

Subjetividad política en Twitter: elecciones a la Alcaldía de Quito 2019

Yépez-Reyes, Verónica

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

✉ VYEPEZR@puce.edu.ec

🆔 ORCID ID: [0000-0003-3617-0418](https://orcid.org/0000-0003-3617-0418)

Riera, Wilma

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

✉ WRIERA@puce.edu.ec

🆔 ORCID ID: [0000-0001-8500-7639](https://orcid.org/0000-0001-8500-7639)

González, María Alejandra

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

✉ MGONZALEZ985@puce.edu.ec

🆔 ORCID ID: [0000-0003-0110-2220](https://orcid.org/0000-0003-0110-2220)

Documento recibido:

08 noviembre 2019

Aprobado para publicación:

14 abril 2020

Resumen

Este artículo estudia la subjetividad política en la campaña electoral por la Alcaldía de Quito 2019, guiado por la pregunta, ¿qué temáticas abordan en Twitter los/las 18 candidatos/as para influir en la subjetividad de sus potenciales electores? El estudio aborda el análisis del comportamiento como un fenómeno discursivo, en la relación sujeto-comportamiento-ideología en la construcción de intersubjetividades (Verón, 2004). Los discursos en Twitter (02-03.2019) se analizaron a través del análisis morfológico del discurso (Freeden, 2013; Steger et al., 2013). Los tres conceptos centrales en los discursos (n=1005 tuits) se ubicaron dentro de las categorías de: seguridad, movilidad y ecología, siendo estos los temas centrales abordados por los candidatos con énfasis especial en la temática de la fauna urbana, y la seguridad en su relación con movilidad y el espacio público, y este último como referente del espacio de vital (de producción, bienestar y realización) de la ciudadanía

Palabras clave

Análisis morfológico del discurso (AMD); Twitter; Subjetividad, Psicología social, Ecuador

Resumo

Este artigo estuda a subjetividade política na campanha eleitoral à Câmara Municipal de Quito 2019, conduzido pela pergunta, «quais os temas abordados no Twitter pelos 18 candidatos, para influenciar a subjetividade dos seus potenciais eleitores?». O estudo aborda a análise do comportamento como um fenômeno discursivo, na relação sujeito-comportamento-ideologia na construção de intersubjetividades (Verón, 2004). Os discursos no Twitter (02-03-2019) foram analisados através do estudo do morfológico do discurso (Freeden, 2013; Steger et al., 2013). Os três conceitos centrais nos discursos (n = 1005 tweets) centraram-se nas categorias de segurança, mobilidade e ecologia, sendo esses os principais temas abordados pelos candidatos, com especial ênfase na questão da fauna urbana e da segurança na sua relação com a mobilidade e o espaço público e, este último, como referência do espaço vital (de produção, bem-estar e realização) da cidadania.

Palavras-chave

Análise do discurso morfológico (AMD); Twitter; Subjetividade, Psicologia Social, Ecuador

Abstract

This paper studies political subjectivity in the campaign for Mayor of Quito in 2019. The research question guiding this study is: «what topics do the candidates address on Twitter to influence the subjectivity of their potential voters?». Further, the research analyzes behavior as a discursive phenomenon; which addresses the subject-behavior-ideology relationship in the construction of intersubjectivities (Verón, 2004). Discourses on Twitter (02-03.2019) were studied through morphological discourse analysis (Freeden, 2013; Steger et al., 2013). The three core concepts (n = 1005 tweets) were located within the categories of: ecology, mobility, and security, which are the main issues addressed by the candidates with special emphasis on the topics of urban fauna, and security in its relationship with mobility and public space, and the latter as a reference of the vital place (of production, welfare and realization) of citizens..

Keywords

Morphological discourse analysis; Twitter; Subjectivity; Social psychology; Ecuador

Introducción

La plataforma de micro-blogging Twitter se debate entre ser una red social de comunicación interpersonal o un medio de comunicación masiva (Bratslavsky et al., 2019; Sandoval-Almazán & Valle, 2018). García-Alabacete & Theocharis (2014) se inclinan a ubicarlo en la zona de frontera. Twitter empezó en 2006 como un servicio de mensajería de textos que comparte la estructura de los blogs al mostrar las entradas en orden reverso cronológicamente. Papacharissi (2010) se refiere a los blogs como una nueva expresión de 'narcisismo', no de manera peyorativa, sino como una forma de definir la introspección y el ensimismamiento en su uso.

La estructura de Twitter permite una comunicación rápida y una pronta diseminación de los mensajes que circulan. Bratslavsky et al. (2019) destacan cómo las plataformas de redes sociales como Twitter se han tornado esenciales para la comunicación política y, por este motivo, las “estructuras tecnológicas subyacentes” (p. 5) han sido difícilmente cuestionadas. Si bien en los estudios iniciales de redes sociales se idealiza con optimismo cómo éstas promueven el acceso a toda la población, abriendo canales para la participación y la democracia, consideran que, al contrario, hoy en día Twitter se caracteriza por su simplicidad, impulsividad e incivildad —con lenguaje descortés, insultante y ofensivo— (Ott, 2017, p. 60).

La simplicidad de Twitter se expresa en sus mensajes cortos (como el silbido de un pájaro) cuyo límite en el uso de caracteres (máximo 280) impide entrar en detalles y extensas explicaciones. Si bien conversaciones más largas pueden producirse en una serie de mensajes encadenados como respuestas al primer tuit. La estructura de Twitter incluye además re-tuits RT (reenvíos), menciones a otras cuentas utilizando la @ precediendo al nombre, # hashtags que constituyen enlaces cortos a temas destacados, imágenes, vínculos a páginas de internet —mediante acortadores de direcciones URL (ej. bit.ly ó tinyurl.com) —, respuestas a los mensajes y favoritos, expresados a través de un ícono de corazón.

Ott (2017) sostiene que los tuits se caracterizan por ser impulsivos y muchas veces contener una fuerte carga afectiva, son fáciles de enviar y tiene la capacidad de movilizar comunidades momentáneas y casi permanentes de interés alrededor de problemáticas actuales, una consecuente producción de subjetividad e intersubjetividad; sería el trabajo de la ideología el transformar el comportamiento en prácticas sociales, sentimientos, anhelos o intereses de los sujetos, en la relación, motivo-medio-fin que se puede observar en Twitter.

