o sujetas a un rol social en específico. Además, en la gran mayoría de los casos analizados, las relaciones se generan por una afinidad extensiva ligada a contenidos de parodia o sátira, que de forma filiativa con noticias objetivas.

Como señala Viveiros de Castro (2000), cuanto más capaz una persona de atribuir una intencionalidad a un objeto, más lo conoce, para la epistemología indígena, se determina un “objeto” como sujeto, es decir, se es más subjetivo que objetivo. Esta predominancia de formas de relación entre subjetividades se da por diferentes razones, por un lado, la página tiene el nombre plural de @Deslengua2 que alude a una etiqueta actoral para todo aquel que quiera ser parte de las prácticas digitales, además, el sujeto enunciador no es @Deslengua2, sino, es un sujeto anónimo que comunica los textos enunciados con contenido paródico y satírico para comenzar las prácticas. Para los indígenas, los jaguares son personas ya que tienen un concepto sobre “jaguar” y también de “persona”, ya que la jaguaridad es una potencialidad de las personas

humanas(Viveiros de Castro, 2000). Entonces, para que un usuario de @Deslengua2 comprenda a otro se deviene en ser un @Deslengua2 al igual que el otro para crear dicha afinidad intensiva, es decir, cada sujeto tiene la potencialidad de tener su Deslenguaridad, esta característica se basa en la libertad de expresión que cada sujeto tiene para poder dar una crítica satírica. Sin embargo, para el mundo occidental, explicar es reducir la intencionalidad de lo conocido, en otras palabras, se forma un punto de vista objetivo más que subjetivo(Viveiros de Castro, 2000). Así, cuando el sujeto enunciador pasa de ser un anónimo de la información a un informante sobre noticias objetivas, las relaciones de filiación salen a luz sin gran interacción entre diferentes puntos de vista, es decir, los pocos usuarios que se relacionan no se devienen en ser Deslengua2 para entender al otro como uno más, si no se devienen en el rol actoral de ciudadano, es decir, una categoría social objetiva, lo cual a no muchos les interesa participar, puesto que es una comunidad netamente subjetiva.

- Regímenes de visibilidad

Elegimos este caso, porque nos pareció interesante cómo la gente ante un acontecimiento de un personaje conocido del país (en este caso la periodista Milagros Leiva y su mal conteo de los contagios del Covid-19), puede generar tantas interacciones expresadas en la gran cantidad de **me gusta, me divierte, me encanta, me enfada**, etc., tanto así que llegan incluso a crear un **'bulling virtual'**; así mismo, nos gustó la **tonalidad jocosa** que le impregnan a la página tanto los autores, fans destacados y usuarios en general.

Para empezar, **Landowski (2007)** afirma que la gente construye el espacio en la medida que es vista o no es vista. Por otra parte, señala que en los regímenes de visibilidad, existe una relación entre **hacerse ver y dejar visto**. Estos juegos ópticos nos demuestran que hay una relación entre el sujeto observable y el observador. En primer lugar, en el **caso de la periodista Milagros Leiva y su confusión al decir las cifras del covid 19**, se puede apreciar en la página @Deslengua2 que los internautas aplican el **hacerse ver y el dejar visto** cuando el administrador de la página emplea estos juegos ópticos en el momento que dice:

“Pido mildosientras treinticuatroveinte coma periódico puro cuatrosientas ochenta y cientomil novecientascuatrotresdiecinueveochomil disculpas y sesentamil dólares para tumbarme al gobierno” (198 comentarios, 97 veces compartido)

Aquí podemos observar que el administrador de la página emplea el **hacerse ver**, ya que manifiesta abiertamente su mofa hacia el error garrafal cometido por la mencionada periodista ahondando más en este al escribir su comentario.

Por otra parte, apreciamos el **dejar ver** cuando los usuarios de la página registran sus opiniones jactanciosas por el acontecimiento cometido por la periodista Milagros Leiva e incluso critican su excusa de que se desconcentró en decir bien la cifra, porque iba caminando al otro set:

“No se burlen de ella, debe de haber sufrido mucho cuando le daban mal el vuelto en la Tiendita de Don Pepe. 🤔😂🐱😎 (169 me divierte, 32 me gusta, 1 me encanta y 1 me importa)”, “Pue sí, también debe estar traumada por los madrazos que le debe haber dado su viejita por los ceros en matemáticas”, “Tan, pero tan falsa, ya que en ningún momento se le ve cambiando de set. Por simplezas como ésa, nadie le cree (38 me gusta)”, etc.

Finalmente, podemos apreciar los juegos ópticos del **querer ser visto** y **no querer ser visto** cuando el autor y varios internautas **quieren ser vistos**, y por tanto muestran su ‘tristeza’ por el hecho de que Milagros Leiva lo bloqueó del Twitter: “Uno ya no puede hacer una bromita 😞”, luego pone la foto en la que se ve que lo bloqueó de dicha red social; después, los internautas señalaron:

“Deslengua2 de mejores cuentas te han bloqueado y bloquearan 😂😂”(26 me divierte, 11 me gusta), “Y son los mismos que llaman dictador a Vizcarra 🙄 HIPOCRESÍA” (3 me gusta, 2 me divierte y 1 me enfada), “Han de haber cientocatorcecincuentaquinquemillones de bloqueados hasta el momento. 😂😂”(15 me divierte, 1 me gusta), entre otros.

Y, por consiguiente, el **no querer ser visto** se aplica cuando la periodista no quiere que el autor de @Deslengua2 la siga en el Twitter:



Figura 3: Cuenta de Deslengua2 bloqueada por Milagros Leiva

Asimismo, los autores **Yalán, E. & Guerra, J. (2019)** hablan en su artículo acerca de las diferencias entre los términos de **la política** y **lo político** de la **semiosfera socio-políticas** que son importantes de entender antes de saber cómo se construye el **centro** y lo público (o **periferia**). Lo explicaremos mediante el siguiente ejemplo de la política peruana. Para empezar, el caso que aparece en la página de @Deslengua2 que usaremos de ejemplo es sobre el hecho de que la periodista **Milagros Leiva** ha sido blanco de críticas por no saber **leer la cifra de contagios de COVID 19**. Según **la política**, el **centro** es el acontecimiento anteriormente mencionado sobre la periodista peruana, mientras que la **frontera** vendría a ser su '**lapsus**' (decir mal los números de contagios del covid 19). Por el contrario, en **lo político**, el **límite** estaría conformado por los diversos comentarios que hicieron los internautas de la página sobre ella; y, el **umbral**, está presente en la intensidad de este espacio virtual llamado @Deslengua2 en el cual ésta alcanzó 'picos' muy altos, ya que en esta página hay una gran cantidad de comentarios que se burlan de lo que le sucedió. Aquí algunos ejemplos: "Todos se burlan de ella, pero no saben ni escribir su nombre", "Doscientos ochenta y ocho mil millones, cuatrocientos setenta y siete mil contagiados.... La tía quería alarmar con la cantidad de casos.... Mañana los fujitroles seguro posteaban que teníamos a 2000

millones de enfermos en el Perú 🤔🤔 ”, “Tetracientasmilgritoscutreralevacientas no te disculpo 🤔 te condeno a mirar tv Perú clases de matemática nivel primaria”. Incluso el autor de la página se mojó de ella: “Pido mildosientras treinticuatroveinte coma periódico puro cuatrosientas ochenta y cientomil novecientascuatrotresdiecinueveochomil disculpas y sesentamil dólares para tumbarme al gobierno”.

- Semiosfera

La etnosemiótica busca una descripción primera del espacio al que consideramos casi siempre como una semiótica del espacio construido, espacio habitado, público, privado, virtual, intensivo. Así, el espacio es la interacción de disoluciones, socialidades minimalistas, frías, vínculos débiles y precarios conectados entre sí hasta el infinito, pero también constantemente interrumpidos, simultaneidades y dispersiones.

1. Reconocimiento de la centralidad

La semiosfera, según Lotman (2018), es el espacio semiótico de circulación de sentido, significación y circulación de lenguajes, sin embargo, está marcada por la heterogeneidad, es decir, estos lenguajes son muy variados pero enlazados. En el caso de @Deslengua2, el sentido cobra vida gracias a las prácticas conjuntas entre el sujeto enunciador y los sujetos de la comunidad, tal como podemos ver en el post de Milagros Leiva. Si bien se identificó los comentarios, que en su mayoría, son concesivos por generar gran emotividad en los usuarios, existen otros usuarios que guardan silencio pero no se sabe cuales son las emociones frente al post. De esta manera, la asimetría es el lazo que se establece entre el centro y a periferia (Lotman, 2018). Así, según lo observado, el signo de mayor uso de expresión es el “me divierte”, es decir, produce risa o sentido del humor. Además, para que la masa de construcciones sea portadora de significación se debe de ejecutar la intuición semántica de colectividad y saber cuales son las cualidades del lenguaje natural de la semiosfera (Lotman, 2018). En este caso, el post de Leiva la intuición semántica de colectividad está sujeto a la expresión satírica sobre las noticias, que genera impacto, concesión, discontinuidad dentro de las prácticas de los usuarios, pero sobre todo interacción o agenciamientos para que el sentido de la comunidad se genere. Hasta el mecanismo activo más pequeño no está separado, sino,

forma la totalidad del espacio semiótico de una cultura dada mediante la interacción (Lotman, 2018). la contraparte de lo mayor, es el signo del “me entristece” con un solo click, así, los sujetos sin gran carga satírica no es en gran cantidad, es casi nula respecto a la cantidad total de miembros que participan en el sentido de esta práctica. De esta manera podemos afirmar que la relación que singulariza lo mayor y lo menor, en esta semiosfera, se da de la siguiente manera:

1. Lo mayor, o el centro: es intenso y extensivo, se crean relaciones por afinidad y quieren ser vistos
2. Lo menor o la periferia: es extensivo, se crean relaciones filiativas y no quieren ser vistos

Así, podemos ver que los sujetos se devienen en @Deslengua2 cuando consumen post con contenido satírico para activar su código de interioridad en la comunidad, totalmente opuesto a los contenidos objetivos que descodifican el sentido de las relaciones, pero son lo menor del espacio semiótico.

