

TUITS, DEBATE Y POLÍTICA

**ANÁLISIS DE LOS PERFILES EN TWITTER, DE LOS CANDIDATOS A LA
ALCALDÍA DE MEDELLÍN (2015)**

JORGE IGNACIO GARCÍA GARCÍA

Dirección

Dra. RAQUEL TARULLO

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR EL
TÍTULO DE MAGÍSTER EN CIENCIAS POLÍTICAS**

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS SOCIALES

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN MARTÍN

2016



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

**Maestría en Ciencia Política – IDAES – Universidad Nacional San
Martín.**

“Si hay un instrumento que sirve más a la democracia que al control de la democracia, ese
sí es Internet”

Manuel Castells, 2009.



AGRADECIMIENTO

Primero que todo a Dios, mi centro, el que permite que pueda avanzar hacia lo que me he propuesto. A ÉL la gloria.

A mi familia y amigos, por estar siempre ahí apoyándome.

A mis profesores, por permitirme ampliar el conocimiento.

A mi directora de tesis Raquel, por la paciencia y la guía. De verdad muchas gracias



RESUMEN

Twitter se ha convertido en una de las redes sociales con mayor impacto en la agenda pública en los últimos tiempos. Con cifras de usuarios que aumentan día a día de forma paulatina, se ha generado en la comunidad académica un fructífero debate acerca de las potencialidades de esta red como herramienta para la comunicación política y electoral, así como para mejorar la relación comunicacional entre gobernantes y gobernados.

Es por eso que esta investigación está orientada a analizar el comportamiento de las cuentas de Twitter de los candidatos a las elecciones locales de Medellín para el año 2015 y cómo ese comportamiento, de alguna manera, ayudó o no a la consolidación de esa campaña.

Así, esta investigación busca entender las relaciones comunicacionales entre los candidatos y la ciudadanía en Twitter y si se está abriendo espacio a un nuevo modelo de comunicación horizontal, o si sigue habiendo el mismo parámetro de verticalidad de los medios tradicionales.

PALABRAS CLAVE: Comunicación política – Redes Sociales -Twitter – Campaña Política Candidatos.



ABSTRACT

Over the last years, Twitter has become one of the most influential social media platforms in the public policy agenda. Its number of subscribers keeps increasing every day, leading to a constructive debate among the academic community about Twitter's potential as a communication tool for politics and elections. This debate has also included the use of Twitter to improve the link between policymakers and citizens.

This article aims to analyze the behavior of the Twitter accounts belonging to the candidates of the local elections in Medellin in 2015. This research documents the role that these accounts had on the elections and whether using Twitter and how it was used helped to consolidate these campaigns.

Therefore, this article sheds some light about the communication links between candidates and citizens created thanks to Twitter, and whether it is opening a new model of horizontal communication, or if the traditional structure of vertical communication remains.

Keywords: Political communication, social media, Twitter, Political campaigns, Candidates.



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
---------------------	-----------

CAPÍTULO I

1.1 Los puntos de partida	16
1.1.1 La situación del problema, las preguntas y los objetivos	16
1.1.1.1.El problema de investigación.....	17
1.2. OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
1.3 METODOLOGÍA	
1.3.1. Fases de la Investigación.....	21
1.3.1.1 Fase I: Identificación de los actores a investigar	21
1.3.1.3 Fase II: Categorización de contenido.....	24
1.3.1.4 Fase III: Técnicas e instrumentos.....	26

CAPÍTULO II

2.1 Justificación.....	33
2.2 Estado del arte.....	35
2.2.1 Expansión de Internet en Colombia.....	40
2.2.1.1 Redes sociales en la política colombiana.....	42



CAPÍTULO III

3.1 Marco teórico.....	44
3.1.1 Comunicación Política y Redes Sociales.....-	44
3.1.1.1 Acercamientos al concepto de Comunicación Política.....	45
3.1.2 Internet, la gran plataforma para comunicar	48
3.1 Las redes sociales y la campaña política	54
3.2.1 Twitter, red de microblogging	58
3.2.1.1 Características de Twitter.....	60
3.2.1.2 Twitter como espacio para la Comunicación Política.....	63
3.2.1.3 La campaña política a través de trinos	66
3.2.1.4 Retos de un candidato en Twitter	70
3.3 Contexto electoral en la ciudad de Medellín.....	71
3.3.1 Cuestiones preliminares.....	71
3.3.2 Descentralización y democratización en Colombia.....	72
3.3.3 Medellín, entre la democracia y la violencia.....	74
3.3.4 Reformas y actores políticos de los años 90.....	76
3.3.5 Actores políticos en Medellín 2000-2007, el punto de quiebre.....	79
3.3.6 Política local.....	81
3.3.6.1 ¿Un punto de no retorno? Elecciones de 2007.....	82
3.3.6.2 2011, la alianza del triunfo.....	85



CAPÍTULO IV

4.1 Conectividad en Medellín, prioridad de administraciones municipales.....	88
4.2 Evolución de los servicios y las herramientas.....	91
4.3 Marco legal de conectividad en Medellín.....	93
4.4 ¿Cómo está la conectividad actual en la ciudad de Medellín?.....	95

CAPÍTULO V

5.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1.1 Análisis del contenido de la cuenta del candidato Juan Carlos Vélez Uribe.....	99
5.1.1.1 Evolución de seguidores y seguidos.....	101
5.1.1.2 Tipología de los tuits de Juan Carlos Vélez Uribe.....	102
5.1.1.3 Cantidad preguntas recibidas y cantidad de respuestas realizadas.....	106
5.1.1.4 Palabras más utilizadas por Juan Carlos Vélez Uribe.....	108
5.1.1.5 Recursos hipertextuales de J.C.V.U. para comunicar su mensaje en Twitter.....	110
5.1.1.6 Hashtag más utilizados.....	112
5.1.1.7 Información que retuiteaba Juan Carlos Vélez Uribe.....	113
5.1.1.8 Consideraciones finales sobre la cuenta de Twitter del candidato Vélez Uribe.....	113
5.1.2 Análisis del contenido de la cuenta del candidato Federico Gutiérrez.....	114
5.1.2.1 Evolución de seguidores y seguidos.....	116
5.1.2.2 Tipología de los tuits de Federico Gutiérrez.....	118
5.1.2.3 Cantidad preguntas recibidas y cantidad de respuestas realizadas.....	122
5.1.2.4 Palabras más utilizadas por Federico Gutiérrez.....	83



5.1.2.5 Recursos hipertextuales de Federico Gutiérrez para comunicar su mensaje en Twitter	
5.1.2.6 Hashtags más utilizados.....	124
5.1.2.7 Información que retuiteaba Federico Gutiérrez.....	129
5.1.2.8 Consideraciones finales sobre la cuenta de Twitter del candidato Federico G.	130
5.1.3 Análisis del contenido de la cuenta del candidato Gabriel Jaime Rico.....	130
5.1.3.1 Evolución de seguidores y seguidores.....	132
5.1.3.2 Tipología de los tuits de Gabriel Jaime Rico.....	133
5.1.3.3 Cantidad preguntas recibidas y cantidad de respuestas realizadas.....	136
5.1.3.4 Palabras más utilizadas por Gabriel Jaime Rico.....	138
5.1.3.5 Recursos hipertextuales de G.J.R para comunicar su mensaje en Twitter.....	140
5.1.3.6 Hashtags más utilizados.....	141
5.1.3.7 Información que retuiteaba Gabriel Jaime Rico.....	142
5.1.3.8 Consideraciones finales sobre la cuenta de Twitter del candidato Gabriel J. Rico..	142
5.2 Análisis cruzado sobre cuentas de candidatos a la Alcaldía de Medellín.....	143
5.2.1 Cantidad de Tuits.....	143
5.2.2 Preguntas y respuestas de los candidatos.....	145
5.2.3 Cantidad de retuits de los candidatos?.....	146
5.2.4 Nivel de hipertextualidad de los candidatos.....	147
5.2.5 Los temas más recurrentes en los candidatos.....	149
5.2.6 Tipología de tuit por candidato.....	150
5.2.7 Palabras más utilizadas por cada candidato.....	152
CONCLUSIONES	155



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA I: Ficha técnica de la investigación.....	21
TABLA II, seguidores de los candidatos a la Alcaldía de Medellín 2015.....	22
TABLA III: Categorización de los tuits.....	26
TABLA IV: Tabla de información de los tuits	27
TABLA V: Tabla con datos complementarios.....	29
TABLA VI: Sobre preguntas y respuestas.....	31
TABLA VII: Características de Twitter	61
TABLA VIII: Consejos para fijar una agenda electoral en Twitter.....	68
TABLA IX: Sobre las ventajas de Twitter en política.....	70
TABLA X. Nivel de participación electoral en las ciudades principales en 1988.....	74
TABLA XI: Alcaldes de Medellín elegidos por voto popular desde 1986.....	87
TABLA XII: Informe de Calidad de Vida de Medellín.....	89
TABLA XIII: Evolución en número de seguidores y seguidos de Juan Carlos Vélez	102
TABLA XIV: Consultas recibidas por Juan Carlos Vélez Uribe	108
TABLA XV: Evolución en número de seguidores y seguidos de Federico Gutiérrez.....	117
TABLA XVI: Consultas recibidas por Federico Gutiérrez	123
TABLA XVII: Evolución en número de seguidores y seguidos de Gabriel Jaime Rico...133	
TABLA XVIII: Consultas recibidas por Gabriel Jaime Rico.....	137
Tabla XIX: Comparativa de número de tuits antes y después de elecciones	145
Tabla XX: Comparativo de preguntas y respuesta de candidatos	147
TABLA XXI: Comparativa de temas tratados por los candidatos en sus tuits	151
Tabla XXII: Comparativa de tipos de tuit por candidato	152
Tabla XXIII: Cuadro comparativo con las palabras más utilizadas por candidato	155



INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración I. Captura de pantalla de la cuenta de JCV.....	23
Ilustración II. Captura de pantalla de la cuenta de FG.....	23
Ilustración III. Captura de pantalla de la cuenta de GR	24
Ilustración IV – Cifras del uso de la comunicación digital.	40
Ilustración V: Dinámica de la comunicación política en Twitter.....	65
Ilustración VI: Evolución de seguidores de Juan Carlos Vélez.....	103
Ilustración VII: Slogan campaña Juan Carlos Vélez.....	104
Ilustración VIII: Tipología tuits JCV	107
Ilustración IX: Nube de palabras en Twitter de Juan Carlos Vélez Uribe	111
Ilustración X: Enlaces de J.C.V	112
Ilustración XI: Hashtag más utilizados en la cuenta de J.C.V.	114
Ilustración XII: Evolución de seguidores de Federico Gutiérrez	119
Ilustración XIII: Tipología de tuits de F.G	121
Ilustración XIV: Nube de palabras de Federico Gutiérrez.....	127
Ilustración XV: Contenido de los enlaces de Federico Gutiérrez	129
Ilustración XVI: Hashtag en el perfil de Federico Gutiérrez	130
Ilustración XVII: Tipología de tuits de G.J.R	137
Ilustración XVIII: Nube de palabras de Gabriel Jaime Rico	140
Ilustración XIX: Enlaces de G.J.R	142
Ilustración XX: Hashtag de G.J.R	143
Ilustración XXI: Comparativo de retuits de los candidatos.....	149
Ilustración XXII: Comparativo de enlaces compartidos	150



INTRODUCCIÓN

**“La comunicación política es parte esencial de las elecciones,
que a su vez es la sangre vital de la democracia”.**

Pipa Norris

Los espacios virtuales generados por las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente aquellos que se logran en las redes sociales, abren hoy un horizonte amplio de posibilidades para los diversos campos del saber y del proceder humano. La educación, la cultura, la economía, la política, son áreas de la vida del hombre que se han visto transformados en gran medida por el uso y aprovechamiento de estos espacios.

La comunicación digital, la que Castells llama comunicación electrónica con alcance global, multimodal y con un alto nivel de interactividad; les permite a los usuarios conectados relacionarse en múltiples formas en todo tiempo para satisfacer muchas de las necesidades propias del ser humano (Castells, 2009; p. 232). Debido a la comunicación digital y a la forma en que se procesa hoy día la información, las personas y junto con ellas las instituciones están reacomodando sus estructuras y costumbres.

Entre estos cambios y re-acomodaciones se abren posibilidades muy importantes para la ciencia, la investigación y para la comunicación. Si se miran las redes sociales como espacios



de la Internet que permiten un perfil público, unido a una lista de usuarios con quienes se interactúa de diversas maneras (Islas & Arribas, 2010), es posible determinar con cierta facilidad que la política, la educación, las expresiones culturales y, en general todas las áreas humanas, están allí presentes y que las personas usan la comunicación digital para compartir múltiples esferas de la vida cotidiana.

Twitter y la campaña política en Medellín

En medio de ese controvertido ecosistema digital se desarrolló la campaña electoral en la ciudad de Medellín en el 2015, como sucede cada 4 años, cuando se renuevan los alcaldes y gobernadores provinciales en todo el territorio colombiano. Entendiendo campaña como los momentos que dan acceso a los cargos de poder institucional, pidiendo a los ciudadanos, mediante diferentes medios y canales, que deleguen formalmente su poder mediante su voto (Castells, 2009; p. 304).