En este estudio se analiza la interacción en Twitter mediante un análisis psicosocial de las prácticas sociales y de la subjetividad, lo que implica situar varios elementos:

- I. Lo social y lo individual no refiere diferenciación: el sujeto es al mismo tiempo singular y social. De ello deviene, que para comprender la subjetividad desde una mirada psicosocial es necesario admitir que lo psíquico, no es sino la cultura la que, a través de su internalización le da forma, por tanto, es histórico social y en consecuencia “toda subjetividad da cuenta de la historia de un sujeto en el interior de un sistema de relaciones de producción” (Carpintero, 2003, párr. 21).
- II. Todo sujeto, toda colectividad es contextual-epocal e implica decir que lo psíquico y en consecuencia la subjetividad obedece a una configuración histórico-social y se incorpora en el sujeto, en el proceso de socialización, donde éste se singulariza.

En este análisis, la ideología se sitúa como aquellos contenidos que le dan forma a la cultura. Verón (1978) plantea que es importante comprender la ideología en el mundo del sujeto, a través de la relación sujeto-comportamiento-ideología, por tanto, a la construcción de subjetividad e intersubjetividad. Es en el espacio social donde se produce este intercambio, y donde se efectiviza la internalización y oposición a las prácticas sociales que producen y reproducen la ideología. Verón considera al comportamiento como un fenómeno discursivo, y al referir comportamiento deriva al entramado de lo psíquico. Por lo tanto, comprender el espacio y el lazo social permiten entender la producción de subjetividad e intersubjetividad.

Por tanto, la producción de subjetividad se da en función del contexto, es decir, de un mundo externo e interno; significa que hay formas de sentir, de vivir, de acción y de preocupaciones que se manifiestan en todo espacio social. Según Verón, sería el trabajo de la ideología el transformar el comportamiento en prácticas sociales, haciendo uso de sentimientos, anhelos o intereses, de los sujetos, en la relación, motivo-medio-fin

que finalmente guía toda forma de actuar en la vida cotidiana.

Al mencionar a la ideología se coloca en el más amplio sentido a la cultura, que circula y se reproduce por una multiplicidad de dispositivos e instituciones en contextos históricos. Alrededor de los procesos económico-socio-históricos, se van sucediendo una serie de situaciones que estructuran las formas de organización y prácticas sociales. Mientras se suscitan estos procesos, se reorganiza también la subjetividad de la colectividad y de los sujetos. Se incorporan, producen y reproducen contenidos, que le permite a la persona la vivencia cotidiana de la organización social.

Uno de los dispositivos de la cultura es la escritura, una especie de representación textual del mundo que se modifica dinámicamente gracias al surgimiento de tecnologías, que han dado el salto del texto-libro, al hipertexto-máquina, modificando "el acceso a y el dominio que el sujeto tiene sobre el conocimiento y el mundo" (Schlemenson, 2004, p.18); transformando ahora con mayor velocidad la subjetividad.

Prol (2004) sostiene que "el acto de escribir, no solo se conforma [en] el espacio de lo sociable, sino que además se constituye [en] un mundo interno" (p. 93), pero es en el escribir donde se manifiesta el mundo relacional del sujeto "el escrito se ubica en ese abanico articulado por las nociones de lo privado, lo público y lo íntimo" (p. 93). Leer y escribir (textos o imágenes) son actividades individuales, "que hacen a la psique concentrarse sobre sí misma" es decir que el acto de leer es un acto de "investimiento", un acto subjetivo en donde la persona interpreta y coloca sus deseos en el texto, "al leer el texto el sujeto produce una nueva escritura" (Cantú, 2004, p. 120).

Es por ello que la subjetividad se refiere a esos contenidos internos del aparato psíquico que son incorporados del mundo externo, pero al mismo tiempo involucra las experiencias significadas por los sujetos desde su mundo interno con respecto a ese mundo exterior. No existe una subjetividad que pueda aislarse de la cultura y la vida social, ni tampoco existe una cultura que pueda aislarse de la subjetividad que la sostiene. Esta mutua determinación –en verdad, mutua producción– se convierte en un punto de arranque, ya que la subjetividad es cultura singularizada tanto como la cultura es subjetividad (objetivizada en los productos de la cultura, las formas de intercambio y las relaciones sociales concretas que la sostienen, pero también en las significaciones y los sentidos que organizan la producción cultural) (Galende, 2008, p.75).

Se han abordado, entonces, tres de la multiplicidad de elementos que configuran la subjetividad: I) ideología en el sentido más amplio situado en la cultura, II) la epocalidad, y III) la escritura -en su sentido más amplio de representación discursiva de las ideas-, como la manera en que se puede representar contenidos subjetivos. Schlemenson (2004) dirá que son modalidades de producción simbólica específicas, que pasan ya no solamente con el texto, sino a las imágenes, que condensan y representan una realidad construida subjetivamente.

Es decir, Twitter como fenómeno contemporáneo, produce espacios sociales, procesos de identificación, apego o rechazo al interior de la comunidad que a partir de su uso y producción se conforma. A pesar de que se puede hablar de una relación momentánea, no deja de provocar lo que anteriormente se ha mencionado, el investimento e inscripción:

Leer, narrar, pensar, hablar, como productos simbólicos exclusivamente humanos, son actividades que se han modificado a través de las épocas. En la actualidad para realizar satisfactoriamente cualquiera de ellas, es necesario haber accedido a una complejidad psíquica suficiente como para disponer de distintos y

variados recursos interpretativos que permitan abordar los hechos de los que se participa, y poder exponerse a su modificación y cambio permanentes (Schlemenson, 2004, p.19).

Metodología

Este estudio utiliza el enfoque metodológico del análisis morfológico del discurso (AMD) (Freeden, 2013; Steger et al. 2013), una variante del análisis crítico del discurso (ACD) el cual ha sido empleado por varios académicos para analizar la dinámica de Twitter en la comunicación política (Sandoval-Almazán & Valle, 2018; Ventura, 2018).