2. Reconocimiento de la frontera

La **semiosfera** remite a la idea de que el **espacio** de la semiosis **no** es **homogéneo**, ya que existen esferas únicas de sentido, así como “semiosferas particulares”, que serían los espacios individuales o pertenecientes a distintos grupos sociales e históricos. (Lotman, 2018).

Este concepto de la semiosfera se puede apreciar en una publicación realizada en el caso de la periodista Milagros Leiva y su mal conteo de las cifras del covid 19, cuando un internauta escribe: *“Todos se burlan de ella, pero no saben ni escribir su nombre”*. Al emitir este comentario, el usuario utiliza el **hacer-ceder**, es decir, éste escribe su comentario (**hacer**), con la finalidad de que algunos detractores de la periodista que se mofan por su error, sientan algo de vergüenza propia por no poder ni siquiera redactar correctamente su nombre (**ceder**).

Otro aspecto importante a resaltar es que pasa **de lo privado a lo público**, cuando hace **público** (Publica en el Facebook) un pensamiento **privado** suyo, ya que, si no

publicaba ese comentario en la mencionada red social, nadie sabría de su existencia, ni de su percepción en torno al caso (como dicen varias personas, si no estás activo en las redes sociales es como si no existieras). Sin embargo, sus propósitos de frenar los comentarios chistosos en torno al tema fracasaron, como podemos observar en el siguiente comentario: *“Con lo que importante que es escribir su nombre pfffff”*.

Por otra parte, el **tono satírico** de la publicación se ve representado en el comentario de un usuario de la página que dice: *“Myl@groZ leyba”* y en el comentario del autor en que se burla de él al escribir mal su nombre: *“Tienes razón, Luiyi”*.

Finalmente, como podemos observar en la página de Facebook **@Deslengua2**, y en esta publicación en particular, el **tiempo puso fronteras**, ya que dicha publicación tuvo algo de repercusión mediática hace 2 y 3 semanas (**9 respuestas**). De esta manera, está demostrado que los **“post” tienen límites temporales**, es decir, a más tiempo de realizada una publicación, menor impacto de reacciones genera en nuevos usuarios de la página (**semiosfera se agota en el tiempo**); sin embargo, cabe mencionar que en el caso de la comunidad virtual no es así, porque a Facebook sí le conviene que los usuarios no se queden callados, debido a que las corporaciones valoran el **engagement** (publicaciones compartidas, cantidad de “me gusta”, etc). A **más interacciones, mayor es la ganancia** para esta red social que tiene un soporte mercantilizado. También pudimos ver que gracias a que la publicación genera controversia, cumple con el concepto semiótico de que mientras más **juegos satíricos** hay, más **umbrales** se habilitan, dado que al existir varios comentarios que se burlan de su afirmación, la red social debe (pero no lo hace) restringir comentarios nuevos de la publicación que contengan insultos. Sin embargo, lo bueno es que el usuario puede aplicar el **umbral** (establecer límites) a esas publicaciones al denunciar o bloquear a los autores de éstos con la finalidad de que ya no lo sigan insultando más y que nunca más lo hagan.

3. Reconocimiento de la figura de límite

En la página de **@Deslengua2** se pueden observar ciertos límites. En primer lugar, el hecho de que uno de los espacios en los que se desenvuelven sea Facebook implica que van a tener las limitaciones que esta plataforma brinda y no depende de ellos superar este límite, de esta manera, se ven condicionados por los términos y condiciones de

Facebook, las herramientas que esta página otorga y las acciones que se pueden realizar en un perfil. Si bien @Deslengua2 se encuentra en varias plataformas, estas también se ven limitadas pues llega un punto en el que ya no se puede ir a más allá, es decir, un usuario puede pasar de la página de Facebook, a la página de Twitter y después a la página web llegando a un límite de plataformas por visitar. En el caso de la publicación de Milagros Leiva, el límite no se encuentra únicamente en la plataforma de Facebook pues hay un link en la publicación, es por ello que el límite está en el hipervínculo que te lleva a la página oficial de @Deslengua2.

Cabe mencionar que las plataformas digitales no tienen un momento de inicio y de fin, esto en el sentido de que las publicaciones no se van a ir o no tienen un tiempo límite para estar a la vista del público, además que se puede publicar en el horario que sea de preferencia para los administradores; sin embargo, el alcance y la visibilidad es mayor cuando se realizan publicaciones en ciertos horarios específicos. Asimismo, en el caso de publicaciones pasadas estas pierden la visibilidad que tendrían en un principio, pues Facebook muestra en el Inicio de cada seguidor las publicaciones compartidas recientemente, volviéndose un límite temporal. En el caso de la publicación de Milagros Leiva, esta puede ser difícil de encontrar porque se trata de un link compartido en el mes de marzo y Facebook te permite buscar las publicaciones pasadas pero estas se limitan por dejar al usuario indagar únicamente fotos o videos pasados. De este modo, podríamos considerar que la publicación analizada ha llegado a un límite pues lo más probable es que sea un post que no se vuelva a ver por antigüedad y poca visibilidad.

Al analizar la página se puede observar que @Deslengua2 es una plataforma que permite la interacción continua con los seguidores a través de la sátira, si bien este hecho genera que los umbrales se amplíen cada vez más, también existen ciertos límites dentro de este campo, estos hacen referencia a que el administrador tiene la potestad de bloquear, reportar o eliminar un comentario que considere que no es apropiado dentro del perfil de la página; sin embargo al ser un espacio integrador de afinidades intensivas sería poco común que existan estos límites tan rigurosos por parte de los administradores pues a pesar de contar con esta potestad, ellos suelen participar en los comentarios tomando una postura en los debates que se puedan abrir en este espacio de conversación. De esta manera, se amplían los espacios de interacción, se da más la información sobre la fuente y se aclaran algunas dudas que puedan tener los seguidores.

En base al cuadro de engagement, se pueden observar ciertos límites que existen dependiendo del tipo de publicación que la página realice. De esta manera se puede observar que las publicaciones que tienen mayor limitación, haciendo referencia a las interacciones que tienen los seguidores dentro de este rubro, son los post informativos y los links. El caso de la publicación de Milagros Leiva está relacionado con los links; sin embargo, no cumple un rol netamente informativo pues es una burla a este personaje y, además, tiene una interacción mayor al promedio.

4. Reconocimiento del umbral

Por otro lado, existe un claro sobrepaso de un límite en cada publicación que se da. Esto se convierte en un umbral, ya que el modo de escritura en @Deslengua2 es más libre y este a su vez no es regulado en la enunciación. Tal es el caso de una publicación tipo meme sobre el alza de precio del Omeprazol de S/.1 A S/.165 por el grupo San Pablo en donde el administrador escribe: *“Ni Judas...”* De este modo, los usuarios escriben comentarios relacionados sobre la publicación, pero que sobrepasan el límite de escribir de una manera formal ante una noticia. Por ejemplo, relacionado a esta publicación: *“Lo que no saben es que les va a caer una multa muy elevada □”, “Que la chupé el estado” para los que no saben inglés.”, “ Benditos los santos”*. Esto también se puede apreciar en las imágenes que publica o los vídeos, ya que son creados o compartidos de otras páginas. Por otro lado, también los propios seguidores hacen lo mismo que intensifican la interacción y extienden el contenido de cada publicación con el mismo nivel de sarcasmo.

Así, en comparación con otras páginas @Deslengua2 contiene este tipo de comentarios en la mayoría de sus publicaciones, ya que los comentaristas del Comercio tienen una frontera en la forma de expresarse y esto es más representativo en los títulos de cada publicación. Este es un aspecto que caracteriza mucho a la página de @Deslengua2, ya que va más allá del comentario común en asuntos políticos, ya que este utiliza la sátira bien en comentarios o títulos de publicaciones lo que permite relaciones entre los propios usuarios que responden los mismos comentarios hechos con el mismo modo bien a favor o en contra.

b. Subjetividad:

Según Landowski (2007), para que un sujeto pueda operar sobre un objeto cualquiera es necesario que dicho objeto esté “programado”, pero la noción de programación misma remite a la idea de “comportamiento en sociedad” y finalmente se traduce a la idea de gramática narrativa de “rol temático”. Es decir, el sujeto se define como una posición social que está programado a través de una serie de modalidades como querer, saber, buscar, poder y deber. En otras palabras, la subjetividad es la construcción del sujeto a nivel colectivo o sea en la semiótica tiene una determinación social que construye nuestra identidad.