En ese contexto nace la inquietud de realizar esta investigación que busca analizar las cuentas de Twitter de los candidatos a la Alcaldía de Medellín, para el período 2016 -2019: analizar qué publicaban, cómo lo publicaban y qué tanta interacción tenía con sus seguidores. Se pretende entender si los mensajes publicados por los candidatos se enmarcaban en estrategias claras para el ciudadano en el entorno digital, con más disposición a construir colectivamente el mensaje y recibir devoluciones en tiempo real; o si por el contrario, se sigue dando en la tribuna electoral digital, un mismo formato de comunicación vertical, donde el candidato ejerce su “poder” dirigiéndose de manera unilateral a una comunidad (por medio de trinos); sin romper de esta manera con el esquema tradicional de comunicación política.

Este estudio hará una descripción de las características de la comunicación política digital dentro de la red social Twitter, siguiendo para ello una revisión teórica apuntalada en tres ejes principales a saber: conectividad en Medellín, contexto electoral en la ciudad de Medellín y la comunicación política en entorno digital.

El trabajo contará con cinco capítulos que se desarrollarán de la siguiente manera. En el primer capítulo se darán a conocer las principales perspectivas de investigación, se



delimitarán los objetivos del proyecto y se expondrá el método de análisis utilizado para dar cuenta del propósito de la investigación. El análisis de comunicación mediante redes sociales se constituye en el elemento central del desarrollo metodológico. A partir de este se realiza la revisión de los marcos normativos nacionales y locales, se presentan las fases para el cumplimiento de los objetivos y se presentan las herramientas con las que se desarrollará el trabajo de campo.

En el segundo capítulo se expondrá la justificación de investigación y el estado del arte donde se seleccionaron referencias bibliográficas que dan cuenta de los avances de este campo de conocimiento en América Latina y se hace énfasis en las investigaciones desarrolladas sobre el lugar que ocupan las TIC y la sociedad del conocimiento en el campo de la política. Para el caso colombiano se toman como referencia investigaciones y artículos científicos de grupos de investigación, así como documentos oficiales producidos en Medellín y trabajos académicos que han abordado el tema, y se presenta la matriz teórica que guiará el desarrollo de la investigación.

En el tercer capítulo se desarrollará un marco teórico y referencial de lo que es comunicación política en campañas electorales. Más adelante se acercará a la definición de democracia digital y la perspectiva de red social Twitter, sus características, fortalezas y carencias, así como su alcance en la era digital. De esta manera será más fácil comprender el perfil de los candidatos y las estrategias comunicacionales digitales para lograr ser el próximo alcalde de Medellín.

Para el cuarto capítulo se hace referencia a las disposiciones normativas del orden nacional que han llevado a la ciudad de Medellín a incorporarse a las dinámicas del mundo globalizado de la información y la interactividad; en este se abordarán las políticas de la sociedad de la información, algunos elementos de la normativa internacional, fundamentalmente latinoamericanos y se describe el estado de conectividad en la ciudad.

Finalmente, en el quinto capítulo se presenta el análisis de contenido derivado del trabajo de campo en el que se valorará la hipótesis de partida y otras consideraciones que permiten llegar a conclusiones en torno a lo que significó la incorporación de la red social en las dinámicas electorales en la ciudad de Medellín; cuales fueron sus verdaderos alcances y en



qué consistieron las estrategias de los candidatos a la Alcaldía. El mismo será acompañado por cuadros estadísticos ilustrativos que aportarán comprensión a la investigación.

Se parte de la hipótesis de que, en Medellín, el Twitter se ha convertido en una tribuna más que los partidos políticos y sus candidatos utilizan para llegar a un nuevo elector y está cogiendo protagonismo en la agenda de los candidatos en la contienda local; tanto así que se ha convertido en un convidado obligado al momento de armar toda la estrategia de comunicaciones de la campaña. Tanto la pregunta de investigación que da inicio al trabajo, como la metodología propuesta para encontrar resultados, buscan acuñar o desmentir esta hipótesis y analizar la utilización de Twitter por parte de los candidatos.



CAPÍTULO I

“Twitter es sin duda, la mayor revolución de la comunicación, en toda la historia de la humanidad”

Alfredo Vela

1.1 Los puntos de partida

1.1.1 La situación del problema, las preguntas y los objetivos

La llegada de los medios sociales a la comunicación política habilitó un proceso que facilita la comunicación entre dirigentes e instituciones políticas y ciudadanos. Por ejemplo, se puede observar cómo desde la campaña de Barack Obama de 2008, las protestas electorales de Irán en junio de 2009, la revolución de los jazmines en Túnez de diciembre de 2010, hasta la revolución de los jóvenes en Egipto en enero de 2011, el papel de las redes sociales está dibujando nuevos escenarios para el empoderamiento de la sociedad y la reconfiguración del proceso de conformación de la opinión pública (Gómez. L, 2016). En cuanto al caso de Colombia, basta decir que no es diferente a las experiencias de otros países. Twitter, específicamente, se ha consolidado como una de las herramientas de uso exclusivo para la manifestación de opiniones individuales que dentro de un espacio virtual tienen la posibilidad de convertirse en tópicos de discusión y de debate público (Hong, S. 2013).



Twitter, una red social con más de 328 millones de personas conectadas en el mundo (Twitter, 2017), es un lugar para la creatividad y la opinión, además está colonizada especialmente por adultos, intelectuales, medios de comunicación y políticos (Tarullo, 2018)

Por otro lado “el Twitter se puede agrupar en tres categorías, de referencia a la información popular, a la comunicación entre ciudadanos y el gobierno, y el establecimiento de políticas públicas” (Rodríguez, 2011; p. 27). En ese contexto surgen ciertas preguntas y problemas que la investigación en Ciencia Política debería afrontar con el ánimo de avanzar en la construcción de un objeto de estudio que permita comprender las lógicas presentes, como por ejemplo ¿Cómo se desarrolló la comunicación entre los candidatos y posibles electores, mediante la red social Twitter? ¿Fue una comunicación horizontal o siguió parámetros verticales? ¿Ayudó esta estrategia digital a consolidar la campaña?

A continuación, se detallará con mayor precisión cuál fue el problema de investigación que motivó a la realización de este proyecto

1.1.1.1 El problema de investigación

Las redes sociales en los entornos digitales han logrado parte del cambio que ha llevado a la Internet, a convertirse hoy en una “macroágora” (Paniagua, 2014; p. 68). Millones de personas convergen en ellas al día, comparten sus vidas, socializan y se comunican allí. La comunicación es una herramienta fundamental en la construcción de cultura y sociedad (Castells, 1996; p. 405). Y por esta importancia, ninguna campaña política moderna quiere estar por fuera de ellas; por el contrario, se convierte casi que en un espacio obligado para todos los aspirantes a un puesto de elección popular (Caldelvilla, 2009).

Una encuesta sobre el uso que los votantes colombianos hacen de las redes sociales, realizada por el Ipsos Napoleon Franco tras las elecciones presidenciales de 2014 en Colombia, demostró que un 65,2% de los encuestados dijo tener una cuenta de Twitter, aunque solo un 28,3% había enviado o publicado algún mensaje de móvil (sms), correo electrónico, comentarios, tuit etc. sobre las elecciones (I.N.F, 2014).

Existen dos tendencias teóricas para enfocar el estudio de la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación política. Algunos estudiosos del tema como Holtz-Bacha



(1990) y Newton (1999), tienen propuestas que se enmarcan dentro de lo que se ha denominado “*movilización política*”, lo que significa que sostienen que el empleo de las nuevas herramientas para diversificar las formas de participación y comunicación política incrementará el activismo político. En igual sentido, Negroponte (1995) y Dertouzos (1997) sostienen que las nuevas posibilidades harán que los usuarios se conviertan en autoridades digitales en materia política. La otra tendencia teórica se refiere a “refuerzo” que significa la corriente que argumenta que esas nuevas tecnologías servirán para utilizarlas de manera tradicional y que servirán para reforzar estructuras ya existentes (Magolis y Resnik, 2000).

Para Cáceres, Brändle y Beas (2013), lo que caracteriza a este nuevo espacio socio-político es la posibilidad de interactuar y relacionarse con otros usuarios, conocidos o no, con los que se comparte alguna inquietud, motivación, afición o incluso con los que apenas se comparte nada. Pero en las campañas políticas no todos los seguidores de determinado candidato corresponden a un posible votante, o a un ciudadano con ideología cercana. Existen muchos seguidores que lo hacen para mantenerse informados, para desafiar cualquier comentario, o simplemente para estar al tanto del devenir político de su región (Beas, 2013). Pero el problema acá no es que los candidatos utilicen todos los medios posibles para llevar el mensaje, sus ejes programáticos, su agenda, entre otros; la discusión se centra, en las formas comunicacionales que están teniendo los políticos a la hora de acercar sus ideas a la ciudadanía, en tanto y cuanto, se está referenciando una nueva dinámica comunicacional en las campañas políticas (Orihuela, 2011).

En este contexto, la pregunta que guía este trabajo se relaciona con la comunicación que tuvieron los candidatos a la Alcaldía de Medellín y sus seguidores en la plataforma Twitter. En este sentido, mientras algunos piensan que se está consolidando un nuevo y paradigmático sistema comunicacional más horizontal, donde la comunicación es directa y permanente y donde hay reciprocidad del mensaje; para otros autores la comunicación que proporciona estas plataformas digitales y redes sociales, no cambian en nada el esquema tradicional vertical de la comunicación política, y ratifican que la comunicación política través de redes sociales ha seguido un mismo parámetro de verticalidad donde hay un interlocutor que lanza su discurso y una audiencia que recibe el mismo sin la posibilidad directa de interactuar o debatir con este. (Chomsky, 2016). En esta misma línea se encuentran autores como Macafee



(2013) y Woolley (2015) quienes advierten que, a pesar de la posibilidad de interacción, esta interacción entre candidatos y ciudadanos raramente se produce, y son pocos los candidatos que entablan una verdadera comunicación dialógica con sus seguidores en Facebook a través del intercambio de mensajes.

1.2. OBJETIVOS

Teniendo en cuenta el planteamiento del problema, la naturaleza del objeto de estudio y la pregunta de investigación, se trazaron los siguientes objetivos para el presente trabajo:

1.2.1 Objetivo general

Analizar la comunicación que los candidatos a la Alcaldía de Medellín establecieron con sus seguidores en Twitter durante el período del 25 de septiembre al 25 de octubre de 2015.

1.2.2 Objetivos específicos

- Describir el perfil de los candidatos a la alcaldía de Medellín en la red social Twitter durante el período del 25 de septiembre al 25 de octubre de 2015.
- Sistematizar y describir la comunicación que los candidatos protagonizan en Twitter durante el período del 25 de septiembre al 25 de octubre de 2015.
- Evaluar el nivel de interactividad y el flujo de comunicación entre seguidores y candidatos en Twitter durante el período del 25 de septiembre al 25 de octubre de 2015.

1.3 METODOLOGÍA

El análisis de contenido es la técnica utilizada en esta investigación para comprender la comunicación que los candidatos estudiados protagonizan en Twitter. Se trata de un método para estudiar y analizar las comunicaciones de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa a fin de medir variables (Allport, en Pérez 1994). El análisis de contenido se define a sí mismo dentro de este marco de trabajo, como una aproximación empírica, de análisis



metodológicamente controlado de textos al interior de sus contextos de comunicación, siguiendo reglas analíticas de contenido (Mayring, 2000).

Según Texeira (2018) el análisis de contenido se ha definido como una técnica sistemática y replicable para la comprensión de muchas palabras de texto en un menor número de categorías de contenido basado en reglas explícitas de codificación (Berelson, 1952; GAO, 1996; Krippendorff, 1980; y Weber, 1990). Holsti (1969) ofrece una definición amplia de análisis de contenido como, ‘cualquier técnica para hacer inferencias mediante la identificación objetiva y sistemática de características especificadas de mensajes’ (Holsti, 1969. p. 14). Bajo la definición de Holsti, la técnica de análisis de contenido no se limita al ámbito de análisis textual, sino que puede aplicarse a otras áreas tales como la codificación de dibujos (Wheelock, Haney, y Bebell, 2000), o la codificación de las acciones observadas en los estudios grabadas en vídeo (Stigler, Gonzales, Kawanaka, Knoll, y Serrano, 1999).

Noguero (2002) citando a Bardin (1986) afirma que el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como ‘discursos’ (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas, desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos, es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia.

‘Esta técnica se constituye en un instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura interna de la información, bien en su composición, en su forma de organización o estructura, bien en su dinámica. Esta técnica centra su búsqueda en los vocablos u otros símbolos que configuran el contenido de las comunicaciones y se sitúan dentro de la lógica de la comunicación interhumana.’ (Noguero, 2002; p. 173)

Para Bardin (1986) corresponden al campo del análisis de contenido las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, consisten en explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente (el emisor y su contexto) o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración (Bardin, 1986).