El ACD analiza relaciones de poder entre interlocutores, Wodak (2003) sostiene que el poder no deriva del lenguaje, aunque éste puede utilizarse para desafiarlo. Como plantea Raiter (2008), la crítica “no está destinada a atacar sino a comprender” (p. 30) por ende lo que busca el ACD es pasar de lo meramente descriptivo a lo explicativo y el análisis que hace es sobre los significados que conllevan los discursos, aquellos significados ocultos y sobreentendidos que contienen y que dan cuenta de las ideologías y las creencias de un grupo social.

El AMD analiza los conceptos en tres niveles: 1) definición de conceptos, 2) cadenas de “decontestación” y 3) reacción en función del contexto (Figura 1). El primer nivel clasifica los conceptos de los discursos en: centrales, adyacentes y periféricos. El segundo, identifica cadenas de “decontestación”, esto se refiere a la manera en la que provisionalmente se crean nuevas formas lingüísticas para eliminar las contradicciones y minimizar las tensiones provocadas por ciertos términos, por ejemplo “post-modernidad” o “neoliberalismo”. Los prefijos “post” y “neo” le dan un tinte nuevo a un concepto que en su momento fue muy cuestionado (Freeden, 2013). Del mismo modo discursos más largos revitalizan temas antes cuestionados. Por último, el tercer nivel se refiere a las alternativas prácticas que tienen lugar en un determinado momento y lugar y buscan reorientar las cuestiones públicas con el fin de lograr respuestas y acciones positivas, pertinente para el análisis de la subjetividad política.

Figura 1. El proceso del AMD



Fuente: Elaborada por las autoras en base a Steger et al. (2013)

Datos analizados

Con la ayuda del complemento de Google, Twitter Archiver, esta investigación recopiló las publicaciones de las cuentas de Twitter de 18 candidatos/as a la Alcaldía de Quito: tuits, retuits, respuestas a comentarios y sus

reacciones (favoritos, retuits y respuestas). El corpus de estudio se reunió en tres cortes: a) Corte 1 del 05.02.2019 – 19.02.2019, b) Corte 2 del 20.02.2019 – 06.03.2019 y c) Corte 3 del 07.03.2019 – 21.03.2019.

Adicionalmente se revisaron y consolidaron las propuestas de campaña presentadas por los/las candidatos/as de las cuales surgieron inicialmente 14 conceptos centrales a través de los cuales se clasificó la información. Durante el corte 3 se decidió incorporar 2 categorías más: campaña electoral y otros temas (Tabla 1).

Tabla 1. Temas abordados por los/as candidatos/as

CATEGORÍA	DEFINICIÓN
Municipio	Propuestas de gestión municipal, trámites ágiles. Manejo de la comunicación y creación de marca ciudad.
Corrupción	Rendición de cuentas, ética/moral. Auditorías. Medidas de transparencia.
Urbanismo/ territorialidad	Territorio y planificación urbanística. Promesa sobre vivienda. Reordenamiento territorial.
Servicios básicos y Saneamiento	Acceso a servicios básicos, recolección de basura.
Turismo	Potenciación e impulso de la actividad turística, conectividad internacional.
Democracia participativa	Mecanismos de participación en las decisiones del municipio.
Educación	Capacitaciones, creación de colegios/escuelas/universidades. Fomento a la cultura. Acceso a tecnología y conectividad.
Inclusión social	Apoyo a emprendimientos, programas para discapacitados y grupos vulnerables (incluidos migrantes). Regularización del trabajo e inserción laboral.
Seguridad/convivencia	Aumento de presencia policial. Control de la delincuencia. Prevención y gestión de riesgos.
Movilidad	Parqueaderos, pico y placa, bicicletas, transporte público, cooperativas de taxis y buses. Vialidad.
Deporte	Actividades recreativas, infraestructura deportiva, ligas barriales, uso del tiempo libre.
Productividad	Cooperativas, gasto público, regulación de actividades económicas. Regulación de precios y servicios. Producción agrícola y agropecuaria. Creación o protección a los mercados.
Tributación	Impuestos/ordenanzas.
Ecología, medio ambiente y fauna urbana	Control de contaminación, limpieza de ríos/quebradas. Campañas de reciclaje, ahorro de energía e incentivos (ecología). Programas a favor de los animales
Salud	Programas contra la drogadicción, alcoholismo, etc. Creación de centros y fomento de planes de salud.
Campaña electoral	Caravanas, visitas, reuniones, entrevistas, debates, alianzas, relacionados con el proceso electoral.
Otros temas	Temas varios no abarcados en las categorías anteriores.

Fuente: Elaboración en base a propuestas de campaña

Al tratarse de personajes públicos, el contenido de sus cuentas no tuvo restricciones de accesibilidad, pero al no contar con una autorización expresa para su uso, la información que se reporta en este estudio mantiene el anonimato en todas las publicaciones, y aclara que el objetivo del estudio es analizar las temáticas que se abordan y que influyen en la subjetividad de los electores y no busca particularizar a ningún/a candidato/a.

El corpus total del estudio abarca 5.547 tuits y retuits. Mediante el enfoque del AMD se determinaron tres

temas centrales: Ecología (401 tuits) Movilidad (340 tuits), y Seguridad (264 tuits) En estos 1.005 discursos se identificaron temas adyacentes y periféricos, cadenas de decontestación y reacciones en función del contexto que influyen en la subjetividad de los/las electores.

Resultados

Con fines electorales, la afectividad es el mecanismo por el cual se incide o moviliza aspectos relacionados con las necesidades, deseos y carencias de la población. El apelar a estos campos del psiquismo individual, tiene efectos colectivos, pues produce procesos de identificación o moviliza aspectos de carácter moral, que hacen que los sujetos se adhieran a los distintos discursos o personajes, en quienes depositan sus expectativas, sus sensibilidades, incluso sus angustias, y a partir de ahí sus formas de interacción.

La Tabla 2 muestra un segundo nivel de análisis de los tuits y retuits del estudio, en donde se establecen subcategorías más específicas a las que aluden los discursos sobre las temáticas centrales. En Twitter las interacciones tienen lugar en tiempo real (García-Albacete & Theocharis, 2014). Por ende, dilatar esa temporalidad para su análisis jugó en contra de los resultados de este estudio. Si bien la información fue almacenada durante los meses de campaña, el análisis se lo realizó en meses posteriores.