Condiciones de la interacción estratégica

Una configuración muy distinta se presenta cuando nos volvemos hacia discursos y prácticas que ponen en relación lo que se puede llamar propiamente hablando, en términos de gramática narrativa, sujetos. Por trascender tanto las relaciones de causa a efecto en el plano físico como las regularidades comportamentales programadas por lo social, las conductas de un “sujeto” deben por definición provenir de la motivación y de las razones. Las certezas fundadas en la necesidad- “el agua hierve a los cien grados”, “el policía se irrita con la aparición del ladrón”- ceden el paso a una relativa incertidumbre: ¿cómo saber lo que se mueve a actuar al otro, si él no es ni una cosa entre las cosas ni una marioneta? Del registro de las interacciones basadas en uno u otro de los principios de regularidad- causal o social que presupone toda programación, pasamos ahora a otro régimen de tipo manipulatorio (o estratégico), basado en un principio de intencionalidad. La literatura disponible en semiótica sobre este punto es más abundante y mejor conocida que la que se refiere a la modelización de la programación, lo cual nos dispensará de entrar en demasiados detalles en este estado de presentación general.

Una primera serie de procedimientos, del tipo de la tentación (o de la promesa) y de la amenaza, obtienen su eficacia, receptación (o de la promesa) y de la amenaza, obtienen su eficacia, respectivamente persuasiva o disuasiva, del valor, positivo o negativo, de los objetos con los cuales el manipulador se compromete a retribuir- a recompensar o castigar- al sujeto manipulado, según que acepte o rechace actuar conforme a la

voluntad de su coparticipante. De ese modo, el proceso apela a la capacidad de las partes para comparar entre sí el valor de los diferentes valores en juego; dicho de otro modo, para evaluar las ventajas y los costos de la transacción considerada. En tales casos, pues, a partir de razones que pueden ser consideradas en última instancia como de orden económico, se establece (o no) el acuerdo entre proyectos respectivos del manipulador y manipulado. Antropológicamente hablando, la manipulación así entendida depende de una problemática más general del intercambio y del contrato.

Por otro lado, al encontramos con distintos personajes que categorizamos como el Señor todo el mundo, esnob, camaleón y dandy siguen distintos comportamientos. Por ejemplo, percibimos que el Señor todo el mundo es el administrador de la página de @Deslengua2 por lo que sube contenidos frecuentemente al fanpage. Este va tender a manipular mediante los roles que los seguidores cumplen compartiendo su filosofía. Sin embargo, aparece **Jairo Del Carpio Tafur** que está siendo reconocido como *fan destacado* por lo tanto sería un dandy que va quebrar esta filosofía. Ahora existe uno que empieza bajo la lógica de regularidad y se altera por el comentario causado de Jairo produciendo un rompimiento del programa. Es decir, Jairo con su comentario ha alterado el sistema de orden o reglas del Señor todo el mundo esto ha producido en contexto un **accidente** ,ya que pone en discontinuidad la filosofía del señor todo el mundo. Entonces a raíz de ello, identificamos a los esnob quienes responden y banalizan el comentario de Jairo e intenta **reprogramarlo** a su rol actancial, ya que altera el sistema de reglas del Señor Todo el mundo. Por ende, así se da la reprogramación a través de la sensibilidad, en este caso oposición al comentario de Jairo.

Se buscó identificar a mayor detalle los distintos tipos de miembros que pueblan la comunidad @Deslengua2 partiendo de las nociones de subjetividad (identidad, alteridad, estilos de vida). Es decir, se intenta buscar la programación del sujeto que se define como la construcción de la identidad del sujeto bajo la modalidad que le otorga una institución o entidad. En este caso, Deslengua2 es una construcción del sujeto a nivel colectivo o comunidad. Por otro lado, la programación en la cual se rige nuestro sujeto es de motivación en la subjetividad consensual ya que este se va a apoyar en base a tendencias o lo que consta en la actualidad.

Zoosemiótica

1. Sr. Todo el mundo: Sujeto social utópico. Un centro.

Por ejemplo, en uno de los distintos posts de @Deslengua2 menciona que **“Alberto Shipuden Fujimori en lo que va de pandemia no ha pisado el hospital, antes hasta vivía ahí, al parecer la pandemia tiene una capacidad sanadora casi celestial en él”**. Cabe recalcar que este tipo de posts es uno de los tantos característicos de tono satírico de Deslengua2. Sin embargo, visualizamos que contiene tres mil reacciones en dicho post. Entre “me gusta”, “me divierte”, “me sorprende”, entre otros. Mientras tanto presenta alrededor de setenta y nueve comentarios. A modo que podemos inferir los siguientes aspectos que mencionaremos:

El “Sr. Todo el mundo” en @Deslengua2 se caracteriza por ser digital o un ser desconocido. Ya que la comunidad no conoce quienes se encuentran detrás de la administración del fanpage mencionado. Por otro lado, se define por ser satírico o se direcciona mucho el contenido publicado por el mismo en el sentido de mofa o gracia. Por otro lado, en ciertos contenidos publicados incita a la reflexión sobre decisiones políticas tomadas por el gobierno que se toman en la actual coyuntura. Asimismo, se muestra colaborativo en causas justas o proyectos sociales de filantropía. En este punto, como mencionamos en el anterior post, el “Sr. Todo el mundo” de @Deslengua2 menciona lo siguiente, **“Alberto Shipuden Fujimori en lo que va de pandemia no ha pisado el hospital, antes hasta vivía ahí, al parecer la pandemia tiene una capacidad sanadora casi celestial en él”**.

2. Esnob: Sigue las reglas y el patrón del Sr. Todo el mundo. Repetición del modelo social utópico.

Los “Esnob” en @Deslengua2 son los usuarios o participantes reconocidos como *fans destacados*, es decir, son integrantes de la comunidad de Deslengua2 que interactúan constantemente en el fanpage como comentarios publicados en cada post emitido o muestra de aceptación de opinión del *Señor todo el mundo* (administradores de Deslengua2). En este punto, como mencionamos en el anterior post, los usuarios reconocidos como fans destacados manifiestan que, “Verdad... q observador... antes paraba en las clínicas. ahora... se sano?.. (Belevan P., 2020) y “Está recibiendo chacra del Gedo Mazo, ya aprendió a invocarlo” (Avellaneda, G., 2020). “

3. **Camaleón:** Sigue las reglas del Sr. todo el mundo como un intruso. Alguien que **quiere pasar desapercibido**, persona que se camufla para intentar integrarse al sistema de la semiosfera. No tiene ánimo de figuración.

Los “Camaleón” en @Deslengua2 son los usuarios que intentan pasar desapercibido como que no interactúan en comentarios u opiniones sobre los contenidos posteados de Deslengua2. Por otro lado, solo están como observadores del *fanpage* mas no muestra presencia alguna en este intercambio de flujo de ideas.

A raíz del análisis de este post, podemos inferir que las más de tres mil reacciones de la publicación pueden representar a los usuarios camaleones. Sin embargo, reconocimos que “Deslengua2 ya todo está fríamente calculado” se añadió un gift de Montesinos y Fujimori (Obregón, I., 2020).

Manipulación, son programaciones.

4. **Dandy:** Busca exclusividad.

Usando la publicación mencionada anteriormente como ejemplo, destacan principalmente las reacciones de “me encanta”, pues estas no van muy acorde al tono del post, es decir, este hace referencia a que Fujimori no ha ido al hospital durante la pandemia, y por ello, las reacciones que irían acorde a la publicación serías los likes, “me asombra”, “me enoja” o “me divierte”; no obstante, 11 seguidores le dieron “me encanta”.

Asimismo, un seguidor comentó con una foto que dice “Le limpio su pantalla mientras leo los comentarios” (Palomino, J., 2020). Este es el único comentario de este tono y se puede apreciar la imparcialidad de la persona, porque no toma una postura y probablemente quiera llamar la atención de las personas que están haciendo lo mismo al no opinar y leer solo las opiniones de los demás.

5. **Oso:** Busca segregarse a sí mismo dentro del constructo social. Ser singular dentro de la sociedad, escapar de los estereotipos.

En base al análisis de la publicación se han podido identificar algunos comentarios de personas que tienen el perfil de este personaje. Entre estos están “*SON CÉLULAS DE HASHIRAMA...SI SOY OTAKU Y KHE*” (Cama, L.,2020), “*Aún no encuentran su último horrocrux*” (Loza, P., 2020) y “*No manchen a naruto en esto usen a boruto*” (Palomino, A., 2020). Estos casos critican la publicación a través de metáforas y alusiones que no están directamente relacionadas con el caso que el post presenta, los comentarios generan risa y siguen en la línea de crítica; sin embargo, se demuestra a la vez cierta segregación con los demás comentarios, pues estos hacen referencia a estilos de vida y aficiones que no están directamente relacionadas con el caso.