El análisis de contenido se sitúa en el ámbito de la investigación descriptiva y pretende, sobre todo, descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado a través de un proceso que se caracteriza por el intento de rigor de medición.

En la siguiente tabla se muestran los datos básicos de la investigación.

Tabla I: Ficha técnica de la investigación.

DATOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Universo	Candidatos a la Alcaldía de Medellín para el período 2016-2019 con cuenta en Twitter. Se eligieron los tres más sobresalientes en la contienda, según parámetros que serán explicados a continuación.
Fecha de la muestra	25 de septiembre de 2015, hasta el 25 de octubre de 2015
Control de datos	Planilla de análisis
Entorno de análisis	Local
Espacio del Estudio	Medellín – Colombia
Herramientas informáticas de apoyo	<p>Cosmos: (Ayudó a la recopilación de información como tuits, retuist y likes de las publicaciones de los candidatos analizados.)</p> <p>Tagsedo (Permitió rastrear las palabras claves de cada candidato en su cuenta de Twitter)</p> <p>Gephi (Ayudó a analizar la interacción de los candidatos con sus seguidores; adicional a comprender cual era el alcance de sus publicaciones)</p> <p>Keynetig (Permitió rastrear las preguntas que le hacían a los candidatos y sus respuestas)</p>
Totales de la muestra	Tuits – Retuits - Seguidores

Fuente: Elaboración propia

1.3.1 Fases de la Investigación

1.3.1.1 Fase I: Identificación de los actores a investigar

Cinco candidatos participaron de la contienda electoral para las elecciones a la Alcaldía de Medellín 2016 -2019. De esos cinco candidatos se eligieron tres para realizar la investigación: Juan Carlos Vélez Uribe, Federico Gutiérrez, Gabriel Jaime Rico.

El criterio para seleccionar a estos tres candidatos se dio por tres razones específicas: la primera porque representaban tres corrientes políticas más representativas en Antioquia



como son el uribismo (grupo de ciudadanos que apoyan las ideas del expresidente Álvaro Uribe Vélez, representado por el candidato Juan Carlos Vélez Uribe para las elecciones que este estudio aborda), el *fajardismo* (grupo de ciudadanos que apoyan las ideas del exgobernador de Antioquia, Sergio Fajardo Valderrama, representado por el candidato Federico Gutiérrez) y el *santismo* (grupo de ciudadanos que apoyan las ideas del presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, representado por el candidato Gabriel Jaime Rico). “En Antioquia hay tres grandes y claras corrientes, derivadas de padrinos políticos influyentes a nivel nacional: el *fajardismo*, muy arraigado en el voto joven; el uribismo, que se condensa más en el empresario y padre de familia; y los que apoyan al presidente actual en busca de algún beneficio personal o social” (Rodríguez, 2016; p. 52).

Segundo, porque eran los candidatos que punteaban como posibles ganadores en todas las encuestas realizadas por los diferentes medios de comunicación (IPSOS 2015 – C&C 2015); y tercero, por ser los candidatos con el mayor número de seguidores en Twitter y con más presencia en esta red social.

Tabla II, seguidores de los candidatos a la Alcaldía de Medellín 2015

CANDIDATOS	Número de seguidores
Gabriel Jaime Rico	57.000
Juan Carlos Vélez	48.200
Federico Gutiérrez	35.100
Alonso Salazar	26.300
Eugenio Prieto	14.050
Rodrigo Londoño	4.257

Fuente: Cuentas oficiales de los candidatos (2015)

El período que se estableció para hacer la recolección de datos fue del último mes de campaña: **del 25 de septiembre de 2015, hasta el 25 de octubre de 2015**; día en el que se llevaron a cabo las elecciones municipales a la Alcaldía de Medellín. En este tiempo se recopilaron, además de los tuits de los candidatos, toda la información adicional que pudiera arrojar resultados sobresalientes a la investigación como menciones de temas programáticos, respuestas a las consultas de los seguidores, ampliación de seguidores, propuestas de los candidatos, retuits, preguntas y respuestas, entre otros.



A continuación, presentamos los perfiles digitales de los tres candidatos seleccionados para realizar la investigación:

Juan Carlos Vélez Uribe: CENTRO DEMOCRÁTICO ([@jcvelezuribe](https://twitter.com/jcvelezuribe))



Ilustración I. Captura de pantalla de la cuenta de JCV. 25 de junio de 2015

Federico Gutiérrez: CREEMOS ([@FicoGutierrez](https://twitter.com/FicoGutierrez))



Ilustración II. Captura de pantalla de la cuenta de FG; 20 de jun de 2015

Gabriel Jaime Rico: UNIDAD NACIONAL [Partido Liberal - Cambio Radical – Partido Conservador – Partido de la U] ([@RICOGabriel](https://twitter.com/RICOGabriel)).





Ilustración III. Captura de pantalla de la cuenta de GR; 20 de junio de 2015

1.3.1.2 Fase II: Categorización de contenido

El tipo de análisis utilizado en esta investigación fue ARS (análisis de redes sociales), asistido por un software de investigación cuantitativa Cosmos, que ayudó a recopilar toda la información correspondiente al último mes de campaña de los candidatos investigados, también se utilizó la herramienta Gephi para medir el alcance e interacciones de las publicaciones de los candidatos a la Alcaldía de Medellín con los demás seguidores. Bardin (1986) señala que: se debe analizar tres fases para la aplicación del análisis de contenido. Estas son: el preanálisis, el aprovechamiento del material y el tratamiento de los resultados, incluyendo la inferencia y la interpretación. Todo esto se debe hacer porque según Armony (2005) ‘los dirigentes ocultan o embellecen la realidad según sus necesidades, siempre con una voluntad de manipulación o de seducción de las masas’.

Para hacer un análisis riguroso de cada una de las publicaciones de los candidatos estudiados, se realizó una clasificación de los trinos, la misma se realizó de manera general para todos los candidatos, y se sistematizaron los tuits en cinco categorías: Agenda de Campaña, Propuestas, Consignas sobre otros candidatos/ partidos, Noticias, Otros.

Estas categorías fueron establecidas a partir de la recolección de los tuits publicados luego de identificar los elementos más recurrentes en las cuentas de los candidatos que hacen parte de la muestra, es decir a partir de un acercamiento inductivo al objeto de estudio.



A continuación, se describirá en qué consiste cada categoría.

- **Agenda de Campaña:** En esta tipología de tuit se tendrán en cuenta todas aquellas publicaciones que hablen del día a día de campaña, actividades, reuniones, recorridos y demás datos concernientes a la agenda del candidato en su campaña política: [@jcvelezuribe](#) ‘Estamos en la 65 con calle 55, invitando a la ciudadanía a votar por los candidatos del @CeDemocratico. #VotaCD’. 25/09/2015
- **Propuestas:** Esta tipología de tuit tiene que ver con las ideas y propuestas que el candidato exprese para ganar la Alcaldía de Medellín. Propuestas de todo tipo: seguridad, vivienda, movilidad, deporte, educación, etc.: [@jcvelezuribe](#) ‘Recuperaremos la seguridad de #Medellín, mejoraremos la educación y crearemos oportunidades reales para todos’. 25/09/2015.
- **Consignas Sobre Otros Candidatos / Partidos:** Este tipo de tuit el candidato hace mención (responde, felicita, agradece o critica) a otro candidato en la contienda electoral: [@RicoGabriel](#) ‘Las ideas del @PartidoLiberal son sociales, así como las propuestas de nuestro programa de gobierno. Vamos a trabajar por Medellín. #EsoEsRico’. 28/09/2015
- **Noticias:** En este tipo de tuit los candidatos comparten algunas noticias referentes a la campaña, publicadas en algún medio de comunicación con noticias referentes al avance de la campaña. [@RicoGabriel](#) ‘#EsoEsRico Les comparto la nota de @ElColombiano sobre nuestro programa de gobierno y la visión que tenemos de ciudad: <http://ow.ly/T83BM>’. 02/10/2015
- **Otros:** Todo tuit que no haga parte de las clasificaciones anteriores, puede ser publicaciones como agradecimientos, pensamientos, de actividad personal que no involucre la agenda de campaña, todo eso irán en este segmento.

Se le asignó una identificación a cada tipo de tuit analizado para tener mucha más organización y facilidad a la hora de hacer análisis de los mismos. Lo detallamos en la siguiente tabla.



Tabla III: *Categorización de los tuits*

CATEGORÍA DE LOS TUIITS	
<i>Agenda de Campaña</i>	#AC
<i>Propuestas</i>	#P
<i>Consignas Sobre Otros Candidatos / Partidos</i>	#COC/P
<i>Noticias</i>	#N
<i>Otros</i>	#O

Fuente: Autoría personal

Teniendo en cuenta las categorías mencionadas se realizó la clasificación manual de los contenidos para identificar cuál fue el uso principal que le dio cada candidato a su cuenta en Twitter. Por otra parte, se llevó a cabo un seguimiento a la interactividad de las publicaciones, donde se identificaron los tuits con más retuits, más comentarios, y mayor número de preguntas y respuestas.

1.3.1.3 Fase III: Técnicas e instrumentos

La investigación se realizó en tres etapas:

- 1- La captura de los tuits publicados en las cuentas de los candidatos a la Alcaldía de Medellín
- 2- La transcripción textual de los tuits y la organización en planillas de seguimiento
- 3- El análisis de los mismos a partir de las variables antes descriptas

Para adelantar la primera fase se hizo un seguimiento diario de las cuentas de los candidatos investigados, apoyados en algunos softwares de gestión (Cosmos – Keynetig) para recopilar la información necesaria requerida para la investigación. Ambas herramientas fueron de ayuda, no sólo para rastrear todas las publicaciones de los candidatos e identificar las interacciones de las publicaciones con otras cuentas en Twitter, si no también, para rastrear distintas conversaciones que se tejían en la red a raíz de alguna publicación de alguno de los candidatos, logrando tener una mayor comprensión de la dinámica comunicacional y de relacionamiento de los candidatos con sus seguidores. Tras recopilar todos los datos se organizaron en forma de cuadros y tablas, a partir de ese momento comenzó la inferencia y comparación a la que se hará referencia en capítulos posteriores.



La segunda etapa correspondió a la transcripción y clasificación de los tuits de los candidatos en su último mes de campaña, para eso se diseñó una tabla que contenía toda la información relevante y detallada de cada una de las publicaciones de los mismos (Ver anexo I). Esta tabla buscaba obtener toda la información de tuits y retuits y los horarios utilizados por los candidatos a la Alcaldía de Medellín. En este segmento es importante resaltar que el diseño de las plantillas para esta investigación dependió de las necesidades que el investigador evidenció según el objeto de estudio a investigar y hace eco a lo que afirma Bardin (1986):

“No existen plantillas ya confeccionadas y listas para ser usadas, simplemente se cuenta con algunos patrones base, a veces difícilmente traspasables. Salvo para usos simples y generalizados, como es el caso de la eliminación, próxima a la descodificación de respuestas en pregunta abierta de cuestionarios cuyo contenido se liquida rápidamente por temas, la técnica del análisis de contenido adecuada al campo y al objetivo perseguidos, es necesario inventarla, o casi”. (Bardin, 1986; p. 23).

Tabla IV: Tabla de información de los tuits

TABLA DE TRANSCRIPCIÓN DE TUI TS DE JUAN CARLOS VELEZ URIBE

*Más abajo están la de los demás candidatos

CÓDIGO	CANDIDATO	FECHA	HORA	TUIT	TIPO DE TUIT	TEXTO ANEXO	FOTO ANEXA
A1	Vélez Uribe	25/09/2015	7:30 a. m	Este 25 de octubre elige la mejor opción para #Medellín, #ConTodaSeguridad @CeDemocratico @cedemant @Juan_DaPosada	Propuesta de Campaña	NO	NO
A2	Vélez Uribe	25/09/2015	8:45 a.m	Nuestra estrategia ha sido trabajar, trabajar y trabajar por #Medellín y lo seguirá siendo en mi administración, #ConTodaSeguridad.	Propuesta de Campaña	NO	NO

Fuente: Realización personal

Esta tabla está dividida en ocho casillas que, a juicio del investigador, son relevantes para hacer el análisis de contenido. Código – Candidato – Fecha – Hora – Tuit – Tipo de Tuit – Texto Anexo – Foto Anexa.



Código: Cada tuit será codificado mediante una letra y un número, que serán su identidad, para luego hacer un análisis con mapa de datos.

Candidato: En esta casilla se colocará el nombre de cada uno de los candidatos que realicen la publicación analizada.

Fecha: En esta casilla irá la fecha de realización del tuit, esto servirá para analizar qué cantidad de tuits promedio realizaba el candidato diariamente y cómo era el comportamiento de su engagement según el día de publicación.

Hora: En esta casilla se colocará la hora en a que se realice el tuit, y servirá para analizar cuáles eran las horas de más proliferación de tuits, qué tipo de contenido realizaba según la hora, cuál era la hora con mayor engagement etc.

Tuit: Este será el espacio para transcribir el tuit, tal cual lo posteo el candidato.