Por esto, algunos tuits ya habían sido borrados o retirados de las cuentas de origen y, pese a que la descarga original contenía el texto publicado, este estudio no solo buscaba analizar los discursos escritos, sino la amplitud de formas comunicativas a través de textos, imágenes, videos y enlaces a otros sitios que aportarían información valiosa en los discursos multimodales en contextos digitales. Además, la incorporación de la categoría "Campaña Electoral" solamente en el último corte hizo que un número considerable de publicaciones hayan sido incorrectamente clasificadas: 35.9% en Ecología, 77% en Movilidad y 45% en Seguridad.

Tabla 2. Tuits sobre ecología, movilidad y seguridad

ECOLOGIA	# tuits	MOVILIDAD	# tuits	SEGURIDAD	# tuits
cariño animal	66	gestión vial	45	ciudad	47
rescate animal	50	transporte público	42	mujer	22
ciudad sin maltrato animal/ manejo de fauna urbana	49	metro de quito	25	delincuencia - empleo	21
vida silvestre	31	infraestructura vial	21	violencia	13
manejo de basura	26	mejoras tecnológicas	13	seguridad varios	12
ciudad ecológica	26	taxismo	12	policía	8
contaminación/ destrucción (basura/ruido)	17	movilidad verde	9	desaparecidos	8
adopción animales	14	aeropuerto	8	tránsito - transporte	8
maltrato animal	11	ciclismo	8	robo - secuestro	7
animales amaestrados	2	pico y placa	5	combatir inseguridad	7
fenómenos naturales	2	movilidad y cultura	4	asesinatos	5
abonos	1			acoso	4
				municipio	4
				protección	4
				turismo	3
				control	3
				drogas	2
				siniestro	2
				unión	2
Total tuits ecología	295	Total tuits movilidad	192	Total tuits seguridad	182
No aplica	106	No aplica	148	No aplica	82
Tuits totales	401	Tuits totales	340	Tuits totales	264

Fuente: Tuits publicados en las cuentas de los/las 18 candidatos/as entre febrero y marzo 2019.

Fauna urbana

“Fauna urbana” es una categoría recientemente acuñada, una nueva sensibilidad abordada en los discursos analizados a través de formas que apelan a la emocionalidad sobre aspectos afectuosos o tiernos con los animales. El manejo de este discurso tiene distintas expresiones: unas aluden al plano normativo (regulación, norma, ley, ordenanza) dentro de categorías adyacentes como: “ciudad sin maltrato animal / manejo de la fauna urbana” que se asocian a la necesidad de normatividad; otras más bien apelan a las emociones, desde lo afectivo (lo amoroso), o a la desaprobación de comportamientos inadecuados hacia los animales: “cariño animal”, “adopción animal” y “maltrato animal”. Al parecer existe un desplazamiento del cuidado del otro, pero ese otro posiblemente deja de ser el semejante y se coloca en lo animal urbano y que produce una forma

de identificación con un imperativo afectivo-moral.

Estas preocupaciones son asumidas por los/las candidatos/as como lugar de autorreferencia. El/la candidato/a busca mostrarse como persona empática y comprensiva, lo cual se manifiesta y estructura a través de los enlaces que comparte y se reafirma en respuestas que corroboran la idea de sensibilidad, como por ejemplo: "RT [elector]: Quiere saber de un candidato para Alcalde de #Quito 100% comprometido con el #Bienestar animal y los derechos de la naturaleza!?"

Revelar su experiencia privada, volverla pública, situar su testimonio, se vuelve un imperativo: "[candidat@]: Nadie quería adoptar al negro y él terminó adoptándome". El texto viene acompañado de una fotografía con un gato; el tuit es auto-retuiteado y recibe en ambas publicaciones 59 retuits y 348 favoritos. Un comentario de los electores dice: "Por todos aquellos animalitos q están sin un hogar.. Vamos [candidat@] A la alcaldía.. Se q no les va a fallar 🐶🐶".

Otra estrategia discursiva sobre la fauna urbana es tratada más bien en el plano normativo:

[candidat@]: El 85% de los perritos que vemos en las calles tienen dueño. En nuestra alcaldía haremos cumplir la ordenanza y los que la incumplan serán sancionados. Los perritos que no tengan dueño acompañarán a nuestros agentes metropolitanos.

Este mismo discurso aparece sucesivamente en varias respuestas a comentarios y mensajes retuiteados como el siguiente:

[candidat@]: @[elector]super Hay que hacer un censo urgente el 85% de ellos tienen dueños hay que hacer cumplir la ordenanza de tenencia para que estén en sus casas y no corran peligro en la calle. Además tendremos más veterinarias móviles para el tema de esterilización.

Sin duda la interlocución infiere el mismo campo discursivo en respuestas retuiteadas por los/las candidatos/as como la siguiente:

RT [elector]: Por todo el amor que ellos nos entregan diariamente, es momento de proteger sus derechos y hablar por ellos. #patitasconderechos #derechosdelosanimales #faunaurbana #petlovers #animalitosactivos #yatocaalosanimales #corazonanimal

La apelación normativa, coloca la responsabilidad de los sujetos en el cuidado de los animales, además de la norma como lugar de exigencia ciudadana, como lo muestra este retuit:

RT [elector]: @[Candidato] encarecidamente le pido que cuando sea alcalde de la capital aplique las ordenanzas que correspondan para los ciudadanos que tenemos mascotas 🐾 cumplamos con la recolección de las heces 🍌 fecales cuando los saquemos a las vías y parques públicos. Gracias.

En cuanto a las cadenas de "decontestación" que plantea el AMD, se pueden ver mediante el uso de calificativos que, en otro momento aludirían a sujetos empobrecidos, trasladados ahora a la fauna urbana, que adquiere el apelativo de <los sin voz>: "@[elector]: por supuesto. Puede ingresar a [página] y poner "fauna urbana" en el bot. Ahí encontrará nuestra propuesta para nuestros amigos sin voz 🗣️".

O simplemente produce una asociación inconsciente con el término "desvalido", categoría usual para los excluidos: "Apoyo total a [Candidato] quien ha ayudado desinteresadamente a muchos animales abandonados, mucho antes de ser candidato. En los hechos se refleja sus sentimientos hacia los más desvalidos".