De este modo, pueden distinguirse distintos tipos y estatus de identidad semiótica: aquellos que ejercen el rol de líderes de opinión (nivel de integración máximo), los que son visitantes habituales (nivel de integración alto), quienes visitan una comunidad de manera esporádica (nivel integración bajo) y, por último, los que acuden a alguno de estos sitios de manera puntual, en busca de una información concreta (nivel de integración nulo).

c. Prácticas

Partiendo de la teoría desarrollada por Jacques Fontanille (Semiótica de las prácticas) y explicada en clase. El grupo debe preparar un informe de campo cuya observación se detenga en el desarrollo de los niveles de pertinencia y planes de inmanencia como en las relaciones entre las prácticas y estrategias. Así, el informe (1500 palabras) debería observar

Los planos de inmanencia

Dentro de los **planos de inmanencia** más relevantes de Fontanille podemos encontrar a los **signos, textos- enunciados, texto-objetos, estrategias, formas de vida y escenas prácticas**. En primer lugar, los **signos** están conformados por cualquier símbolo de exclamación, emojis, etc. Un comentario que nos parece interesante de la página de Deslengua2 usa el signo del ".", el cual tiene un significado que muchas veces se relaciona con la emoción del fastidio y que nos permite analizar las posturas que tienen

los seguidores en particular. Cuando una persona lo usa es normalmente para cerrar una idea que le genera fastidio de manera tajante. Por otra parte, hay un comentario en el que se expresa la disconformidad a través del siguiente comentario:

Hans, C. (23 de marzo de 2020): "Eso se llama Tráfico de Influencias." [Comentario de Facebook]. Recuperado de

https://web.facebook.com/deslengua2/posts/2420312681557474?_rdc=2&_rdr

[Consulta: 08 de julio de 2020].

Cerrando la oración con un punto que puede llegar a cumplir el rol de un punto final. Por otra parte, los **texto-enunciados** los conforman todos los escritos en la plataforma @deslengua_2 y algo que resaltamos es que el uso de la narrativa en los comentarios, si bien es un recurso que no se suele ver mucho en este espacio pues consideramos que los seguidores dan más opiniones que contar una historia per se, vimos que algunas personas usan la narrativa para burlarse aún más de la situación y demostrar a través de un relato la ironía del caso a través de una pequeña ficción, tal es el caso de un seguidor que comenta lo siguiente:

Hansel,T. (23 de marzo de 2020) "Declaraciones de "el coronavirus": Me iré cuando me de la gana! No cuando lo pidan algunos ignorantes!... Declaró un indignado virus, que también acusa de dictador al presidente Vizcarra por tomar medidas ridículas contra la pandemia, y hace una llamado a salir a las calles a protestar contra la dictadura. Fuente: La fuente confiable de Milagros Leiva." [Comentario de Facebook]. Recuperado de https://web.facebook.com/deslengua2/posts/2420312681557474?_rdc=2&_rdr [Consulta: 08 de julio de 2020].

Otro **plano de inmanencia** relevante son los **texto-objetos** que los conforman las **imágenes y los 'gif's'** que publican los usuarios de la página. Por ejemplo: Un usuario usa una imagen de Milagros Leiva haciendo una mueca graciosa. Al lado izquierdo de esta, hay un octógono que dice: Hans, C. (23 de marzo de 2020): "*Bajo en neuronas, evitar su programa (.....todavía tiene?)*" [Comentario de Facebook]. Recuperado de https://web.facebook.com/deslengua2/posts/2420312681557474?_rdc=2&_rdr [Consulta: 08 de julio de 2020]. Luego él mismo comenta su publicación y pone la imagen de un monito tapándose la cara, dándole así un tono aún más burlesco a su texto-objeto. Con relación a este plano también se usan fotos sin mensaje que tienen

una connotación de burla, como una foto que compartió un seguidor del comercial de don Pepito en son de burla porque la casera tiene cierta semejanza con Milagros Leiva. Otro elemento de los planos de inmanencia a mencionar son las **escenas prácticas**, a propósito de este término, nos planteamos la siguiente pregunta: ¿Cuál es el tipo de escena que predomina en este caso de la periodista Milagros Leiva, considerando que existe la escena de procesos de **acomodación** y la escena **predicativa**?. Luego de pensarlo detenidamente, llegamos a la conclusión de que la que predomina es la escena de procesos de **acomodación**, debido a que en los comentarios suelen verse distintas prácticas, por ejemplo hay comentarios que critican el sistema como también hay prácticas más lúdicas que se van a la sátira y burla. Al final, esto se termina acomodando y crea una semiosfera llena de distintas prácticas que equivalen a un resultado que se define como una mezcla de opiniones satíricas que se complementan entre sí y que adquieren cierta aprobación a través de las reacciones que Facebook otorga. Finalmente, las **estrategias** hacen referencia a signos o figuras icónicas que nos hacen ver que hay una zona crítica en tensión. Un ejemplo de esto podrían ser los hashtags, los cuales, según Fontanille, son la interfaz que permite la acomodación de las prácticas y la creación de una estrategia; sin embargo, no podemos olvidar que los hashtags también pueden desencadenar en un estilo de vida. En el caso que estamos analizando, éstos han sido usados más para crítica pero no para movilizar o impulsar una acción, tal es el caso de #coronadiva que es netamente estratégico.

Taxonomía de los signos-emojis

Tabla 4: Taxonomía de los signos

SIGNOS	DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE USOS EN COMENTARIOS
(.)	Los usuarios lo emplean para mostrar su molestia por determinada situación y expresar una idea de forma tajante.	9 personas "Eso se llama Tráfico de Influencias ."
Pulgar arriba	Si el usuario no quiere expresar ninguna carita en especial y, por ende, ninguna emoción, puede	372 personas

	optar por el simple “me gusta”.	
Corazón	Si una publicación le gustó demasiado al usuario, éste puede presionar el corazón que significa que ésta ‘le encanta’.	3 personas
Cara sonriente	Con un simple “Haha”, la red social ha decidido poner a prueba su icono de la risa. Con ello el usuario ya no tendrá que escribir una carcajada en la red social, sino un simple emoji hará que reemplace el texto por figura. Este símbolo significa “me divierte”.	5 personas
Cara enojada	Si al usuario no le gustó la publicación, en lugar de denunciar las noticias o el post, puede expresar que no le gustó para nada lo que vio en Facebook. Significa “me enoja”.	1 persona
“ ”	Los usuarios usan las comillas como símbolo de burla hacia la periodista	"Distinguida dama"
jjjj	Usuarios repiten la letra “j” para no poner jajajaja (risas)	“El general del aire se escondió, pensó: si me llamó una vez por ser mala en matemática dirá luego que le atendi

		treintacuarenta y cien veces jiji”
...	Los 3 puntos suspensivos los usan para indicar que se ha omitido material de la oración original	“Siempre tiene una excusa la care Droopy esa...”
xd	Simboliza una cara sonriendo	“Nuestra mejor cómica y pinocha. Siempre se le ocurre algo nuevo para hacernos reír. xdd”

2. La optimización de las prácticas

La **optimización de las prácticas** se divide en: **praxis, procedimiento, conducta, protocolo / falta de sentido, esquematización, regulación, acomodación y el ritual.** Para poder explicar cada uno de ellos y su relación con el presente trabajo, se tienen que tomar en cuenta las **modalidades de la eficiencia.** Para empezar, vemos que en el post de Milagros Leiva, está el siguiente comentario:

Hans, C. (23 de marzo de 2020): *“Asú también le pagó 30 mil dólares por esa primicia? Esa Milagritos no desaprovecha el momento”* [Comentario de Facebook]. Recuperado de https://web.facebook.com/delengua2/posts/2420312681557474?_rdc=2&_rdr [Consulta: 08 de julio de 2020].

Acá el usuario utiliza la modalidad del **poder-hacer** (posible vs no posible), pues cuenta con su dispositivo (computadora), es miembro de la comunidad y tienen Internet para conectarse (puedo). El **hacer** se evidencia cuando el usuario (a) hace uso de su computadora para expresar lo anteriormente mencionado (caso de la ‘primicia’) en la página de Facebook @delengua_2. Como podemos apreciar en este caso, sin el **poder**, el internauta no puede llegar al **hacer** (relación causa- efecto), ya que de no poder tener una computadora o un celular, la persona no podría escribir su comentario en dicho ‘fanpage’. En el caso de la periodista Milagros Leiva, podemos ver en la mayoría de los comentarios cómo muchos usuarios que tienen cuentas de Facebook, la aprovechan al

máximo para burlarse del error de la mencionada periodista al escribir sus comentarios burlescos. Por otra parte, hay que precisar, que el sujeto enunciador de @Deslengua2 tiene el **ritual** autónomo de colgar post con gran intensidad. Por tal motivo, este ‘homo digitalis’ al ver lo de Leiva sigue un **procedimiento** bajo un **saber-hacer**, es decir, busca en toda su subjetividad qué decir o qué comentar, para de esta manera, luego llevarlo a cabo (el sujeto operador tiene una programación previa), para seguir ‘la chacota’ que comenzó el administrador de la página (programados para seguir al líder). Cabe resaltar que esta organización sintagmática se ve delimitada por su anterior, es decir, para saber se tiene que poder, entonces si un seguidor sabe algo pero no lo puede concretar no podría realizar una acción al respecto. Es importante señalar que al igual que la praxis del **poder-hacer**, en la del **saber-hacer**, hay una relación causa-efecto, dado que si el individuo no sabe qué decir o comentar, no podrá hacer ningún comentario. Esto no se puede observar en nuestro caso, porque el error de la periodista fue tan notorio que es imposible que la gente no sepa decir nada al respecto, ya sea emitir un comentario jactancioso o no. Posteriormente, viene la **conducta** tangibilizada en el texto-enunciado o comentario y esto lo podemos ver en todos los comentarios. Su modalidad es la del **querer-hacer** en la que el actante es responsable de una determinada acción (tiene una intencionalidad). Por ejemplo, cuando un autor de la página señala:

@Deslengua2 (4 de julio de 2020): “*Uno ya no puede hacer una bromita :(*”
[Comentario de Facebook]. Recuperado de
<https://www.facebook.com/deslengua2/photos/a.1388136301441789/2500236486898426/?type=3&theater>

Esto en relación a que Milagros Leiva lo bloqueó del Twitter por ‘vacilarla’ continuamente. Aquí podemos percibir por tanto el querer-hacer, ya que el autor dijo eso a propósito para burlarse del hecho que lo bloqueó de esa red social (quiso burlarse de ella de nuevo y lo hizo). El **protocolo/falta de sentido** tiene una carga emocional fuerte y esto ayuda a romper algunos programas, además puede ser un accidente, una desprogramación, un ejemplo de esto es el siguiente comentario:

Jesus, S.C (2 de julio del 2020):“*De las pocas que está enfrentando al gobierno*”
[Comentario de Facebook]. Recuperado de
<https://www.facebook.com/deslengua2/photos/a.1388136301441789/2500236486898426/?type=3&theater> [Consulta: 4 de julio de 2020]

Varias personas comienzan a reaccionar con me divierte y otras responden al usuario diciendo que se calle. Lo curioso es que fueron 2 personas que son fans destacados quienes comentan y de esta manera ‘salpican’ las reacciones a otro usuarios. Cabe señalar también, que su modalidad de la eficiencia se basa en el **deber-hacer**. Esta modalidad está sujeta a la regulación social (la sociedad te dice qué debes hacer en determinadas situaciones y qué no). Finalmente, el ritual se basa en la modalidad del **creer**, es decir, en los tipos y niveles de creencia que tienen las personas (en este caso, la comunidad de deslengua2). Por ejemplo, en los comentarios de:

Eduardo, N (2 de julio de 2020): “*Y son los mismos que llaman dictador a Vizcarra :v HIPOCRESÍA*” [Comentario de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/deslengua2/photos/a.1388136301441789/2500236486898426/?type=3&theater> y en Melany, L (2 de julio de 2020): “*Deslengua2 ¿Qué clase de Rosa María Palacios es ella? □*” [Comentario de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/deslengua2/photos/a.1388136301441789/2500236486898426/?type=3&theater>, podemos intuir que ambos usuarios **creen** que por opiniones anteriores hechas por la periodista, es una hipócrita y a veces tonta, cuando dice afirmaciones sin sentido al puro estilo de la también periodista Rosa María Palacios.

CAPÍTULO 4: DISCUSIÓN

En el presente apartado resolveremos la pregunta de investigación ¿Cómo se desarrollan las prácticas políticas de la comunidad digital @Deslengua2 en Facebook? En primer lugar, el espacio es conjuntivo porque se crea a partir de relaciones o agenciamientos entre elementos humanos y no humanos en mayor o menor intensidad. Se conjuntan elementos (que están en el plano extensivo) y lo hacen con más o menos intensidad. (Zilberberg, 2015) Entonces, la comunidad de @Deslengua2 es un espacio concesivo, continuo en el tiempo y dinámico que permite generar relaciones o agenciamientos entre todos sus usuarios sin necesidad que todos estén en un mismo espacio físico. La comunicación digital elimina toda distancia física de los individuos para reemplazarlo por las conexiones digitales y acelera la información hasta el punto de que todo se mezcle con todo. Vivimos en la era de la hipercomunicación, pero no del conocimiento (Han, 2017). De acuerdo con Han, en esta comunidad prevalece la comunicación libre, constante y bidireccional entre todos los usuarios, sin necesidad de generar conocimiento alguno, toda aquel usuario que existe en este grupo tiene la libertad de comentar y sentir a través de los objetos o interfaces del espacio virtual, estas relaciones o participaciones se van formando siempre por algún nuevo post que comparte el sujeto enunciador de @Deslengua2, como en el caso del post de Milagros Leiva.

Landowksi afirma que la gente construye el espacio en la medida que es vista o no es vista. Por otra parte, señala que en los regímenes de visibilidad, existe una relación entre hacerse ver y dejar visto. Estos juegos ópticos nos demuestran que hay una relación entre el sujeto observable y el observador. Por ejemplo, en el caso de la periodista Milagros Leiva y su confusión al decir las cifras del Covid-19, se puede apreciar en la página @Deslengua2 que los internautas aplican el hacerse ver y el dejar visto cuando el administrador de la página emplea estos juegos ópticos.

De tal manera, esta shitstorm es el hábitat espectacularizado y hipercomunicado de un nuevo humano aislado, individualizado, distante del respeto y de la comunidad: “el Homo Digitalis”, un sujeto que consume poder, que expone y pide atención, es alguien que escribe, que siente, que comunica, que es anónimo, pero, sobre todo, que consume en exceso (Han, 2014). Los homo digitalis o sujetos de la comunidad de @Deslengua2

tienen el poder de realizar cualquier acción comunicativa para un fin en común, cada sujeto interactúa de la forma que más le plazca, tiene libertad de expresión sin límites a diferencia de la prensa y medios comunicativos, es decir, está en su propio poder ser visto, dejarse ver, no querer ver, entre otros juegos ópticos, lo que otorga un gran dinamismo en el espacio. Para que la masa de construcciones sea portadora de significación se debe de ejecutar la intuición semántica de colectividad y saber cuales son las cualidades del lenguaje natural de la semiosfera (Lotman, 2018). Por ello, esta conglomeración de textos-enunciados y compartir de los diferentes usuarios son claves para que el sentido cobre vida a través de las prácticas bajo un lenguaje común. La participación online ha permitido configurar un nuevo escenario en torno a la organización de acción, desarrollo de debates y compartiendo ideas en conjunto. Son en estas plataformas por donde se promueve el cuidado de los poderes públicos y la fomentación de la transparencia en la gestión de las distintas administraciones, de esta forma contribuye a la democracia participativa (González, M y García, M., 2016). Sin embargo, los agenciamientos que se dan en esta comunidad no siempre dan paso a debates o ideas en conjunto de esta comunidad virtual, pero si se genera gran crítica satírica, parte de ello es porque @Deslengua2 se caracteriza por usar noticias falsas y, en especial, noticias satíricas. Las noticias sátiras usan el humor para presentar noticias de actualidad en relación con contextos políticos o económicos con el fin de criticar o ridiculizar la realidad (Suárez, 2019). Por ejemplo, apreciamos un dejar ver “satírico” de los juegos ópticos de Landowsky cuando los usuarios de la página registran sus opiniones jactanciosas por el acontecimiento cometido por la periodista Milagros Leiva e incluso critican su excusa de que se desconcentró en decir bien la cifra, porque iba caminando al otro set.

En efecto, Nietzsche introduce los conceptos de sentido y de valor en la filosofía moderna. Ambos le permiten erigir una crítica total e intempestiva que coincide en gran medida con la de la semiótica. Toda valoración actual realizada en un discurso supone valores potenciales o virtualizados para apreciar los fenómenos de sentido. El problema crítico de cualquier perspectivismo es, entonces, el valor de los valores, la valoración de la que procede su valor, o sea, el problema de su creación. (Deleuze, 2012) En contraste a ello, nos orientamos hacia el sentido del humor crítico, es decir, que no solo es el humorista el que hace reír. Si no ataca según a algo que le afecte, agrade a alguien y

goza de eso como maldad divina. A partir de ello, podemos interpretar que al personaje señor “Todo el mundo”:

Sr. todo el mundo: Forma perfecta de representar al ciudadano. Es una fantasía, una utopía. Se crea una subjetividad perfecta. El administrador de la página, mediante el sujeto enunciador digital es el Sr Todo El Mundo, un sujeto satírico y representa la forma de comportarse para los internautas de @Deslengua2. De acuerdo con Heredia (2014), la sátira política es el arma idónea para hacer crítica social desde la inteligencia humana, es una manifestación más de la libertad de expresión y de la creación artística para hacer reír, generar sorpresa o estupor, ya que es un instrumento de denuncia y crítica en distintas manifestaciones del arte: humor gráfico, cine, música, teatro, artículos periodísticos.

Los sujetos de @Deslengua2 tienen libertad para expresarse de la forma que quieran, pero son influenciados por el tono picante y satírico que usan los administradores (los cómicos) al compartir los diferentes post, lo que lleva a que ellos también adopten esta forma satírica de comunicación entre ellos y se sientan identificados con la comunidad. Esto concuerda con nuestro cuadro de engagement, donde el meme, los post con screenshot de diferentes tweets (acompañado con una opinión) y los post con crítica tienen mayor promedio de engagement. Este impacto genera concesión y discontinuidad entre las prácticas, pero sobre todo interacción por afinidad intensiva o agenciamientos para que el sentido de la comunidad se genere. Para los indígenas, los jaguares son personas ya que tienen un concepto sobre “jaguar” y también de “persona”, ya que la jaguaridad es una potencialidad de las personas humanas (Viveiros de Castro, 2000).