Tipo de Tuit: Según la tabla anterior, en este apartado se colocará el tipo de tuit realizado por el candidato. Es importante conocer qué tipo de contenido publicaba el candidato y esta planilla nos ayudará a comprenderlo.

Texto Anexo: Aprovecharemos este espacio para saber si el candidato complementaba su publicación con un texto adicional, o si simplemente escribía el post sin más ayudas hipertextuales.

Foto Anexa: En esta casilla se identificará si la publicación tuvo una foto adicional al texto y complementaria de la misma, o no.

Se contará, además, con otra planilla donde se observarán desde la cantidad de seguidores y de likes, hasta el tipo de lenguaje empleado en los mensajes que ellos publican. Asimismo, se creará una ficha, que contará con un análisis complementario de carácter cualitativo, que se deriva por la cantidad de menciones generados por los mismos políticos durante el periodo del análisis. De esta manera, el objeto de estudio se somete a la fase de observación y exploración, continuando con explotación de todos los datos obtenidos durante esa fase.

Los tuits se clasificaron teniendo en cuenta la tipología anteriormente descrita (Ver anexo II). La Categorización, como afirma Noguero, F (2002), es la metodología cualitativa se basa en el uso de categorías. Se denominan categorías a cada uno de los elementos o dimensiones



de las variables investigadas y que van a servir para clasificar o agrupar según ellas las diversas unidades (Noguero, 2002).

Tabla V: *Tabla con datos complementarios*

TABLA DATOS COMPLEMENTARIOS JUAN CARLOS VELEZ

*Más abajo encontrarás los demás candidatos

TABLA DE DATOS COMPLEMENTARIOS								
CÓDIGO	LINK	VIDEO ANEXO	HT	#RETUIT	#FAVORITOS	PREGUNTAS	RESPUESTAS	PALABRA CLAVE
A1	NO	NO	#ConTodaSeguridad	7	3	0	0	Mejor
A2	NO	NO	#ConTodaSeguridad - #Medellín	16	10	3	2	Trabajar
A3	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	5	1	1	Gestión
A4	NO	NO	#Medellín	16	4	0	0	Seguridad

Fuente: Autoría personal

Luego del seguimiento realizado a la cuenta de los candidatos y la transcripción, se identificaron algunas líneas de contenido que se convirtieron en las bases del análisis. Para eso esta plantilla es de gran ayuda porque establece siete ítems clave para la investigación, porque se va a explorar el nivel de interactividad y de comunicación que tuvieron los candidatos desde su cuenta de Twitter, uno de ellos los mismos son: link – video anexo – hashtag – retuit – favoritos – preguntas – respuestas – palabra clave.

- **Link:** En esta casilla se identificará si cada una de las publicaciones del candidato utilizó algún link con información complementaria a su post, en caso de ser afirmativo se colocará el link en la casilla, en caso de ser negativo se colocará un NO.
- **Video anexo:** En esta casilla se colocará el link del video, si fue un recurso utilizado por el candidato en determinada publicación. Esta información servirá para analizar el nivel de complementariedad y ayuda audiovisual que utilizaron los candidatos en esta contienda electoral. Si las publicaciones no poseen video, se detallará con un NO.
- **Hashtag:** EL nivel de hipertextualidad de los candidatos se analizará mediante este registro que contará con el o los HT, utilizados en cada publicación. Se tendrá en



cuenta este apartado para analizar la cantidad y la efectividad de viralización de los mensajes de los candidatos.

- **Retuit:** En esta casilla se colocarán la cantidad de retuits que tuvo cada publicación del candidato, y servirá la misma para analizar el engagement y el alcance de cada una de las publicaciones.
- **Favoritos:** Se colocarán la cantidad de favoritos que recibe cada una de las publicaciones de los candidatos analizados.
- **Preguntas:** En esta casilla se colocará el número de preguntas que recibe cada publicación, adicional, se colocarán las preguntas de los seguidores a cada candidato. Es de gran importancia para la investigación esta recolección de información, porque servirá como elemento principal para determinar el nivel de participación e interacción de cada uno de ellos candidatos con sus seguidores.
- **Respuestas:** En esta casilla irán las respuestas del candidato a sus seguidores. Este será la segunda parte del componente base para determinar el grado de interactividad y respuesta de los candidatos en su cuenta de Twitter, en el periodo investigado. Se usará el software (Keyneting) para identificar el tiempo de la respuesta. Todo esto servirá a la investigación para analizar si cada candidato tuvo una comunicación vertical u horizontal con sus seguidores en su Twitter.
- **Palabra Clave:** Se identificará cual fue la palabra clave de cada publicación de modo que al final se pueda realizar un mapa de palabras para identificar cuáles fueron las más sobresalientes en la comunicación de cada uno de los candidatos. Es importante saber cuáles eran las palabras clave de cada campaña y con qué periodicidad la comunicaban.



‘Las palabras (y las asociaciones de palabras) recurrentes son las huellas de una fijación parcial de la significación social y cumplen, por ello, un papel clave en la reproducción del orden social’ (Armony, 2005; p. 36).

Tabla VI: Sobre preguntas y respuestas

Anexo III

Código	Cuenta	Candidato	Pregunta	Respuesta	Tiempo de Respuesta
A 01	@SofiaLucena24	@JCvelezUribe	¿Cómo va a recuperar la seguridad?	Seré el primer Policía de la ciudad y voy trabajar en capacitar a nuestra policía	22 hrs
A 02	@Juanco_13B	@JCvelezUribe	¿Cuándo estará en la América?	Estaré allí la próxima semana. Atento	8 hrs

Fuente: Autoría personal

Como el objetivo de la investigación es analizar la comunicación entre candidato y electorado a través de Twitter, es importante profundizar en el relacionamiento de preguntas respuestas y evidenciar si efectivamente hay una comunicación fluida, o si por el contrario hay indiferencia en alguno de los dos emisores – receptores. Por consiguiente, se realizó una tabla que contiene tanto las preguntas que le hacían a los candidatos, como las respuestas de éstos. Cabe resaltar que no están consignadas todas las preguntas y respuestas, sino que se seleccionó un universo aleatorio de preguntas y respuestas de cada candidato. Esta tabla está compuesta por seis casillas que serán de mucha utilidad para hacer los análisis posteriores.

- **Nick/ Cuenta:** En esta parte irá el nombre de la cuenta que realiza la pregunta.
- **Candidato:** Aquí se pondrá el nombre del candidato a quien se le pregunta
- **Pregunta:** Se transcribirá la pregunta, tal cual fue formulada, con errores ortográficos, si los hubiera. Tal cual está redactada la pregunta.
- **Respuesta:** En esta casilla irá la respuesta del candidato, tal cual se realice. La idea, adicional, es evaluar si la respuesta es acertada, según la pregunta; más adelante también se analizará el lenguaje, el tono y la efectividad de la respuesta.
- **Tiempo de Respuesta:** Se pondrá el tiempo de respuesta, para evaluar si el candidato era ágil y oportuno con sus respuestas o no.



Paralelo a esta estructura, se aprovechó la información obtenida durante el periodo de investigación para realizar unos mapas de nodos con el software Gephi que servirá para analizar el volumen de interacciones, comunicaciones y alcance de las cuentas de cada uno de los candidatos a la Alcaldía de Medellín en el periodo 2015- 2019, y su nivel de interactividad con las demás cuentas que lo siguen.

Por último, para la tercera fase, se procedió al análisis de toda la información recolectada, que se verá reflejado en el capítulo cinco de esta investigación. El análisis diseñado contará con varios campos, donde se observarán desde la cantidad de seguidores, respuestas, likes, hasta el tipo de palabras empleado en los mensajes que los candidatos publican. Todo este análisis nos posibilitará entender cómo se desarrolló la comunicación de los candidatos investigados con sus audiencias en Twitter, el objeto de esta investigación.



CAPÍTULO II

“El poder político es el poder organizado de una clase para oprimir a otra”

Jürgen Habermas

2.1 Justificación

Las Tics han generado nuevos espacios virtuales que abren nuevos horizontes para diferentes campos del saber. La educación, la cultura, el empleo, la propia política, son áreas de la vida del hombre que se han visto transformados en gran medida por el uso y aprovechamiento de estos espacios (Torres y Rojano, 2008; p. 27). Desde otra línea Noam Chomsky (2015) afirma que las redes sociales están siendo el nuevo opio social, que adormece y crea seres pocos racionales. También hay que citar aquí autores que piensan todo lo contrario y afirman que las redes sociales y el Internet están siendo el nuevo opio social, que adormece y crea seres poco racionales y críticos (Noam Chomsky, 2015).

Las campañas políticas no son ajenas a este nuevo espacio de interacción comunitaria. Es así como el uso de las redes sociales ha fomentado la creación de nuevos canales que sirven como plataforma donde la actuación de los candidatos a ser escogidos por la sociedad para ocupar cargos públicos, se encuentran bajo la mirada del ojo público, el cual es capaz de



señalar y denunciar por medio de estas herramientas de comunicación en búsqueda del bien de sus intereses colectivos (Martínez, 2014; p. 10).

Se puede decir que el poder y la política se encuentran a través de la comunicación. Al hacer que las acciones y los acontecimientos se vuelvan visibles de un modo nuevo, estas transformaciones han creado las condiciones para que surja una nueva forma de llevar las propuestas de los candidatos a sus electores, una forma independiente de las atmósferas particulares y accesibles a miles de personas, incluso millones de seres humanos que ahora tienen la posibilidad de observar esos acontecimientos a través de las redes.

Importante resaltar aquí, que con el desarrollo de este trabajo se pretende aportar algunas perspectivas en el campo de la Ciencia Política, con la utilización del Twitter como herramienta en la comunicación política, determinando su contribución o no, en la interacción entre los candidatos y los electores; sin la intermediación de los medios tradicionales de comunicación.

En esta línea han surgido estudios que pretenden no sólo mostrar el impacto de Twitter, sino también predecir los resultados de las elecciones o el futuro social de los Estados, basándose en el flujo y el contenido de los tuits, (Tumasjan, 2010). Desde universidades y centros de investigación de todo el mundo, diferentes autores relacionaron las primaveras árabes, las protestas en Brasil, los movimientos de indignados en España (Osteso y Deltell, 2013) o el movimiento #occupaywallstreet en EEUU.

Si bien las investigaciones en el uso de las redes sociales aún no aportan datos precisos sobre el impacto real en la decisión de los votantes, sí existen estudios muy serios sobre las tendencias políticas y el comportamiento partidista de los usuarios. Investigadores como Hanson, G., Haridakis P.M y Cunningham (2010) aseguran que en las elecciones presidenciales del 2008 en Estados Unidos existió una relación directa entre el número de seguidores de los partidos políticos, actores principales y candidatos con los votos obtenidos (Franco, 2016). Merlo (2014) asegura que las redes sociales se convirtieron en un lugar donde el político no puede no estar, “son escenarios de participación ciudadana y es indispensable tener presencia activa en ellas” (Merlo, 2014; p.13).



2.2 Estado del Arte

Al indagar sobre los antecedentes a nuestro objeto de estudio, encontramos que se han desarrollado distintas investigaciones en esta materia, tanto a nivel internacional, como a nivel nacional (Colombia), y algunos acercamientos a nivel local (Medellín). Por la complejidad y extensión del análisis a nivel internacional, sólo se abordarán investigaciones del orden nacional y local en este apartado. Dichos trabajos ayudarán a comprender el comportamiento de las redes sociales como elemento de comunicación política y servirán de referencia para avanzar en la investigación.

En el plano nacional, el análisis del uso de Internet en la política, y en especial el de Twitter, se han centrado en la ‘Ola Verde’, movimiento inspirado en la campaña presidencial de 2010 del Partido Verde y su candidato a Antanas Mockus Sivickas. En este sentido, Ruiz Mosquera (2011) señala que los políticos colombianos encontraron en Twitter una herramienta poderosa para promover una campaña política, defenderse y hacer acusaciones frente a temas que les conciernen e incluso, gobernar. También afirma que después de ver la campaña de Mockus se puede afirmar que, en la política colombiana, las redes sociales no influyen en las decisiones finales del electorado (Ruiz Mosquera, 2011; p. 112). En este estudio llama la atención el hecho de que Twitter sea considerado como una red social cuando su fundador Mark Dorsey la considera una red de microblogging.

Said y Arcila (2011), en su artículo “Líderes de Opinión en Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter”, tiene como punto de partida el fenómeno de la ‘Ola Verde’ en Colombia. Señala que el 80 % de los usuarios analizados podrían ser considerados como líderes de opinión. También advierte que los rasgos *off line* de las sociedades tradicionales se traspasan a la red cuando estos usuarios hacen uso de ella. Dicha investigación parte de la pregunta: ¿cómo usamos las tecnologías digitales en la política colombiana? y muestra que los líderes de opinión de alguna manera posibilitan una reflexión y un acercamiento entre los candidatos y sus posibles electores. Así mismo, concluyen que mediante las redes sociales se puede penetrar un segmento poblacional específico, pero el mayor obstáculo para que la información llegue a todos, es que no todos los colombianos tienen acceso a Internet como así tampoco no todos son usuarios de redes sociales.