Un primer campo de configuración de la subjetividad se manifiesta en la inscripción con el otro. Dado por el texto o la imagen, se lo puede inferir como identificación; es decir, esa identificación está mediada por un otro que no es semejante: los perros, los gatos y otros –para darle algún nombre– y ese constituye el lugar de inscripción. Es decir, se ha configurado otro marco de demandas, que suplantando la necesidad de proyectos colectivos, esta es sin duda expresión de los procesos de individualización que demarcan las sociedades.

Limpiar el espacio público

Sigmund Freud (1992) en la obra "Malestar en la cultura", menciona "queremos ver, además, los signos de la limpieza y el orden [...] "La suciedad de cualquier tipo nos parece inconciliable con la cultura" (p. 91). Esta cita aboca a una reflexión en torno a lo que se constituye en un emergente social al momento de campañas electorales locales: el manejo de la basura y la contaminación.

Discursos relativos a esta temática apuntalan el ideal urbano sobre la limpieza, la cual está presente en los discursos y se observa como un imperativo dentro de las categorías "manejo de basura", "contaminación/destrucción (basura/ruido)" y "ciudad ecológica". No contaminar se asocia al deseo estético de belleza (al que también hace referencia Freud).

Se encontró dos posibilidades discursivas, la de los/las electores colocadas en el ideal y deseo de limpieza como imperativo de la belleza urbana, y las de los/las candidatos/as, que asumen un discurso más ligada a las formas prácticas de implementarlo.

Es interesante ver cómo los discursos de los/las candidatos/as, no se asocian a los comportamientos de consumo de la ciudadanía, sino más bien a la manera cómo resolver la demanda de electores, cuyos enunciados se elaboran a partir de la apuesta a la privatización del manejo de la basura:

RT[elector]: Es penoso que en pleno 2019 sigamos discutiendo cómo vamos a procesar los desechos sólidos. Quito se quedó atrás! hay ciudades que reciben ingresos de la basura. La iniciativa privada debe participar y el ciudadano tener el mejor servicio" @[Candidato] #[campana]

[candidat@]: La basura no puede seguir siendo el factor de crisis de la ciudad. Vamos a convertir la basura en dinero aprovechando el 95% de los desechos de #Quito. Lo inorgánico será reciclado dignificando esta labor y lo orgánico será abono para nuestros suelos.

La movilidad es el segundo concepto fundamental de los discursos analizados, luego del de ecología, en él priman discursos relativos a "transporte público" y "gestión vial". También aquí el tema de la concesión y el manejo de la empresa privada de las arterias viales es un tema recurrente:

[candidat@]: La vía Gualo-Puambo un proyecto con estudios listos, costaría 110 millones de dólares, lo podríamos concesionar y fijar una tarifa de peaje. El trayecto sería de 13 minutos y ayudaría a aliviar la movilidad el aeropuerto #[campana]

De alguna manera, esto implica un ideal social que alude al deterioro del espacio público y la idealización de la empresa privada como la llamada a cumplir con ese ideal al que aspiran los sujetos en la ciudad. En este sentido el apelar a la norma y a la sensación de desprotección, implica mostrar que las instituciones estatales son ineficientes, y que la empresa privada garantiza el bienestar.

En este mismo sentido se asocia, limpieza con seguridad –esta interrelación entre conceptos centrales en los discursos de la que se habló al inicio de esta sección– se antepone como lugar de identificación proyectiva del deseo del candidato reproducido por sus potenciales electores en 6 retuits y 11 favoritos:

RT [elector]: @[Candidato] cuánto anhelo una ciudad donde podamos caminar en paz, una ciudad con un transporte público digno y calles limpias... Suerte amigo juntos por el cambio

Es importante mencionar la relación, suciedad-inseguridad, que refleja una forma de establecer una relación vincular, si el Estado abandona a los sujetos, también abandona el espacio donde habitan, y ese lugar lleno de basura es propicio para la peligrosidad. Aquí se contempla otro de los campos donde se estructura la subjetividad, asociado indefectiblemente a la inscripción con el lugar, ese espacio en donde se habita o transita que constituye en espacio social, con sentido de pertenencia, en donde se construye la memoria social.

El principal tema adyacente al concepto de seguridad se refiere precisamente a la idea del espacio, de la ciudad: "atención para barrios marginados", "barrios seguros", "ciudad libre de basura", "ciudad más humana", "ciudad más segura", entre otros. Todos ellos se remiten a la idea espaciotemporal de la que se habló como condición sine qua non de las prácticas sociales y la subjetividad: "@[elector] Tomar el eje de la seguridad como prioritario. Que tengamos un Alcalde que con firmeza le dé a los ciudadanos un derecho fundamental: estar seguros en su espacio público."

Inseguridad

Más allá de la relación ciudadanía-seguridad, es necesario mencionar que, en el discurso, su opuesto, el tema de la inseguridad está muy presente en estrecha relación con el miedo, una de las emociones donde se construyen determinadas representaciones de la vida social, la naturaleza y la singularidad del sujeto, en donde se manifiesta la angustia, vinculante con el sufrimiento. El ser humano necesita crear el sentimiento de seguridad para evitar esta sensación de angustia y del lugar desde donde emerge.

Al respecto, Freud (1992) habla de las fuentes de sufrimiento en el malestar en la cultura, refiriéndose a la naturaleza, a la relación con los otros y al propio cuerpo. Con la radical transformación de las sociedades en los últimos 100 años y en particular en las últimas décadas, estas fuentes de sufrimiento se atan al discurso de la inseguridad:

La calle es el lado de afuera de nuestra casa, es el lugar de la variedad vincular donde nos encontramos con los otros distintos a nuestra familia, es el campo donde nos realizamos socialmente, el espacio de la comunidad (Moffat, 2001, p. 1).

Este espacio referido por Moffat al parecer ya no cumple con esa función, y es más bien el conexo con la inseguridad, e infiere o se asocia a los desposeídos, inmigrantes entre otros: "Las poblaciones desposeídas y deshonradas (por su status y su origen), son sus presuntos perpetradores, sobre el lugar que ocupan en la ciudad" (Wacquant, 2012, p. 32). Esta misma idea se reproduce en los discursos analizados:

RT [elector]: DINASED captura a ciudadano venezolano quien habría asesinado a un norteamericano en Conocoto al sur de Oriente de Quito, para robarle sus pertenencias. El cuerpo fue hallado al interior de su domicilio. El celular de la víctima intentó ser vendido en centro comercial Montúfar.