Es decir, para que un usuario @Deslengua2 de la comunidad comprenda al otro tiene que tener una capacidad de Desglenguaridad, es decir, expresarse libremente en un tono satírico en diferentes post continuos. De esta forma, las prácticas digitales son parte de una tecnocultura que da lugar a nuevas prácticas, formas de mediación y autoorganización social que reformulan la reproducción social. (Caballero, 2018). En @Deslengua2, los usuarios interactúan al formar conexiones comunicativas con motivo de criticar, reír, ironizar o satirizar los textos-enunciados que comparte el sujeto enunciador de la comunidad, muchos de estos usuarios repiten prácticas similares en los constantes post que va soltando la página. De esta manera, podemos afirmar, según

Landowski, para que un sujeto pueda operar sobre un objeto cualquiera es necesario que dicho objeto esté “programado”, pero la noción de programación misma remite a la idea de “comportamiento en sociedad” y finalmente se traduce a la idea de gramática narrativa de “rol temático”. este rol temático que adquiere cada usuarios se basa en su capacidad de deslenguaridad, es decir, asume su rol de @Deslengua2

Por otro lado, Según Oscar Quezada, existe una instancia de enunciación y que este controla la perspectiva del texto y del discurso. De esta forma, en las publicaciones @Deslengua2 lo que rige en como enunciación sería bien la imagen y publicación y el texto acompañado, sin embargo, este el texto o título que acompaña a esta imagen va dar el sentido al discurso, ya que este establece un guía en la lectura. Por otra parte, el propio administrador de @Deslengua2 pretende que el mensaje sea entendido y que su perspectiva del texto se vea reflejado en la publicación con ayuda del título. Quezada (2017) escribe “En nuestro caso, [Yo], humorista, digo [yo] escribiendo, haciendo que [usted] lea; y dibujando, haciendo que [usted] vea (a [ellos])”. Este ejemplo se ajusta al propósito del lenguaje satírico usado por la página, ya que es una forma para que el “humorista” y el lector se puedan conectar. Es por ello que en la práctica del discurso de la publicación se ve reflejado un dominio de la expresión. Según Fontanille (2014), las prácticas se integran a todos y se crea un discurso interno de acuerdo a las opiniones de cada uno, por ello la creación de posiciones y creación de personajes. Así entre snobs y dandy buscan al ver a alguien que nos está a favor de la página o la publicación reajustarlo por medio del discurso satírico. No obstante, a mayor o menor laxitud con que la sátira es aceptada por la sociedad, mayor o menor nivel de compromiso frente a los sistemas democráticos por parte de dicha colectividad humana. Cuando la libertad de expresión es ejercida por “los cómicos” los poderes políticos, religiosos o económicos, difícilmente salen inmunes (Heredia, 2014). Se han encontrado distintos personajes actanciales que dan vida a las prácticas digitales, de acuerdo a la laxitud con que es aceptada la sátira en la comunidad de @Deslengua2 como:

Esnob: Subjetividad que va a tratar de seguir al pie de la letra al señor todo el mundo tanto en su manera de ser y de comportarse. Sujeto programado de la sociedad. **Es consensual**

Usuarios como **Melany López:** “Deslengua2 ¿Qué clase de Rosa María Palacios es ella? 🤔” (7 me divierte, 6 me gusta y 1 me importa) y **Edward Reyes Aguirre:** “Han

de haber cientocatorcecincuentaquinquemillones de bloqueados hasta el momento. 😂😂
😂” (15 me divierte, 1 me gusta) ‘siguen la joda’ hacia la periodista que empezó el administrador de la página, por eso los consideramos ‘esnobs’ (siguen al pie de la letra al señor todo el mundo en su manera de ser y comportarse).

Camaleón: Siempre es un intruso. Es invasivo a los códigos del señor todo el mundo (quiere ser como él). Subjetividad relacionada a la alteridad

Luego de que el administrador de la página se burla de las cifras mal dichas por la periodista y afirma: “Uno ya no puede hacer una bromita 😊” y muestra una foto en la que se ve que Milagros Leiva la bloqueó en el Twitter, la fan destacada de nombre **Fiorella Martínez Valencia** irrumpe en la publicación al señalar: “Deslengua2 de mejores cuentas te han bloqueado y bloquearan 😂😂”. Con este mensaje podemos deducir que ella quiere ser como el señor todo el mundo que en este caso es el administrador de la página.

Oso: Se escapa del señor todo el mundo (Anarquista). Quiere salir del sistema

El usuario de nombre **Luigi S Marques** dice: “Todos se burlan de ella, pero no saben ni escribir su nombre” (51 me divierte, 8 me gusta y 1 me importa). Por lo visto en su comentario, podemos deducir que es un oso, porque quiere salir del patrón de opiniones burlescas hacia la periodista e incluso ataca a esas personas al insinuar que éstos no saben ni redactar su nombre y aún así se atreven a burlarse de ella (se escapa del Señor Todo El Mundo).

Dandy: Busca exclusividad.

Usando la publicación mencionada anteriormente como ejemplo, destacan principalmente las reacciones de “me encanta”, pues estas no van muy acorde al tono del post, es decir, este hace referencia a que Fujimori no ha ido al hospital durante la pandemia, y por ello, las reacciones que irían acorde a la publicación serían los likes, “me asombra”, “me enoja” o “me divierte”; no obstante, 11 seguidores le dieron “me encanta”.

Ahora, en el mundo digital prima la percepción serial, en vez de la percepción simbólica, se basa en que la persona consume o capta sucesivamente elementos

externos, como una noticia tras otra, un post tras otro post, de una sensación a la siguiente, sin finalizar jamás.

De esta manera, la percepción serial es extensiva al establecer conexiones entre los sujetos digitales bajo el consumo y producción de información, a diferencia de la percepción simbólica del rito que es intensiva y crea vínculos comunitarios o relaciones corpóreas entre sujetos de manera sólida. (Han, 2020). Por ello, todos estos sujetos actanciales tienen una percepción serial dentro del espacio virtual de Deslengua2, consumen y captan, en su gran mayoría y constantemente, diferentes textos-enunciados ligados a la sátira, para ellos es un goce, una sonrisa, un placer y sobre libertad de comunicar sus críticas, sin necesidad que se vean afectados por los demás. Así, el signo más usado por estos usuarios es el “me divierte” que genera gran emotividad.

Sin embargo, hasta el mecanismo activo más pequeño no está separado, sino, forma la totalidad del espacio semiótico de una cultura dada mediante la interacción, además, la asimetría es el lazo que se establece entre el centro y a periferia (Lotman, 2018). No solo se produce post con gran carga emotiva satírica que lleva a crear relaciones de afinidad intensiva. Los administradores también comparten post con noticias objetivas o no deformadas por la sátira que son parte de la semiosfera al ocupar la periferia, pero no tienen gran interacción entre los usuarios, ya que no se ve reflejado el sentido principal de la comunidad: el ser un @Deslengua2. Así, la pantalla digital causa una zona de bienestar que bloquea la negatividad de lo distinto, para reproducir el yo narcisista como un igual en los sujetos que tienen mucho placer ante lo visual de las pantallas, pues este genera un reflejo de la mirada y alimentan el ego. (Han, 2017).

Por ello, cuando el sujeto enunciadore pasa a un informante sobre noticias objetivas, las relaciones de filiación salen a luz sin gran interacción entre diferentes puntos de vista, es decir, los pocos usuarios que se relacionan no se devienen en ser @Deslengua2 para entender al otro como uno más, si no se devienen en el rol actoral de ciudadano, es decir, una categoría social objetiva, lo cual a no muchos les interesa participar, puesto que es una comunidad netamente subjetiva. Frente a ello, Viveiros de Castro (2000) afirma que para el mundo occidental, explicar es reducir la intencionalidad de lo conocido, en otras palabras, se forma un punto de vista objetivo más que subjetivo. En esta comunidad prima la subjetividad en base a la sátira política.



CONCLUSIONES

- La página de Facebook **@Deslengua2** se rige en la actualidad como una gran alternativa para el debate, sobre todo ahora en estos tiempos de covid-19 en que ya no se pueden dar debates presenciales en colegios y universidades por obvias razones. Esto le da un gran ‘plus’ al apogeo de estas páginas digitales de tinte político-satírico.
- Cabe resaltar que la **sátira** empleada en la página es un elemento fundamental que sirve de enganche para obtener cada vez un mayor número de seguidores, ya que es una manera novedosa e interesante de generar debate político. Como se señaló en la investigación, la sátira es un elemento de alto engagement y amplía los espacios de interacción. Nos orientamos hacia el sentido del humor crítico, es decir y no solo es el humorista el que hace reír.
- En cuanto a la clasificación por tipo de post, los que tienen más ‘**Engagement promedio**’ tenemos primero a los post con video (**1%**), luego le siguen los memes (**0,89%**) y en tercer lugar encontramos los post con *screenshot* de un tweet (**0,79%**).
- Finalmente, existe una presencia de disconformismo de personas que se muestran en contra de las publicaciones “poco serias” de **@Deslengua2**. Es así que identificados los personajes primarios como el **Señor todo el mundo** y los **snobs**, existe un discurso que mantiene el campo satírico de la página en donde se pretende reajustar al oponente o el disconforme con las publicaciones de la comunidad virtual.