Cierta similitud a la investigación anterior tiene un artículo de Rincón (2012) quien analiza la nueva dinámica comunicacional en la política colombiana y respecto a la ‘Ola Verde’ concluye que hubo “muchas red, poca calle; mucho ciberactivismo, pocos votos; mucha vieja política, poca innovación democrática” (Rincón, 2012; p. 74). Además, llama la atención que considera que el principal límite de las campañas electorales en redes sociales, es la vieja política. Es por eso que advierte que hacia los años 20 del siglo XXI, político será quien domine las redes sociales, pero interviniendo en la prensa (porque allí seguirá estando la opinión ilustrada), usando la radio (porque allí seguirá estando lo popular), haciendo el gesto televisivo (porque la masa seguirá pasando por ahí), alegrando a tiempo completo (porque la sociedad quiere ser entretenida) (Rincón, 2012; p.89).

Para este mismo año aparece una investigación patrocinada por la Universidad de los Andes titulada ‘De las audiencias contemplativas, a los productores conectados’, donde participaron investigadores de diferentes universidades como Jorge Bonilla (Universidad Eafit), Mónica Castaño (Universidad Javeriana de Cali), Ómar Rincón y Jimena Zuluaga (Universidad de los Andes), con el ánimo de responder una pregunta básica en estos tiempos multimediáticos: ¿a dónde van las audiencias? La investigación hace un recorrido de las audiencias en Colombia en la última década, iniciando con las audiencias de los medios masivos y la migración al campo digital, donde, según los aportes del libro, dejan de ser simples ‘espectadores’ para convertirse en generadoras de contenido (Bonilla, Rincón, Zuluaga, 2012).

La escritora Jimena Zuluaga (2012) en su libro “Internet: nuevas audiencias, ¿nuevos ciudadanos?” Hace una caracterización de la esfera digital para plantear el concepto de audiencia en red y así poder pensar cuáles son las transformaciones, las oportunidades y las dificultades que encierran las nuevas dinámicas de comunicación entre medios, gobernantes y los ciudadanos que han dejado de ser simples audiencias. Esta investigación discute en cierta medida con los trabajos anteriores en el sentido que deja entrever una dinámica relacional más cercana y efectiva entre todos los actores que hacen parte de las redes sociales (Zuluaga, 2012).

Corrales (2014) explora una hipótesis parecida a la del trabajo anterior en su tesis de maestría ‘Redes sociales en la política colombiana’ donde afirma que las redes sociales han ganado



relevancia en el ejercicio de la comunicación política, particularmente en el contexto electoral, esto debido a varios factores: su bajo costo en comparación a los medios masivos tradicionales, la cantidad de usuarios que se están sumando a la red de una forma rápida, el alcance que tiene el mensaje propagandístico por sus posibilidades para multiplicarse, y la facilidad de llegar a más usuarios, así como el estado de cercanía que genera la interacción entre líderes políticos y ciudadanos (Corrales, 2014; p. 58).

Rodrigo Texeira en su tesis doctoral sobre Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política, habla del advenimiento de la política 2.0 donde se multiplican la interactividad, los debates y las polémicas, aumentando el grado de instantaneidad y dinamismo de la información. También la cantidad de investigaciones de la participación política ciudadana en la web han crecido mucho en los últimos años. De hecho, en un estudio realizado por Lyengar, Luskin, y Fishkin (2004), se concluye que la discusión entre los internautas puede beneficiar la construcción de una ciudadanía más informada. Otros interpretan la realidad de una manera más pesimista con respecto a las redes sociales, porque la información sería más limitada en comparación con el panorama real (Texeira, 2018)

Córdoba, (2016) en ‘Redes sociales y poder’ aborda el problema de investigación desde una perspectiva metodológica distinta, donde más que observar cómo los ciudadanos se apropian de las redes sociales, el principal objetivo era promover una reflexión ética sobre los límites de las redes sociales al preguntarse cuáles son los límites en cuanto a lo publicable para que así los gobernantes colaboren a difundir contenidos menos agresivos. Según concluye esta investigación, sabiendo que hay cierto apasionamiento de los usuarios en diferentes temas sociales, es deber de los gobernantes servir de ejemplo de ética y verdad en las redes sociales (Córdoba, 2016). Lo mismo sostienen Tevez y López (2017) quienes afirman que las redes sociales son escenarios de fuertes discusiones sociales, sobre todo si se trata de política; pero que son los líderes políticos, quienes de alguna manera deben servir de espejo y ayudar a moderar las discusiones. Esta investigación parte de la hipótesis que, si los políticos en las redes actúan como mediadores, pueden estimular el diálogo y la reflexión. “La argumentación puede actuar como una herramienta para dirimir los conflictos con razones,



pero los insultos no mejoraran la solución al problema. El poder discursivo de un buen argumento puede rebatir algunas falacias y contribuir a combatir la generalización y la negación del otro” (Tévez y López, 2017; p.28).

Ya en el plano local, en la ciudad de Medellín se encontraron algunas investigaciones de tipo académico, que aportan a nuestro problema de investigación, sobre todo en el orden metodológico. (Rojas, 2012) en su tesis de maestría “Dispositivos de gubernamentalidad: Una lectura sobre las redes sociales del Estado y las estrategias de trabajo en red”, hace énfasis en la tipificación de las redes sociales que le sirven de entrada a algunas consideraciones a propósito de la sociedad red, los modelos de desarrollo local y regional, el capital social y los acuerdos alrededor de los objetivos del milenio, como referentes para un contexto histórico y situacional de las estrategias de trabajo en red.

En ese mismo año, la Universidad Pontificia Bolivariana impulsa una investigación sobre ‘La realidad virtual y la concepción de las redes sociales en la política local’. Este trabajo da cuenta de un hecho sin precedentes en la política moderna de la capital antioqueña; y es la importancia que los equipos políticos le han brindado a la gestión profesional de las redes sociales para afianzar el nombre de un gobierno y cómo estas mismas redes han servido de caldo de cultivo para que nazcan y permanezcan otros liderazgos de la misma sociedad civil. La conclusión más relevante de esta investigación consiste en afirmar que hasta hace una década, los mensajes de los medios iban en una sola vía: en un extremo los productores y en el otro los consumidores de información.

Martínez Urzola (2015) en “La construcción de opinión pública en Colombia; Twitter y Juan Manuel Santos, un estudio de caso”, busca entender la utilización que le da el presidente colombiano a la red social Twitter y cómo este repercute en los diferentes medios masivos de comunicación, logrando que ya el Twitter se convierta en una fuente oficial para los periódicos; y cómo los anuncios realizados por esta red social direccionan la *agenda setting* de los noticieros. Lo que comprobó dicha investigación es que las redes sociales han ejercido un papel de herramienta configuradora de agendas en el gobierno de Juan Manuel Santos.

Por esa misma vía se encuentran Jiménez (2015) y Rodríguez (2016) quienes insisten en la relevancia que han adquirido las redes sociales especialmente Twitter en la esfera política y noticiosa. Teniendo como referencia casos como el de las elecciones de 2012 en Estados



Unidos donde las redes sociales no sólo jugaron un papel fundamental, también lograron marcar la diferencia que sería decisiva en la victoria de Barack Obama; y de cómo los tuits están cada vez más presentes en la agenda noticiosa nacional, especialmente los publicados por personajes políticos (Rodríguez, 2016).

Estas investigaciones hacen un acercamiento al objeto de estudio y de manera empírica, hacen un análisis de cómo se da la comunicación política en los nuevos escenarios de discusión política. Igualmente se hace una caracterización de la esfera digital para plantear el concepto de audiencia en red, y así poder pensar cuáles son las transformaciones, oportunidades y las dificultades que encierran las nuevas dinámicas de los medios digitales para los ciudadanos que han dejado de ser audiencias.

Rincón (2015) en su tesis de maestría ‘Twitter como herramienta política del expresidente Álvaro Uribe Vélez, frente a los diálogos de paz entre el gobierno de Juan Manuel Santos y las FARC’ hace una descripción de los debates y los incendiarios tuits que el expresidente Álvaro Uribe hace a través de la red del microblogging; y cómo ésta se convirtió en la aliada perfecta para agredir de manera diaria y combativa todos los avances del proceso de paz, captando la atención no sólo de los tuiteros colombianos sino también de la comunidad internacional. Clara Rincón concluye aceptando que el político colombiano que mejor ha aprovechado la red del pajarito es precisamente Álvaro Uribe Vélez y que su gestión en ella ha desestabilizado, de alguna manera, la verticalidad de los diálogos de paz.

Los objetivos que se plantean en las investigaciones consultadas proponen el análisis de los efectos de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de la comunicación política para la ampliación de la esfera pública en Colombia; haciendo especial énfasis en la tipificación de las redes sociales que le sirven de entrada a algunas consideraciones a propósito de la sociedad en red, los modelos de desarrollo local y regional, el capital social y los acuerdos alrededor de los objetivos del milenio, como referentes para un contexto histórico y situacional de las estrategias de trabajo en red. Así mismo, se encontraron conclusiones donde se evidencia que, aunque son muchas las ventajas ofrecen las redes sociales en cuanto al acceso de todos los ciudadanos a la esfera pública, esta promesa se queda aún en el ámbito de las posibilidades.



La ejecución real de proyectos políticos agenciados desde las redes sociales requiere en la actualidad de la existencia de experiencias significativas de organización por fuera de la red, que les den solidez a esos proyectos dirigidos desde allí, al posibilitar la asociación de aquellas porciones de la sociedad que aún no han superado la brecha digital.

2.2.1 Expansión de Internet en Colombia

En el mundo la cifra de personas conectados a Internet supera los tres mil cuatrocientos millones (Worldometers, 2016), también la producción y venta de dispositivos para conectarse, especialmente los inalámbricos, está en constante aumento. Las cifras hablan de la consolidación de una comunidad de personas que producen y consumen bienes y servicios, además crean cultura y usan cada vez más la comunicación digital. Esas personas cada vez más conviven allí en los entornos digitales.

Ilustración IV – Cifras del uso de la comunicación digital.



Fuente: Worldometers, 2016, diseño: Ignacio García



Algunas cifras estadísticas muestran el uso de la comunicación digital en Internet, la Ilustración IV evidencia algunos de los aspectos que miden los expertos para determinar el estado actual de la Red y hacer análisis cuantitativos sobre dicho referente. Los datos son estimados a nivel mundial y por día (Worldometers, 2016).

En Colombia se observa un amplio uso de la comunicación digital entre las personas (Min TIC, 2016). Algunos aspectos que dejan ver cambios en las costumbres sociales y de comunicación tienen que ver con la penetración del servicio de conexión y el número de usuarios de Internet, ambos en aumento y para efectos de este trabajo el número y el tipo de usuarios de Twitter.

Para el año 2010, en Colombia la penetración de Internet alcanzaba el 51.3%, calculado como el número de usuarios sobre el número de personas de la población total. En cuanto a la penetración del servicio o de la conexión, en el 2003 Colombia estaba en el puesto once (11°) de Latinoamérica y en el 2010 se ubicaba en el tercer lugar (3°), sólo superado por Argentina (64.4%) y Uruguay (53%), (Jaramillo, 2010; p. 20).

En el 2012, Colombia muestra una penetración del 55%, ocupando el cuarto puesto en América Latina, después de Argentina (67%), Chile (59%) y Uruguay (56%) (Colombia Digital, 2012). Además, alcanza un 11.2% de suscriptores a Internet, algo más de 6 millones de personas (El Espectador, 2012).

El número de usuarios de línea celular, a septiembre de 2010, superaba los 42 millones de usuarios, más del 93% de la población total, y de esa cantidad celulares en Colombia un 10% tenía conexión a Internet a través de su dispositivo móvil, esto es unos cuatro millones de usuarios (Jaramillo, 2010; p. 21).

Ya para el 2015 se conoció la encuesta realizada por la firma Ipsos Napoleón Franco para el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) sobre “el nivel de digitalización de los colombianos y cómo las nuevas tecnologías están impactando su vida”. Entre el 16 y el 31 de octubre de 2015 fueron consultadas

1.005 personas con edades entre los 15 y los 55 años, residentes en ciudades con más de 200.000 habitantes. En ella se concluyó que 8 de cada 10 colombianos acceden a Internet lo que representa un incremento del 8 % en la penetración de Internet entre 2012 y 2014. El



mayor aumento se dio en los estratos¹ 1 y 2 que pasaron de 64 % en 2012 a 82 % en 2014; mientras que en los estratos 3 y 4 el aumento fue del 8 % pues se pasó de 79 al 86 % y los estratos 5 y 6 se elevó un 2 % al pasar del 92 al 95 %. (I.N.F, 2015, para el Espectador)

Aunque el uso más extendido es el del correo electrónico con el 84,1 % de las consultas, el 73 % de los encuestados señalaron que se conectan a Internet para ingresar a las redes sociales, consideradas por la firma encuestadora como un “fenómeno masivo”. Según la encuesta 6 de cada 10 colombianos ingresan a redes sociales y de ellos, el 37 % lo hacen por lo menos una vez al día. Los jóvenes entre 15 y 17 años representan el 99 % de los usuarios, seguidos por los de 18 a 24 años con un 84 %.