En este marco, usualmente cuando se habla de la inseguridad, se hace referencia a la delincuencia y a las violencias sean estas de género, etarias o urbanas:

[candidat@]: Gestionaremos el fondo de riesgos del municipio para erradicar la violencia contra la mujer. Haremos seguimiento y acompañamiento en las denuncias de acoso en el transporte y los espacios públicos. Nuestra Alcaldía tendrá una consigna clara: #[campaña]

El apoyo o interés de los potenciales electores se evidencia en los 82 retuits y 126 favoritos que obtiene esta publicación. Discursos sobre la inseguridad se replican en momentos electorales, reproduciendo el discurso de los medios de comunicación en los segmentos sensacionalistas y de crónica roja: "El mundo cotidiano se está convirtiendo en violento, esta es una sensación que nos invade y nos causa inseguridad" (Moffat, 1998, p. 1). Al respecto Guinsberg (2005) dirá "La idea general es que hoy nada es seguro y todo puede ser riesgoso, incluyendo simples viajes en transportes colectivos" (p.1).

Al igual que en apartados anteriores, los discursos infieren desde aspectos afectivos-morales, como la apelación a la normatividad:

[candidat@]: Quito no puede seguir siendo la ciudad más peligrosa, con asaltos, acoso a las mujeres y asesinatos. Proponemos un plan de seguridad cuadrante, para acercar a la Policía Metropolitana a los barrios y a los ciudadanos. #DebatePorQuito.

Se remite entonces a un nuevo campo en el que se constituye la subjetividad: el sentimiento de seguridad. Este implica, en particular, a las relaciones con los otros, al tejido social, y al bienestar que causa la posesión de objetos (bienes de consumo individuales y familiares), lugares de descanso (casa, hogar) y protección (sentirse protegido en el espacio privado y público por el tejido social). El efecto, por decirlo de alguna manera, es que, en él, se configura el sentido de pertenencia, la confianza y el apuntalamiento a situaciones que pueden generar malestar.

La ciudad constituye el hábitat del ser humano (urbano), se podría aventurar a decir que éste creó su propia naturaleza. Y es allí donde se produce y ofrece todo tipo de gratificaciones. Es en aquel lugar donde se construye el lazo social, la inscripción y la protección, pero además es donde ocurre (en el ser urbano), la actividad que le permite obtener y producir los bienes materiales en donde se reproduce la vida, las relaciones y un ámbito de la cultura, haciendo referencia al trabajo.

En la ciudad se encuentran dispuestos los medios de vida, los espacios y objetos culturales que le ofrecen fascinación o deslumbramiento, y ello representa la calidad de vida y el confort. El acceso a la materialidad que provee estos medios para la vida está ligado al movimiento y circulación de los sujetos que producen, que distribuye y consumen estos bienes materiales.

La economía, que es la práctica social donde ocurren estas relaciones, está en movimiento, en circulación, y con ella los sujetos al interior y fuera de la ciudad, y para ello el tránsito de los sujetos es irremediable. El sistema de transporte se vuelve (metafóricamente) la arteria donde circulan las fuerzas productivas, pero también las fuerzas de consumo. Y es ahí donde la prisa, la movilidad rápida es vital para agilizar la economía.

En este marco, Castells (2014) habla de la ciudad como unidades urbanas que están interconectadas, donde "más importancia cobran las conexiones internas, pues ningún sector puede bastarse a sí mismo, y la dinámica de la aglomeración no se realiza más que a nivel de su conjunto" (Castells, 2014, p. 230), y éste es el escenario donde se estructura los enunciados de los candidatos:

[candidat@]: Para que los quiteños tengan un sistema de transporte público digno y eficiente, modernizaremos todo el sistema metropolitano de transporte y lo articularemos de manera integral para que beneficie a todos los barrios de la ciudad. ¡Hagamos juntos #[campaña]

Dentro de la ciudad, la conexión de las unidades urbanas se da por el sistema de transporte tanto masivo como de transportación privada mediante automóviles, al respecto Castells (2014) sostiene "Pues está claro que

oponer el automóvil a los transportes colectivos, en sí, fuera de una situación social dada, es una discusión ideológica, directamente determinada por los intereses económicos” (p. 230).

Sin embargo, el transporte no solamente es donde circula la fuerza productiva, sino que se constituye en un espacio de relación, un espacio de expresiones culturales, a pesar de que puede ser considerado como un lugar funcional, impersonal, donde los sujetos no interaccionan, y donde “el miedo a la pérdida y al ataque comienza a funcionar en el interior de cada pasajero” Pichon-Riviere, 2002, p.112).

Es decir se anuda, la circulación de la fuerza de trabajo y la economía con el miedo, de ahí que no solamente se habla de transporte o movilidad, si no en una interconexión con la inseguridad. En los candidatos se observa justamente este anclaje movilidad-seguridad:

[candidat@]: Implementaremos un sistema integrado y multimodal de transporte, moderno y seguro. Buses con GPS y cámaras, paradas con tecnología de anuncio de llegada del próximo bus. Tendremos un sistema de mando y control unificado y semáforos inteligentes, @[radio]

Conclusiones

A través del análisis morfológico del discurso (AMD), este estudio muestra cómo los/las candidatos/as a la alcaldía de Quito interactúan en Twitter movilizándolo la subjetividad de sus potenciales electores. Los/as candidatos/as abordan 16 temas centrales, siendo los de mayor frecuencia: Ecología, que involucra subtemas que se relacionan principalmente con la fauna urbana y el medio ambiente; Movilidad, que contiene transporte público, vialidad y pico y placa, y Seguridad, que agrupa convivencia, violencia, control de la delincuencia, gestión de riesgos. Estos temas podrían entenderse como aquellos campos de la vida social, con los cuales las/los candidatos construyen argumentos para establecer una relación intersubjetiva con sus audiencias.

Esta relación se da ya que la subjetividad tiene lugar por la indivisibilidad de los sujetos entre lo individual y lo social, ello se manifiesta en el uso del Twitter, en donde publicaciones personales de los/las candidatos/as se tornan en discursos públicos, replicados, ampliados, reformulados y sujetos a debate, que buscan su aprobación colectiva, o provocan su objeción.