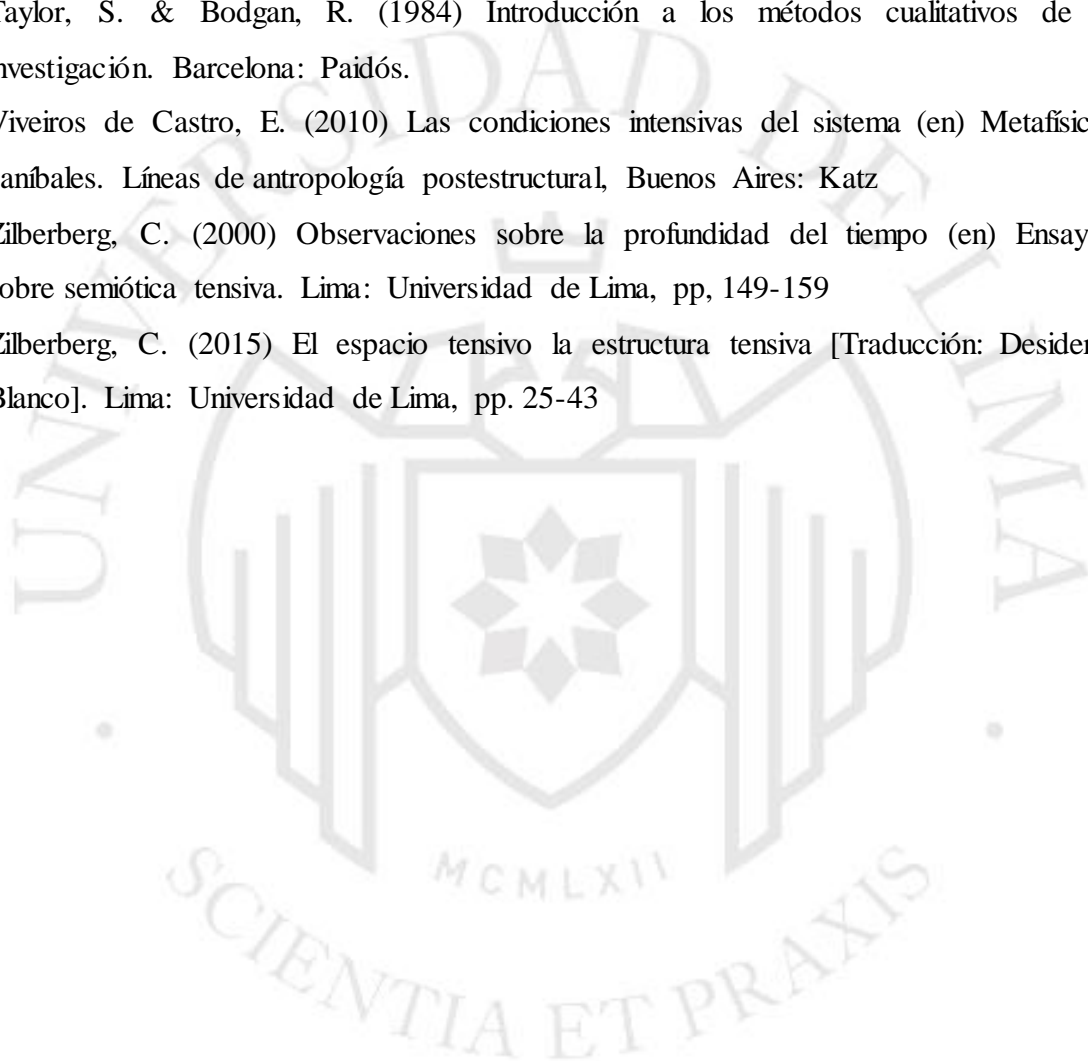
REFERENCIAS

- Acosta, M., & Nevache, C. (2020). La conversación digital en torno al hashtag# RespetoAlDolorDeMadre en Panamá. *Revista Dígitos*, 1(6), 13-30. Recuperado de: <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/171/88>
- Briceño Romero, Y., Manrique, J., Sanabria Muñoz, L., & Gómez Reyes, A. (2018). Clasificación discursiva de los comentarios en Facebook desde la actitud política: una revisión de las reacciones a actores emergentes. *index.comunicación*, 8(3), 43-64. Recuperado de <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/425/422>
- Burgos, E. (2015, marzo). LA TECNOPOLÍTICA Y LA ACCIÓN COLECTIVA EN LA SOCIEDAD RED. Recuperado 3 de junio de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199536848032>
- De Marco, S. (2017). La revolución de Internet. Los usos beneficiosos y avanzados de Internet como la nueva frontera de la desigualdad digital. *Panorama SoCiaL*, 99.
- El perfil del usuario del usuario de redes sociales IPSOS, 2018. Recuperado a partir de <https://drive.google.com/file/d/1uxj-UFc2rN8S4NqM9BhxCIC4KKkfCzCH/view?usp=sharing>
- Del Vicario, M., Zollo, F., Caldarelli, G., Scala, A., & Quattrociocchi, W. (2017). Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate. *Social Networks*, 50, 6-16. doi: 10.1016/j.socnet.2017.02.002
- Flores-Marques, D. (2016). Espacio público, desacuerdos y desigualdades: la expresión pública de los activistas en internet. *Observatorio (OBS*)*, 10(ESPECIAL), 54page-73.
- Fontanille, J (2014) Introducción: Inmanencia y pertinencia de las prácticas (en) *Semiótica de las prácticas*. [Traducción: Desiderio Blanco] Lima: Universidad de Lima, p, 21-28
- Gebera, O.W.T (2008) La netnografía: un método de investigación de Internet. *Educación*, 42, 81- 93. Recuperado a partir de https://www.researchgate.net/publication/28208731_La_netnografia_un_metodo_de_investigacion_en_Internet

- Georgalou, M. (2016). 'I make the rules on my Wall': Privacy and identity management practices on Facebook. *Discourse & Communication*, 10(1), 40-64. doi: 10.1177/1750481315600304
- González, M; García, M. (2016). Ciudadanos y Web 2.0: las nuevas formas de participación apuestan por la transparencia en la gestión. VIII Congreso Internacional de Ciberperiodismo: El impacto de las audiencias en los perfiles profesionales y los contenidos, p 30-46. Recuperado a partir de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76282/Pages%20from%20Actas%20VIII%20Congreso%20Ciberperiodismo-3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2020). *La desaparición de los rituales*. Barcelona: Herder.
- Heredia, A. V. (2014). LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y SÁTIRA POLÍTICA: UN ESTUDIO JURISPRUDENCIAL. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 11.
- Horn, Ines Schulze, et al. "Business reputation and social media: A primer on threats and responses." *Journal of direct, data and digital marketing practice* 16.3 (2015): 193-208.
- Kurban, C., Peña-López, I., Haberer, M. (2017). "¿Qué es la tecnopolítica? Un esquema conceptual para entender la política en la era digital". *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 24, p. 3-20. ISSN 1699-8154. DOI: 10.7238/idp.v0i23.3061
- Macchiavello, Ó. Q. (2018). *Mundo mezquino* (1.ª ed.). Alianza Editorial.
- Landowski, E., Blanco, D., & Universidad de Lima, Fondo Editorial. (2007). *Presencias del otro*. Alianza Editorial.
- Landowski, E. (2012) ¿Habría que rehacer la semiótica? *Contratexto*, (020), 127-155.
- Landowski, E. (2012) De la programación a la estrategia (en) *Interacciones arriesgadas*. Lima: Universidad de Lima.
- Lotman, I. M., Blanco, D., & Lima, U. d. (2018). *La semiosfera* (Primerán. ed.). Lima: Universidad de Lima, Fondo Editorial.
- Leetoy, S., Zavala-Scherer, D., & Sierra, F. (2019). Presentación: Tecnopolítica y ciudadanía digital. *Comunicación Y Sociedad*, 1-8. Recuperado a partir de <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/7462>