En cuanto a las redes sociales, específicamente Twitter, las cifras dan cuenta de un amplio impacto a la hora de implementar procesos que apoyen la interacción de los ciudadanos con los gobiernos municipales. Las cifras del año 2016 para Twitter en Colombia, supera los 6.550.000 de usuarios (21.6% de la población del país) de los cuales más del 67% son jóvenes entre los 19 y los 27 años, esto es, unos 4 millones de jóvenes conectados (Min. TIC; 2016).

Todas estas cifras muestran, en buena medida, la importancia que tiene hoy día la comunicación digital, la conexión a Internet, a las interacciones virtuales y el acceso a las redes sociales. La red social Twitter tiene gran acogida entre los jóvenes, ello se convierte en una fuerte posibilidad a la hora de pensar en trabajos académicos que apunten a lograr mejoras en los procesos de construcción de ciudadanía.

2.2.1.1 Redes sociales en la política colombiana

Trejo (2011) señaló que las redes sociales son los nuevos territorios del litigio político y por lo tanto no se descarta que los dirigentes políticos contraten oficinas para que abran cuentas de Twitter y Facebook desde donde se aplauda su desempeño (Trejo, 2011). El uso de redes sociales como estrategia política en Colombia inició en la campaña presidencial de 2010 en la que el partido verde tenía como candidatos a Antanas Mockus y Sergio Fajardo (fórmula

¹ La estratificación socioeconómica en Colombia se refiere a la clasificación de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Se realiza principalmente para cobrar de manera diferencial (por estratos) los servicios públicos domiciliarios permitiendo asignar subsidios y cobrar contribuciones. DANE (2017)



vicepresidencial) (El Colombiano, 2010). La Ola Verde, seguida en su mayoría por nuevos votantes/ adultos jóvenes, se expandió a través de las redes sociales al punto que el actual presidente Juan Manuel Santos tuvo que responder con una agresiva estrategia que contó con el refuerzo de Juan José Rendón Delgado (más conocido como J.J. Rendón), considerado el estratega de campañas políticas más reconocido en América Latina (El Tiempo, 2010).

A esto se suma la importancia que los políticos dan al número de seguidores en Twitter pues los consideran una muestra del respaldo popular a su campaña. Esto quedó en evidencia en la Encuesta de Consumo Digital en Colombia 2012 realizada para el Ministerio de TIC por la firma Ipsos-Napoleón Franco elecciones de mandatarios regionales de 2012, cuando la revista Semana y el periódico El Colombiano denunciaron que los candidatos a la Gobernación de Antioquia, Álvaro Vásquez, y a la Alcaldía de Medellín, Luis Pérez, incrementaron su número de seguidores de forma irregular (El Colombiano, 2012).

Twitter se ha revelado como un instrumento eficaz para llegar a los ciudadanos o electores. En Colombia, se ha comenzado a utilizar de una forma especialmente visible en las elecciones nacionales y municipales: “En los comicios del 2012 el uso de Twitter se basó principalmente en la emisión de juicios de valor por parte de los políticos y candidatos, el retuiteo de información emitida por los medios de comunicación y la difusión de noticias generadas desde otras plataformas de comunicación. De todo ello, el factor diferencial de esta red con respecto a otras, es la emisión de juicios de valor que a su vez también puede ir unida o no a la difusión de contenido de otras plataformas”. (Sierra, 2015; p. 43)



CAPÍTULO III

“Gobernar es el arte de comunicar”

Gerardo Moscoso

3.1 Marco Teórico

En este apartado se analiza el alcance que han tenido las redes sociales en la práctica democrática y la movilización social y política, así como la incorporación de los medios de comunicación al nuevo espacio público. Si bien es cierto que esta investigación no pretende dar respuesta a todos esos vacíos académicos, ni mucho menos resolver todos los problemas de la comunicación política en redes sociales, sí desea hacer un acercamiento a esa relación “redes sociales y política”; pretende arrojar una luz sobre la forma en que las redes sociales, específicamente Twitter, funcionan o han funcionado en las contiendas electorales en Colombia, más específicamente en la ciudad de Medellín. Por tal motivo se tomaron tres ejes conceptuales que servirán de entramado teórico en la consecución de esta investigación:

- Comunicación Política y redes sociales
- Contexto electoral en la ciudad de Medellín
- Conectividad en Medellín, un espacio para las redes



3.1.1 Comunicación Política y redes sociales

A continuación, se expondrá de forma breve el campo desde el que se realiza este trabajo, siendo la comunicación política un campo amplio de investigación, desde el cual se desarrolla el análisis de las estrategias de las campañas a la Alcaldía de Medellín, y diferenciando de forma sencilla sus alcances y aplicaciones en la actualidad.

La comunicación política es usada no sólo en las campañas, sino también por los gobernantes, periodistas e instituciones, entre otros, a través de la utilización de los medios de comunicación. Es el canal abierto de quienes se encuentran en las esferas del poder público y los ciudadanos. Para iniciar, es necesario definir qué entendemos por política y qué por comunicación, y cuáles son los soportes teóricos del concepto de comunicación política.

La política entendida como el bien público, basado en la toma de decisiones que resulta de un poder o legitimidad, que a su vez se conoce como el arte de gobernar (Watts, 2006). Y la comunicación entendida como la capacidad para transmitir ideas, pensamientos, conceptos, identidades (Thompson, 1998), y construir relaciones entre distintos sujetos (Céspedes, 2016).

Entonces, el acto de comunicar implica en sí mismo una relación con lo político (Botero, 2006), sin olvidar además que en muchos casos se trata más de video-política (Sartori, 2012), con el peligro de que hay una lejanía con la realidad que se presenta de forma liviana y en donde se sacrifica el tiempo de la explicación (Bañuelos, 2012). Por lo anterior, se quiso ver la forma en la que cambia la comunicación con la aparición de nuevas herramientas digitales que también forman parte de la comunicación política (Sampedro, Sánchez y Poletti, 2013, Tarullo, 2018).

Como dice Céspedes (2016), citando a Mercier (2012), a la política se le hace necesario comunicar para realizarse plenamente. Lo mismo afirma Neuman (2011), lo que no se cuenta no existe; o más modestamente, sus posibilidades de formar parte de la realidad percibida son mínimas. Algo que reitera Castells (2009), quien no está en los medios no existe.

3.1.1.1 Acercamientos al concepto de Comunicación Política



Conforme la visión de Maarek (2008), el gran precursor y protagonista del desarrollo de la comunicación política ha sido EE. UU., principalmente en la utilización de las tecnologías de la información. En la campaña electoral de 1996, los postulantes ya contaban con sitio web, y las elecciones de 2000 consolidaron esta nueva forma de hacer política; pero las elecciones de 2004 significaron la reafirmación de Internet en la comunicación política estadounidense (Maarek, 2008).

La comunicación política construye relaciones entre instituciones políticas, medios de comunicación y ciudadanos y limita con muchos territorios, entre los que se pueden mencionar la política, la sociología, las ciencias de la comunicación, la retórica, la publicidad (Mazzoleni, 2010). La comunicación se requiere para tener conocimiento de la situación, recolectar datos, intercambiar signos, señales y símbolos que ayuda a la toma de decisiones, y es requerida en dos niveles: el primero hace referencia a visibilizar la legitimidad del poder en la sociedad, y el segundo para dar conocer o comunicar las decisiones a fin de ser asumidas y entendidas por los gobernantes (Beas, 2004). Es decir, el arte de gobernar requiere de la comunicación para que la comunidad y los políticos basen la toma de decisiones en el conocimiento que tengan de la situación, mediante el intercambio de señales y símbolos, conseguidos con el uso de la comunicación (Comba, 2013).

Centrando el análisis en el aporte que hacen distintos teóricos del concepto de comunicación política, se encuentra una denotación deducida de un cotejo realizado por Canel (2006), sostiene que:

“Actividad de determinadas personas o instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas, así como la aplicación de estas en la comunidad” (Canel, 2006; p. 27).

Otra definición puede ser el “conjunto de reglas y procedimientos de la comunicación de intención persuasiva que, con recursos psicológicos e informativos, llevan a cabo las instituciones para influir en los destinatarios, con el fin de conseguir en estos una adhesión permanente para ejercer y distribuir el poder y realizar el bien público”. (Capellán, 2008; p. 105). Dader (2003) por su parte, define la comunicación política como la producción, difusión e intercambio de símbolos y representaciones cognitivas acerca de la política, con



la consiguiente generación de percepciones y reacciones sobre esa política. Con esta definición se expresa el significado común de la comunicación política basado en el intercambio de mensajes que se sustentan en la retroalimentación recibida a partir de los mensajes enviados, pero que al mismo tiempo involucra aspectos intangibles, difíciles de medir y que son las representaciones de cada sujeto según su experiencia, por lo que este autor parece centrar su definición en la parte comunicativa del concepto (Esquivel, 2012).

Por otra parte, para Wolton (2011) citando a Mazzoleni (2010), la comunicación política es ese espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen la legitimidad de expresarse públicamente sobre la política: los políticos, los periodistas y la opinión pública (Wolton, 2011). También advierte Mazzoleni (2010), la comunicación política es aquel proceso mediante el cual, en un determinado lapso se distinguen, entre muchos argumentos posibles, los temas en torno a los cuales se produce enfrentamiento político. Entonces la comunicación es una fuerza tanto para el consenso como para el conflicto.

Es preciso anotar que, si bien la comunicación política no se desarrolla sólo a través de las campañas electorales, este período es uno de sus más intensos campos de acción y de los más estudiados. En su definición, Castells (2009) considera a la comunicación política como una actividad (acción) de participación de diferentes actores. Entre estas actividades, están las que desarrollan los partidos políticos y otros actores involucrados en una elección en las campañas electorales. “Además, hay que destacar en el concepto anterior el “intercambio de mensajes” entre estos. Es decir, que no solamente las actividades de comunicación que realizan los partidos se consideran parte de la comunicación política, sino también las de los ciudadanos y de otros actores, que participan en este proceso interactivo” (Castells, 2009; p. 21-22).

La comunicación política ha sido tradicionalmente unidireccional (Valentine, G. 2014). El partido decide un mensaje que trasladaba a los votantes a través de diferentes soportes: televisión, radio, prensa, vallas, etc. El ciudadano recibía dicho mensaje y actuaba o no en consecuencia. Pero ahí terminaba el proceso. “Ahora, las reglas del juego están cambiando, o por lo menos se ha avanzado un poco; la comunicación se rige por un sistema bidireccional, donde el concepto clave es la conversación. El votante ya no sólo escucha, sino que también



habla (...) Por ello, el papel de los políticos cambia notablemente, lo cual obliga a los políticos a cambiar” (Ureña, 2015; p. 31).

La dinámica en la que se desarrolla la comunicación política obedece a las normas que rigen la utilidad de los medios de comunicación masivos. La política debe aproximarse con sus esquemas a aquellos otros grupos empresariales, de interés o gremiales para los cuales los medios de comunicación resultan rentables en términos de beneficios ya sean económicos, de prestigio o influencia sociales (Pasquino, G. 2011).

Según Maarek (2014), los medios digitales han sido incorporados como herramientas de comunicación política por tres razones principales. La primera es la velocidad, dado que cualquier mensaje político puede ser subido desde cualquier lugar del mundo y casi instantáneamente descargado en cualquier otro sitio, sin demora, debido a las potentes capacidades de los motores de búsqueda como Google o Yahoo. La segunda razón es la versatilidad, porque los medios digitales admiten textos en sitios web y en blogs, mensajes públicos y privados, fotos y videos. Finalmente, la facilidad de uso constituye la tercera razón: la comunicación política ya no es tan sólo de arriba hacia abajo, desde los partidos y los medios hacia los ciudadanos, sino que ahora es también horizontal y de abajo hacia arriba, dado que cualquier persona digitalmente conectada, con el móvil inteligente más sencillo, puede convertirse en una fuente de comunicación (Maarek, 2014).

3.1.2 Internet, la gran plataforma para comunicar

Con la invención de Internet (Geri, 2015) en la década del noventa, se generó un gran avance: la posibilidad de establecer una comunicación política más cercana y más personalizada con los usuarios. Actualmente, gracias a las TIC, es posible hacer llegar los mensajes a millones de electores de los diferentes partidos (Colombo, 2007).

Internet se define como la gran red que produce la interconexión de computadoras mediante una difusión planetaria y que funciona simultáneamente (Mazzoleni, 2010). Nuestra vida actual postmoderna está marcada permanentemente por la sigla de la ‘triple w’, que es la que define el alcance planetario de este medio de comunicación de masas. En cierta forma, la



normativa de la web se puede considerar comparable con el océano, semejante al derecho marítimo. Estamos en presencia de un nuevo escenario, una nueva 'esfera pública' de debate, convivencia y opinión (Innerarity, 2006; Cotarelo, 2013).