La interacción que se produce entre lo que el candidato elabora y la audiencia propone, no es otra cosa que una experiencia de intersubjetividad. Se producen en los tuits contenidos dirigidos al electorado y los retuits y comentarios con menciones a los/las candidatos/as, a su vez comentados, retuiteados y marcados como favoritos por la audiencia, este intercambio y distribución se asemeja a una red intersubjetiva.

Los/as candidatos/as se convierten en voceros locales de los deseos, miedos y anhelos de la ciudadanía (audiencia); a través de menciones se busca a partir de una forma de identificación introyectiva-proyectiva que los mensajes ligan a la audiencia y con su difusión incrementa su electorado. Tal es el caso de un número pequeño de tuits sobre personas desaparecidas, y de un número mucho mayor sobre mascotas extraviadas o rescatadas, el tema que activa mayor interés es sobre la fauna urbana, que se consolida como un nuevo campo social de mayor preocupación por los electores.

En estos discursos se entretienen elementos de “decontestación”, —como plantea un segundo momento de análisis del AMD— se le otorga a la fauna urbana singularidades anteriormente referidas a grupos humanos excluidos. Cabe mencionar que la “incivilidad” en los discursos de Twitter, a la que se refieren Ott (2017) y Bratslavsky (2019) no se evidencia en los discursos analizados.

En este marco, la subjetividad se configura en la experiencia contextual-temporal y se manifiesta en este análisis por la compleja multiplicidad de temáticas y discursos que emergen del corpus estudiado, difícil de hilvanar. Cada tuit, retuit y sus respuestas y favoritos abren un inconmensurable abanico de posibilidades a partir de las cuales los/las candidatos/as logran influir en la subjetividad de sus potenciales electores enfatizando desde temas de ecología, de movilidad y de seguridad un cuestionamiento al urbanismo y el espacio público. Que implica que, la estructura de la subjetividad da cuenta de su inscripción con el lugar, el espacio en el que se desarrolla, asociada a los anhelos y miedos de los sujetos electores.

En este escenario, aparece el campo de la "inseguridad"— que opuesto al tema de campaña sobre "seguridad"—, se vincula a la movilidad (temas centrales de los discursos analizados), se relacionan y se enlazan a la esfera del trabajo, la producción y el consumo dentro del ámbito urbano. Estos elementos son estructurantes, el trabajo está relacionado con el rol social al interior de la familia y la comunidad. Por lo que tanto, los potenciales votantes cuanto los/las candidatos/as construyen su historia, en la casa, en el trabajo, y la comunidad y buscan una movilidad "segura", eso garantizaría que esa historia no sea interrumpida, y que fluya.

Finalmente se puede observar que texto e hipertexto inscriben al sujeto elector y al sujeto candidato, en una relación intersubjetiva, donde se manifiesta su subjetividad a través del texto, imagen, sonido; se proyecta, se identifica o se coloca en oposición con el discurso del otro. De esta manera, el estudio de la intersubjetividad en Twitter no es un tema concluido, sino que se abren muchas otras posibilidades para el análisis futuro en otros discursos y temporalidades. 

Referencias

- Bratslavsky, L., Carpenter, N., & Zompetti, J. (2019). Twitter, incivility, and presidential communication: A theoretical incursion into spectacle and power. *Cultural Studies*, 1-32. doi:10.1080/09502386.2019.1656760
- Cantú, G. (2004). La lectura reinventada: Narratividad e interpretación textual en la clínica psicopedagógica. *Subjetividad y lenguaje en la clínica psicopedagógica. Voces presentes y pasadas*. Buenos Aires: Paidós.
- Carpintero, E. (2004). La subjetividad del idiota plantea una pregunta ¿cómo inventamos lo que nos mantenía unidos?. en ¿De qué hablamos cuando hablamos de subjetividad? *Revista Topía*, 14(40). Recuperado de <https://www.topia.com.ar/articulos/la-subjetividad-del-idiota-plantea-la-pregunta-%C2%BFc%C3%B3mo-inventamos-lo-que-nos-manten%C3%AD-unidos>
- Castells, M. (2014). *La cuestión urbana* (4 ed.). México: Siglo XXI.
- Freud, S. (1992). *El malestar en la cultura* (3a. reimpresión), Tomo XXI. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Fourie, P. J. (2017). Normative media theory in the digital media landscape: from media ethics to ethical communication. *Communicatio*, 43(2), 109-127. doi:10.1080/02500167.2017.1331927
- Freedon, M. (2013). The Morphological Analysis of Ideology In M. Freedon, L. T. Sargent & M. Stears (Eds.), *The Oxford handbook of political ideologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Galende, E. (2008). El impacto de la cultura en la subjetividad de las personas. Resumen de la ponencia. Universidad Nacional de Rosario. Secretaría de Extensión Universitaria. Rosario. Disponible en <http://www.avcd-argentina.org/pdfponencias/galende.pdf> (pp.1-6).
- García-Albacete, G., & Theocharis, Y. (2014). Opportunities and Challenges of Analysing Twitter Content: A Comparison of the Occupation Movements in Spain, Greece and the United States. In M. Cantijoch, R. Gibson, & S. Ward (Eds.) *Analysing social media data and web networks* (pp. 119-153). New York, NY; Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Guinsberg, E. (2005) Miedo e inseguridad como analizadores de nuestro malestar en la cultura. *Subjetividad y Cultura*, 24. pp. 1- 22.
- Moffatt, A. (1998) *Violencia Juvenil*. Revista El Planeta Urbano. Disponible en: http://www.moffatt.com.ar/Fro5_NinezAdolescencia.htm
- Ott, B. L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), 59-68. doi:10.1080/15295036.2016.1266686
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: democracy in a digital age*. Malden, MA: Polity.
- Pichon-Riviere, E. & Pampliega, A. (2002) *Psicología de la vida cotidiana*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Raiter, A., et al. (2008). *La caja de pandora : la representación del mundo en los medios*. BsAs, Argentina: La Crujía.