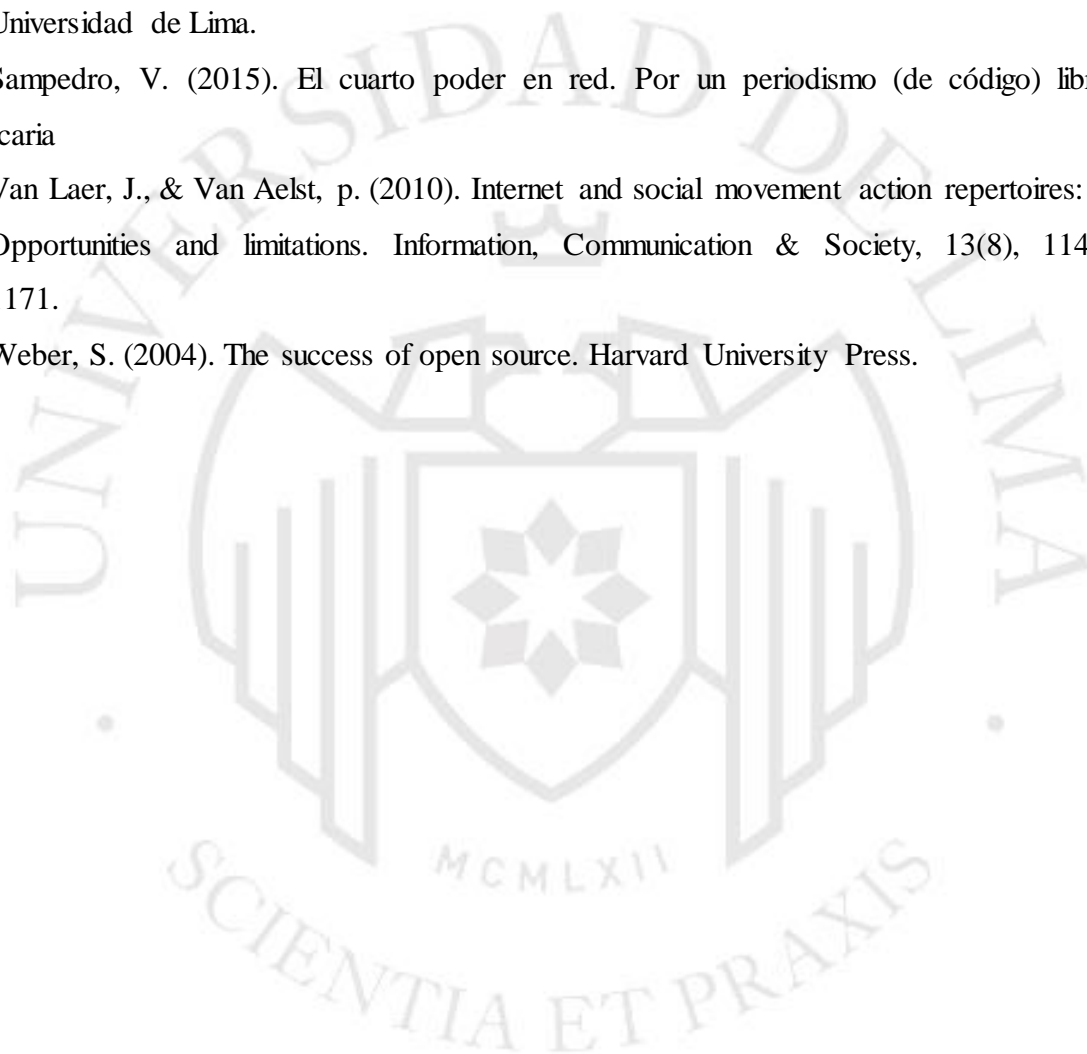
- Peggy Simcic Bronn. (2015). CORPORATE REPUTATION AND THE DISCIPLINE OF CORPORATE COMMUNICATION . En The handbook of communication and corporate reputation (53-62). United Kingdom: Wiley Blackwell.
- Pieter, C; Lutz, C. (2017). Spiral of Silence 2.0: Political Self- Censorship among Young Facebook Users. Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society, No. 10, p. 1-12. Recuperado a partir de <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3097286.3097296>
- Pozos, F. D. J. D., González, R. L., & Ortiz-Henderson, G. (2017). Redes sociales Digitales y participación política de jóvenes universitarios de México y Chile: Una revisión de estudios. *Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación*, 14(26). Recuperado a partir de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/911/476>
- Quattrociocchi, W., Scala, A., & Sunstein, C. (2016). Echo Chambers on Facebook. SSRN Electronic Journal. doi: 10.2139/ssrn.2795110
- Rendueles, C; Sábada, I. (2019). Digitalización y cambio social. De las expectativas apocalípticas a la tecnopolítica del presente. Cuaderno de relaciones laborales 331- 349. Ediciones Complutense 37 (1). Recuperado a partir de https://eprints.ucm.es/58116/1/Digitalizacion_y_cambio_social_De_las_e.pdf
- Robles, J. M., Molina, Ó., & De Marco, S. (2012). Participación política digital y brecha digital política en España. Un estudio de las desigualdades digitales. *Arbor*, 188(756), 795-810.
- Robles, J. M., Antino, M., De Marco, S., & Lobera, J. (2016). La nueva frontera de la desigualdad digital: la brecha participativa. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, (156), 97-116.
- Robles, J. M. (2017). ¿Por qué la brecha digital es un problema social?. *Panorama SoCiaL*, 9.
- Sánchez Duarte, J.M (2015). Participación digital en los partidos políticos. Autonomía y prácticas de militancia en red. *Revista de comunicación digital DÍGITOS*, p.p: 59-69. Recuperado de: <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/3>
- Sancho, G. R. (2018). El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Teknokultura*, 15(2), 223-240. Recuperado de: <file:///C:/Users/Sergio/Downloads/Dialnet-ElDevenirFeministaDeLaAccionColectiva-6703973.pdf>

- Szwajca, Danuta. "The role of social media in corporate reputation management—The results of the Polish enterprises." *Foundations of Management* 9.1 (2017): 161-174.
- Sierra Caballero, F. (2018). Ciberactivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 980-990.
- Suárez, J. A. (2019). Un acercamiento crítico a las noticias falsas desde la teoría de Lippmann.
- Taylor, S. & Bodgan, R. (1984) *Introducción a los métodos cualitativos de la investigación*. Barcelona: Paidós.
- Viveiros de Castro, E. (2010) *Las condiciones intensivas del sistema (en) Metafísicas caníbales*. Líneas de antropología postestructural, Buenos Aires: Katz
- Zilberberg, C. (2000) *Observaciones sobre la profundidad del tiempo (en) Ensayos sobre semiótica tensiva*. Lima: Universidad de Lima, pp, 149-159
- Zilberberg, C. (2015) *El espacio tensivo la estructura tensiva [Traducción: Desiderio Blanco]*. Lima: Universidad de Lima, pp. 25-43



BIBLIOGRAFÍA

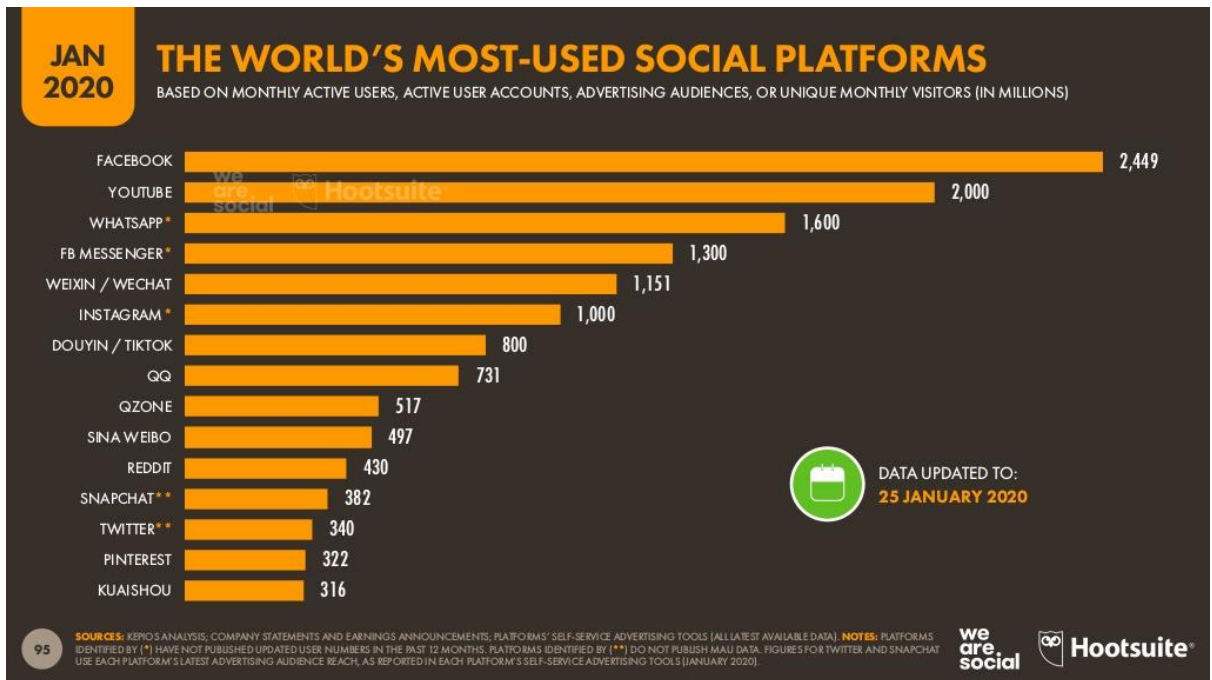
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press
- Fontanille, Jacques (2017) *De la semiótica del ser vivo a las formas de vida (en) Formas de vida*. [Traducción: Desiderio Blanco]. Lima: Universidad de Lima.
- Landowski, E. (2012) *El régimen del ajuste (en) Interacciones arriesgadas*. Lima: Universidad de Lima.
- Sampedro, V. (2015). *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Icaria
- Van Laer, J., & Van Aelst, p. (2010). Internet and social movement action repertoires: Opportunities and limitations. *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146-1171.
- Weber, S. (2004). *The success of open source*. Harvard University Press.





ANEXO 1: THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

Anexo 1: The world's most-used Social Platforms

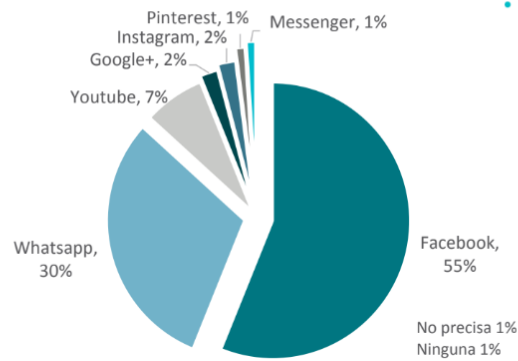


Fuente: The Global State of Digital (2019)

ANEXO 2: LA RED SOCIAL FAVORITA

Anexo 2: La Red social favorita

LA RED SOCIAL FAVORITA
Facebook se posiciona como la red social preferida en la mitad de los entrevistados.



Fuente: IPSOS (2018)