Desde el auge de Internet a principios de los 90, la población en red del mundo ha crecido, a paso agigantado, pasando de miles de visitas al mes a millones de visitas en solo días (Castromil, 2010). Durante el mismo periodo, las redes sociales se han ido convirtiendo en un hecho de la vida de la sociedad civil en todo el mundo (Cotarelo, 2014). A medida que el panorama de las comunicaciones se vuelve más complejo y participativo, la población en red es cada vez más importante y gana mayor poder, teniendo la oportunidad de acceder a la información mucho más fácilmente, generando más oportunidades de participar en el discurso público. Como resultado, se mejora la capacidad de las personas para emprender una acción colectiva (Texeira, 2018).

Según Ripollés, A, (2015) Internet hoy es la mayor fuente en la que la gente obtiene nueva información. Con un hecho adicional, y es que la información se ha convertido en portátil - se puede llevar o traer a todas partes- y participativa 'no importa en donde se esté, siempre se puede interactuar o comunicar' (Hong, 2012).

No se puede negar, entonces, que para muchas personas en el mundo Internet se ha convertido en una fuente de información, un influenciador importante de sus emociones y de la manera en la que se organizan las actividades y se toman decisiones (Sobkowicks, Kaschesky y Bouchard, 2012).

El uso de Internet en campañas electorales se popularizó en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en 2008 (Hong y Nadler, 2012), donde sus principales participantes, los candidatos Barack Obama y John McCain, realizaron un uso masivo del Internet en sus campañas, buscando un contacto directo entre el votante y el candidato y la recolección de fondos por ese mismo medio, además este uso estratégico de la red tuvo un logro importante: la personalización (Peters, 2010). Esto significa una mayor interacción y atracción de los votantes con el candidato; la web en este caso sirvió para que el elector se sintiera más inmiscuido en la campaña en relación con el candidato y se desarrolló una identificación y cercanía de los candidatos con los votantes (Said y Arcila, 2011).



Como lo muestran Olorunnisola (2012), citando a Downing (2008), las nuevas tecnologías de comunicación tienen atributos como: la capacidad de los individuos situados en la diáspora de construir nuevas relaciones sociales y políticas, la capacidad que tienen grupos marginalizados por los medios tradicionales de ponerse en las agendas a través del uso estratégico de redes en Internet. Además de permitir una nueva construcción de historias que se cuentan y se escuchan de forma horizontal. Estos pueden ser, junto con la globalización de los temas, algunos de los aspectos más importantes a tener en cuenta (Céspedes, 2016).

Pero a pesar de que el Internet no lleva mucho tiempo de existencia, sí ha sido determinante para el ensanchamiento de la comunicación en todos los ámbitos de la vida, y la política no es ajena a esas nuevas dinámicas; Cotarelo (2013) considera que la actividad política hoy día se practica sostenidamente utilizando el Internet, con resultados que todavía son difíciles de medir:

La igualación teórica ideal de gobernantes y gobernados y democracia se va plasmando poco a poco, la irrelevancia de los partidos se hace obvia y los medios de comunicación sobreviven en la medida en que se adaptan a esta nueva forma de hacer política en la red (Cotarelo, 2013; p. 74).

Si existe una época donde Internet se convierte esencial para los partidos políticos es en época electoral (Corrales, 2016). La posibilidad que brinda Internet a cualquier persona de poder ser a la vez receptora y emisora en el proceso de comunicación, está abriendo las puertas a nuevos modelos de transmisión de información donde el discurso está dando paso al diálogo:

'Internet, por el volumen de participantes y por las condiciones de control sobre el mensaje, se tornan una herramienta idónea para ganar adeptos en la actividad política, tanto en las planificaciones de las grandes actuaciones de campaña como en la necesaria parcela de comunicación interpersonal que necesita fomentar todo candidato para mantener o crear imagen, para difundir ideas, Sin embargo, para que esto se cumpla se exigen unos niveles de participación y presencia que van más allá de tener un blog o un perfil creado en una red social' (Túñez y Sixto, 2011; p. 4).



Internet y las redes sociales introdujeron nuevas formas de comunicación política que, a la vez, se ven facilitadas por su combinación con un electorado cuyo voto es mucho menos estable y cautivo que en décadas anteriores, y cuyas decisiones políticas son más cambiantes e imprevisibles; incluso muchas veces se definen en el último momento (Bacha, 2012).

Min (2007) afirma que en los medios digitales los internautas se expresan libremente por el paraguas de Internet, que mantiene cierto anonimato. Esto ayuda a comunicarse de una forma más clara, diferente completamente de un debate cara a cara. Pano y Mancera (2013) afirman que el mundo virtual ofrece ventajas para el usuario porque muchas veces no existen datos reales de su identidad, por lo tanto, se incentiva una opinión más extrovertida y ambiciosa de quien emite el mensaje, especialmente en los foros donde se producen muchos abusos y atrevimientos, dando lugar a excesos (Mancera, 2009).

Tabla VII: Historia de Internet

AÑO	ACONTESIMIENTO
1969	La Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada se conecta a cuatro universidades estadounidenses
1972	El correo electrónico es presentado por Ray Tomlinson en Cambridge Massachusetts
1973	TCP / IP y FTP está diseñado para permitir la comunicación y el intercambio de archivos de computadora a computadora
1974	La palabra "internet" se usa por primera vez
1984	El Sistema de nombres de dominio (DNS) se establece con direcciones de red identificadas por .com .org .edu
1986	Quantum Computer Services, que luego cambia de nombre a American Online, se estrena
1989	The World (world.std.com) se presenta como el primer acceso de acceso telefónico a Internet para los consumidores



1989	Tim Berners-Lee desarrolla hipertexto e hipervínculos dando a la web su primera interfaz gráfica de usuario
1990	El primer índice de Internet es creado por Peter Deutsch, quien dispositivos "Archie" un archivo de sitios FTP
1991	Se estrena Gopher que proporciona navegación de apuntar y hacer clic y se convierte en la interfaz más popular
1993	Mosaic se convierte en el sistema de navegación dominante para la World Wide Web
1994	"Spamming" se acuña a medida que los sitios de comercio lanzan campañas de marketing masivo por correo electrónico
1994	Marc Andreessen y Jim Clark inician Netscape Communications y estrenan el navegador Navigator
1994	Yahoo! es fundada por Jerry Yang y David Filo
1995	CompuServe, America Online y Prodigy comienzan a proporcionar acceso telefónico a Internet
1995	Sun Microsystems lanza el lenguaje de programación de Internet Java
1995	Se lanza AuctionWeb más tarde llamado ebay
1995	Amazon.com se lanza y vende su primer libro
1995	Craigslist es creado por Craig Newmark primero como un correo electrónico a amigos de eventos sociales locales



UNSAM

UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1996	45 millones de personas usan Internet, 30 millones de ellos están en los EE. UU. Y Canadá
1998	Google abre su primera oficina en California
1999	El estudiante universitario Shawn Fanning inventa a Napster un programa para compartir archivos de música
2001	Se crea Wikipedia
2002	58.8% de la población de EE. UU. usa Internet. En el mundo hay 544.2 millones de usuarios
2003	Apple introduce iTunes Music Store para que la gente descargue canciones por 99 centavos cada una
2004	Mark Zuckerberg lanza Facebook
2005	Se lanza You Tube
2006	Hay más de 92 millones de sitios web online
2006	Julian Assange funda Wikileaks.org
2006	Aparece Twitter.com
2008	Se lanza Wikileadks.org
2016	1.515.204.150 usuarios de internet en el mundo

Fuente: StatisticBrain (2017)

La rápida evolución de Internet ha cambiado los hábitos de la sociedad y las redes sociales son una nueva fórmula para interactuar con otras personas, siendo capaces de generar canales de expresión, espacios de debate y sistemas para el intercambio de información, música, videos, etc., Park, C. (2013). en donde cualquiera puede convertirse en emisor y producir



sus propios contenidos. Son múltiples los usos que se le dan a las redes sociales y van desde la comunicación personal en sí, a la búsqueda de información, de socios, de contactos. Permiten no solo comunicarnos sino difundir ideas, conocimientos, textos, imágenes, interactuar, podemos compartir lo que hacemos y lo que somos (Park, C. 2013).

3.2 Las redes sociales y su relación con la campaña política

Las campañas políticas son un esfuerzo organizado que pretende influir en el proceso de la toma de decisiones dentro de un grupo o entorno específico (Texeira, 2018). En esta última década se evidencia la existencia de nuevas herramientas de comunicación política para lograr ese objetivo (Bacha, 2012). Las redes se han convertido, en definitiva, en un escenario en donde las personas se comunican, se relacionan y pueden interactuar con políticos y con partidos. También se han convertido en una valiosa herramienta de solidaridad y de participación que anuncia nuevas formas de vivir en democracia, así es como la comunicación política impacta en nuestra sociedad usando las redes sociales (Gómez, 2015). Para algunos autores como Miller (2017) las redes sociales, además, han servido para que la ciudadanía explore nuevas formas de relacionamiento con lo político, indague, recree, reaccione y establezca otro tipo de vínculos con las estructuras tradicionales políticas como, por ejemplo, el activismo y la movilización:

‘Parece completamente plausible que las redes sociales, al conectarse personas juntas, usurpan las jerarquías implícitas de estructuras políticas establecidas y transmite medios de comunicación creando primero una ecología de conversación política, que a su vez fermenta el disenso y eventualmente moviliza.’ (Miller, 2017; p. 256)

Con la irrupción de las redes sociales, la credibilidad no solo la da la marca, la da también un amigo, un individuo o un grupo específico que se sigue (Castells, 2009). Este individuo, que puede estar en la otra parte del mundo, que al haber una comunicación directa y sin intermediarios se le da más crédito porque lo está contando alguien en primera persona, que lo está viviendo y que puede mandar fotografías o vídeos de lo que está ocurriendo (Neumann, 2011). Esto permite que el receptor los pueda ver, analizar y luego compartir con



otras personas de su entorno, y así crear una eficiente red de información. Con la incursión de la web los ciudadanos se han transformado en pseudo-informadores (Park, C. 2013).

Las redes son entendidas como una plataforma que permite dinamizar los procesos de institucionalización de lo comunitario, de lo social en las redes y las formas de manejar o gestionar los procesos participativos desde lo local (Hong, 2013). Es decir, han aportado elementos estructurales y de operacionalización que ponen el tema de las redes más allá del concepto que se la había atribuido originalmente cuando entra la tendencia de las redes a occidente: “las redes eran instrumentos para analizar relaciones complejas entre las agencias gubernamentales y los grupos de interés” (Hanf y Toonen, 1985), y pasan a entenderse como redes de actores en las que su interacción determina los procesos sociales (Marhs, 2013). Miller (2017) advierte que las redes sociales están creando un nuevo ciudadano, más activo, más actualizado, más crítico de los parámetros políticos establecidos y advierte que, justamente, el deber del *‘ciudadano cibernético es estar en un estado constante de alerta activista por ser potencialmente útil o información interesante y para compartir esta información en adelante.’* (Miller, 2017)

De este modo toda red es un mundo de complejidad que, unida a otras redes, constituyen el tamiz social que se teje en un proceso de interacciones soportadas en unas interacciones constantes y relaciones profundas y estructuradas entre los actores, sectores, territorios y poblaciones organizadas (Valentine, G. 2014). Así, las redes sociales consolidan los propósitos del proceso participativo, con base social, que se inicia con una apuesta en la gerencia del desarrollo social en expresiones territoriales y de ciudad que se sustenten en la construcción y ejercicio de la ciudadanía.

Wang. C (2011) asegura que en la actualidad las redes sociales son concebidas como el mecanismo fundamental de intervención social porque posibilita la concurrencia de personas, organizaciones e instituciones (públicas, privadas y comunitarias) en torno a objetos y actividades planificadas conjuntamente. Se clasifican según su objetivo y su razón de consolidación (redes de información, de evaluación, de investigación, de financiación, etc.) (Botero, L, 2006). Según Bañuelos (2012), la noción de red esta articulada a la propuesta de nuevos modelos de gestión social impulsada en esta década, cuando se promueve una visión



diferente del desarrollo y se replantea el papel del Estado frente a las comunidades, cuestionándose la eficiencia y calidad de su acción y los sistemas administrativos aplicados (Ramírez, 2008).

Caldelvilla (2009) advierte que el entorno participativo en las redes sociales en sí mismo no es signo de éxito político. Hace falta aunar una buena planificación de medios y una buena gestión de estos para obtener resultados satisfactorios. No basta con abrir un perfil en un par de redes sociales y dedicarse a recolectar amigos, como si de hortalizas se tratara. Cada red social tiene unas pautas de conducta y una forma de comunicación propia y es necesario conocerlas, comprenderlas y ejecutarlas para poder sacar provecho de estas herramientas comunicativas (Caldelvilla, 2009; p. 7). El autor afirma que apenas está empezando el impacto real de las redes sociales sobre la política:

'Nuevas formas de movilización, liderazgo y retórica; nuevas formas de planteamiento en las campañas electorales; un lugar diferente y nuevas obligaciones para los partidos políticos. Por encima, podemos decir que estamos ante una nueva forma de hacer y pensar la política, que entiende la importancia de la conversación e interacción social y el cambio cultural hacia el soporte virtual como quehaceres al menos tan importantes como el ejercicio de la Administración' (Caldelvilla, 2009; p.5).