- Sandoval-Almazán, R. & Valle, D. (2018) Toward an understanding of Twitter networks: The case of the state of Mexico. *First Monday* 23 (4) <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v23i4.8760>
- Schlemenson, S., Álvarez, P., Cantú, G., & Prol, G. (2004). *Subjetividad y lenguaje en la clínica psicopedagógica: voces presentes y pasadas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Steger, M. B., Goodman, J., & Wilson, E. K. (2013). *Justice globalism: ideology, crises, policy*. London, CA, New Delhi: Sage.
- Ventura, A. S. (2018). ¿Cómo analizar discursos de 140 caracteres? Propuesta metodológica para el estudio del discurso político de campaña en Twitter a partir del análisis estratégico del discurso con una perspectiva multimodal y crítica. *CHIMERA: Romance Corpora and Linguistic Studies*, 5(2), 65-77. doi:10.15366/chimera2018.5.2.006
- Verón E. (2004) *Psicología Social e Ideología*. En: Basaglia, F. et al. *Razón, locura y sociedad* (14 ed.) México: Siglo XXI editores.
- Wacquant, L. (2012). *Castigar a los Pobres "El Gobierno Neoliberal de la Inseguridad Social"*. España: Gedisa editorial.
- Wodak, R. (comp.) (2003) *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa

Sobre las autoras/ About the authors

Verónica Yépez-Reyes, Ph.D en Humanidades por la Universidad del Sur de Dinamarca (SDU), Magíster en Investigación y Docencia de la Comunicación, por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) y B.A. en Multimedia por la Universidad San Francisco de Quito. Es docente de la Escuela de Comunicación de la PUCE a cargo de cátedras de teorías, proyectos e investigación de la comunicación. Investigadora del Grupo de Investigación en Ciencias de la Comunicación (GicCom) de la PUCE, sede matriz. Wilma Riera, Magíster en Dirección Estratégica de Recursos Humanos, por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Doctora en Psicología Industrial por la Universidad Central del Ecuador. Es docente a tiempo completo de la Facultad de Psicología de la PUCE, Coordinadora de la Maestría en Psicología con mención en Comportamiento Humano y Desarrollo Organizacional. María Alejandra González, Magíster en Salud Pública por la Universidad San Francisco de Quito, Psicóloga Social y Comunitaria, Especialista en Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos Sociales por la FLACSO, Psicoterapeuta en formación. Docente de la Facultad de Psicología de la PUCE a cargo de las asignaturas de psicología social, fundamentos socioculturales de la psicología, problemáticas psicosociales e interculturalidad. Es docente de la Maestría en Psicología Organizacional de la PUCE en la asignatura de Psicología de Grupos.

URL estable documento/stable URL

<http://www.gigapp.org>

El Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP) es una iniciativa impulsada por académicos, investigadores y profesores Iberoamericanos, cuyo principal propósito es contribuir al debate y la generación de nuevos conceptos, enfoques y marcos de análisis en las áreas de gobierno, gestión y políticas públicas, fomentando la creación de espacio de intercambio y colaboración permanente, y facilitando la construcción de redes y proyectos conjuntos sobre la base de actividades de docencia, investigación, asistencia técnica y extensión.

Las áreas de trabajo que constituyen los ejes principales del GIGAPP son:

1. Gobierno, instituciones y comportamiento político
2. Administración Pública
3. Políticas Públicas

Información de Contacto

Asociación GIGAPP.
ewp@gigapp.org

- | | | | |
|--|---|--|---|
| Herrera, Jackeline | Cuestiones políticas y relacionales en la nueva esfera pública virtual: cibernilitancia y ciberdemocracia en Ecuador (2020-166 págs. 492-516) | Meruvia, Gonzalo; Ramírez, Alejandro | Encuadres noticiosos del proceso electoral boliviano. Un análisis sobre los candidatos presidenciales (2020-174 págs. 642-666) |
| Paredes, María Fernanda | ¿Qué esperan los millennials de los políticos en redes sociales y cómo llamar su atención? (2020-167 págs. 517-528) | Rentería, José Fernando | Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo (2020-175 págs. 667-687) |
| Navas, Albertina | Nayib Bukele, ¿el presidente más cool en Twitter o el nuevo populista millennial? (2020-168 págs. 529-552) | Ortiz, Lizbeth; Cabrera, Sofía | Construcción simbólica de memes en Facebook: el caso de los equipos de fútbol serie A de la provincia del Guayas en 2017activo (2020-176 págs. 688-700) |
| Brito, Adriana Sofía | Disputando la opinión pública digital: #ConMisHijosNoTeMetas y los colectivos LGBTI en Ecuador (2020-169 págs. 553-570) | Escobar, Paulina | La crónica en medios digitales a partir del relato experiencial: Una mirada a La Barra Espaciadora (2020-177 págs. 701-715) |
| Elizalde, Rocío Margoth | Discutir la política en red social virtual durante las campañas: el rol de los perfiles de Twitter, la polarización de la opinión pública y contextos fake (2020-170 págs. 571-585) | Ávalos, María Belén; Culqui, Ana Magali; Erazo, Miriam Elizabeth | Medios tradicionales vs medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios (2020-178 págs. 716-729) |
| Céspedes, Ma. Eugenia | Los memes de humor político en campaña electoral y su relación con el clima de opinión en Facebook (2020-171 págs. 586-605) | Vásquez, Werner | Impacto de la pobreza en el uso de las TIC en la población en edad escolar entre 5 y 14 años en el Ecuador (2020-179 págs. 730-743) |
| Yépez-Reyes, Verónica Riera, Wilma; González, Alejandra | Subjetividad política en Twitter: elecciones a la Alcaldía de Quito 2019 (2020-172 págs. 606-622) | Quinde Barcia, Belén; Mosquera, Marlene; Vázquez, Andrea | Brecha Digital en Adultos Mayores: Accesibilidad Tecnológica y Redes Sociales (2020-180 págs. 744-757) |
| Vásconez, Gabriel | Una carrera con ganador inesperado: espiral del silencio y la campaña a la alcaldía de Quito 2019 (2020-173 págs. 623-641) | Cóndor, Diego David; Vinuesa, M. Carolina; Ayuy, Josselyn Vanessa | Brecha digital: conectividad y equipamiento en instituciones de educación fiscal en Ecuador (2020-181 págs. 758-770) |
| | | López-López, Paulo; Maneiro Crespo, Elba; Puentes-Rivera, Iván | Comunicación Política y agenda digital: debates on-line y off-line en las elecciones brasileñas del año 2018 (2020-182 págs. 771-785) |