Los redes sociales favorecen en gran forma el crecimiento de la campaña política de dos maneras definidas: una manera es que las acusaciones y denuncias vienen de diversos medios de masa al mismo tiempo, generando un exceso de información y eliminando el filtro de los medios más importantes y confiables; por otro lado, también se otorga la posibilidad de que cualquier ciudadano publique una información fustigando el accionar poco ético de un político, por ejemplo, como es el caso de la plataforma YouTube, que tiene gran poder de viralización (Mancera y Pano, 2013).

Sartori (2010) afirma que las redes sociales constituyen un espacio simbólico en donde todos pueden expresarse e intercambiar opiniones, sean o no contradictorias, permitiendo que ahora la comunicación sea multidireccional. El receptor pasó de ser pasivo a activo. Ahora



pregunta, cuestiona, escoge, argumenta y opina. Simboliza la existencia de una democracia y constituye el vínculo que une a la audiencia del programa ya que pueden sentirse partícipes de la construcción de los contenidos de este medio. Con la democratización se da lugar al nacimiento de la cultura de masas, aquella en la que surgen grandes grupos sociales que tienen gustos homogéneos pero que poco se conocen. Las redes sociales representan un sistema único de comunicación entre el Estado, los ciudadanos y las organizaciones.

Nos referimos a los procesos electorales y a las complejas relaciones entre gobernantes y gobernados a través de canales, soportes, formas y agentes de comunicación, esto es, mediante la intermediación de los medios de comunicación, los periodistas y las encuestas de opinión (Bonilla 2004; p. 86).

Se debe comprender el papel de la comunicación política, hoy que se encuentra mediada por los desplazamientos hacia la escena mediática, en tanto nuevo actor del dispositivo y escenario de las reconfiguraciones de las esferas pública y privada, en las sociedades contemporáneas en las que se deben tener en cuenta las estrategias de manufacturación y de marketing a las que están sometidos los procesos políticos (Bonilla 2004; p. 88).

Para el especialista en comunicación política, Antoni-Gutiérrez Rubí (2017), las redes sociales en política se clasifican en nueve maneras de utilizarlas: *resistencias* (como resistencia al poder); *censura* (acción que desarrollan los gobiernos para condenar lo que se dice en las redes sociales); *agresión* (modo de organizarse contra algo o alguien); *denuncia* (como contacto ciudadano para poner en conocimiento algo); *guerra* (el uso de ellas como propaganda); *comunicación* (para difundir la política de los partidos); *organización* (creación de redes propias de partido); *difusión de noticias y actos políticos*; y *participación* (como fuente de organización ciudadana para dar ideas y apoyo a ciertas ideas políticas) (Wolton, D. (2009).

Otra posibilidad que brindan las redes sociales es que denominaría una militancia virtual, que consiste en ejercer influencia en las personas que tiene agregadas o los grupos a los que



pertenece con una gran capacidad de llegar hasta, y recibir desde, un gran número de proveedores de información para contribuir: “la supervisión del poder estatal como expresión de la sociedad civil, sin la mediación del poder político, y que proviene a su vez de un poder externo que es producto de la razón hacia y sobre el poder” (Tylor, 1995; p. 344).

Adicionalmente, entre sus atributos tiene, que con la utilización de las redes sociales no se necesita desplazarse a otro lugar para manifestar públicamente el descontento o la adhesión a un movimiento, tampoco se requiere salir para entablar nuevas relaciones o solicitar apoyo emocional. Como lo dice Botero (2006), citando a Wolton (1998), toda política llega a ser comunicación política en el sentido que la política es constantemente objeto de debates y de comunicaciones y, todo acto comunicativo es un acto político (García, 2001). El acto mismo de comunicar implica no sólo la relación con el político, sino con el concepto de lo público en el sentido del interés general y colectivo que les asiste (Céspedes, 2016).

3.2.1 Twitter, red de microblogging

Creada en 2006, se desarrolló dentro del laboratorio Obvious, de San Francisco, en los Estados Unidos. Jack Dorsey presidente del consejo de administración de Twitter Inc. es considerado el fundador de esta aplicación, reconocida mundialmente por su ícono que es un pajarito azul. Según la web oficial, Twitter es una red de información en tiempo real que sirve para conectar con las últimas ideas, opiniones y noticias. Su “corazón”, señala, son “pequeñas explosiones de información” llamadas tuits, de 140 caracteres (2), no obstante, la red ofrece la posibilidad de compartir fotos, videos y conversaciones (Kruikemeier, S. 2014).

Alrededor de esta red se han creado herramientas que permiten medir el alcance de los tuits, la influencia de una persona, determinar cuáles son los temas de los que más se habla por región y por país, consultar los tuits por temáticas, crear grupos de discusión, recibir alertas en el escritorio del computador y hasta se consiguen servicios que permiten por un costo que oscila entre los 50 y los 80 dólares aumentar la reputación en esta red (Golden y Lotar, 2010). Es decir, aumentar el número de seguidores porque buena parte de la reputación en Twitter

² A partir del 23 de septiembre de 2017 se pasó de 140 a 280 caracteres, para facilitar la redacción y concreción de ideas en algunos idiomas como el español e inglés. Idiomas como coreano, japonés y chino conservaron los 140 caracteres (Álvarez,2017).



se mide por el número de seguidores, los trending topics (TT), que se generan y los retuits de una cuenta. Para unirse a Twitter el usuario debe registrarse, para lo cual el único requisito es tener una cuenta de correo electrónico. Como no existe la verificación de información, se puede dar la suplantación de identidades o la creación de identidades falsas. Por eso, es normal encontrar que algunas personalidades tengan que recurrir a la etiqueta de “cuenta oficial” (Fernández y Moro, 2011).

La interfaz de Twitter ha ido cambiando a lo largo de estos últimos años, sobre todo a lo que concierne a las posibilidades de respuesta, reenvío y búsqueda de mensajes, perfiles o temas. Sin embargo, la estructura de la página ha experimentado pocas modificaciones respecto a la forma inicial, bastante sencilla. Actualmente, la página está dividida en dos bloques verticales que surgen debajo de un menú en el que aparecen las pestañas de inicio y conectarse (Golden y Lotar, 2010). Presenta un icono que enlaza con el perfil del usuario, un espacio de búsqueda y otro icono que invita a escribir un mensaje. En el bloque de la izquierda aparecen el nombre, la imagen, la biografía y algunos datos (tuits enviados, personas siguiendo y seguidores) asociados al perfil, una serie de perfiles potencialmente afines que el sistema sugiere al usuario, los llamados “trending topics”, tendencias o categorías globales y, por último, información sobre Twitter (Mancera y Pano, 2013).

En el bloque de la derecha, denominado cronología o ‘timeline’, se publican los tuits que van llegando en secuencia y en orden anticronológico, de más reciente o más antiguo, con la indicación de los segundos, minutos, horas, y días de publicación. Los mensajes se muestran públicamente en el perfil del usuario.

Se trata fundamentalmente de textos que envían aquellas personas cuyos perfiles hemos decidido seguir (following), o bien textos que escribimos y publicamos, y que aparecerán no solo en nuestro perfil, en nuestro timeline sino también en el de las personas que han decidido seguirnos (followers). El usuario de origen puede restringir el envío de sus tuits a los miembros de su círculo de amigos, o bien permitir su acceso a todos los usuarios que le siguen, opción marcada por defecto (Mancera y Pano, 2013, Zappavigna 2011).

Se puede decir que a lo largo de la historia el foco de esta herramienta ha sido el de publicar opiniones e información, más que el de tener una interacción recíproca entre los usuarios (Céspedes, 2016). Cada usuario es libre de elegir si sus mensajes tuits son públicos o privados



y de escoger a quién seguir. También puede determinar si quiere difundir algunos mensajes a través de los retuits. Esta práctica podría caer en lo que se llaman mensajes virales, es decir, los que se reproducen sin ningún control y terminan por no tener un real efecto en la red, algo así como la infopolución, (Orihuela, 2007).

Crucianelli (2013) destaca que no hay reglas para la participación en Twitter y advierte que, a diferencia de Facebook donde los mensajes se centran en los sentimientos, en Twitter se centran en lo que la gente piensa (Mind Casting) (Crucianelli, 2013). Señala que su uso es simple y lineal lo que ofrece ventajas sobre otras redes sociales, en especial el hecho de que se pueda tuitear a través del teléfono celular. En esto coincide con Merlo Álvarez, Contreras Bárcena, y Puente Agueda (2010) quienes consideran que el hecho de ser breves los hace fáciles de escribir y consumir, lo que fundamenta la acogida de la red frente a blogs y páginas web.

3.2.1.1 Características de Twitter

La brevedad y la rapidez en la emisión y recepción de los mensajes son las principales cualidades de esta red social. Esta idea vendría a complementarse con la consideración de Grau (2011) según la cual en Twitter resulta paradójica “la confrontación de la sencilla presentación, la extrema brevedad y humildad basada en una comunicación textual llana; con su potencia en su acceso global, libre y gratuito” (Grau, 2011; p.14).

Twitter construye su estructura relacional entre usuarios con un doble formato igual que otras plataformas sociales. El hecho está en no tener que confirmar relación con nadie sino basar estas relaciones en el seguimiento de unos a otros, sin necesidad expresa en tener que seguirse mutuamente, si no se desea. “Twitter representa hoy un medio de comunicación en toda regla, personal o corporativo, con el que entablar relaciones de forma efectiva con una microcomunidad” (Grau, 2011; p.15).

Según Mancera y Pano (2013), a pesar de lo expresado anteriormente, Twitter otorga la oportunidad de comunicarse un usuario con otro sin tener que aceptar su invitación, o tenerlo como seguidor en la red. Debido a estas facilidades, dicha red se ha transformado en un medio de noticias virtual permanente que apunta a los internautas que comparten las mismas aficiones, intercambiando información y añadiendo valor a ella.



Orihuela (2011) considera que ‘además de esto, se puede decir que Twitter terminó de completar el círculo que iniciaron los blogs en su comienzo cuando esta red todavía no existía, agregando interactividad’ (Orihuela, 2011; p. 21). Conforme la visión de Gonzalo (2011) destaca el papel de los usuarios que integran un timeline con respecto a la utilización que puede ofrecer a la propia cuenta en la red.

Lo que mejor caracteriza a un tuit es su brevedad en relación con el número limitado de caracteres que debe contener el mensaje y con el tiempo limitado de su escritura, publicación y lectura. Como apuntábamos, el sistema de envío de tuits se inspira en el servicio de SMS y, por tanto, en la instantaneidad y brevedad de los mensajes. La brevedad de Twitter facilita y determina al mismo tiempo el hecho de que se lleguen a enviar 175 millones de mensajes al día desde más de 450 millones de cuentas (Mancera y Pano, 2013).

Mediante un estudio realizado en marzo de 2011 por Sysomos, se afirma claramente que la fecha de vencimiento de un tuit, que es el periodo de tiempo que logra causar impacto entre los internautas, medida por todas las veces que se retuitea, es de aproximadamente una hora. Además de esto, el estudio revela que son un porcentaje muy pequeño (29%) los tuits que causan un efecto en la red produciendo retuits. El resto de los mensajes permanece sin causar ninguna interacción entre los tuiteros (Menna, 2011, p.21).

Según Céspedes Gómez (2016) otra característica de Twitter es que el estatus social no es realmente importante, lo que hace la diferencia es el grado de experiencia y conocimiento en el tema. Así que en Twitter para ser líder hay que demostrar experiencia en un tema (Céspedes Gómez, 2016). Pero como medio de comunicación que es, si tiene abierto el perfil con libre acceso, cualquier usuario de Twitter o internauta sin necesidad de cuenta puede visualizar su perfil y ver su timeline (histórico de actualizaciones). Es importante resaltar acá, como lo afirma Zappavigna (2011) el objetivo principal de la comunicación en Twitter no es esperar respuesta de otros usuarios sobre los que se trina, sino generar interacciones (*retuits – likes*) sobre lo que se dice, adicional, aparecen usos creativos de puntuación para conectar con las voces de otros usuarios o para etiquetar asuntos en común de los cuales se puede iniciar un debate (Zappavigna, 2011). A su vez, sus actualizaciones pueden ser indexadas en ciertos buscadores, hecho que puede traer visualizaciones de cualquier usuario que haya buscado algún criterio que usted tenga en uno de sus últimos tuits (Grau, 2011; p.17).Otra



manera de enriquecer el contenido de un tuit es identificarlo con una etiqueta o hashtag por medio de la inclusión de la almohadilla seguida de una palabra o un sintagma cuyas lexías se presentan fusionadas. Las palabras contenidas en la etiqueta o hashtag suelen indicar el tema del tuit. Así lo explica Zappavigna (2015a):

‘Los hashtags codifican tanto la estructura como el significado particular de cada tweet, dan un sentido diferente a las unidades que se ven acompañadas por esta marca. Siguiendo esta línea, los hashtags trabajan a un nivel muy especializado en los tweets, son metalenguaje (metadata) que codifica información creando afiliaciones entre los diferentes usuarios en la red.’ (Zappavigna 2015^a)

Gracias a la etiqueta es posible coser hilos de conversación, recapitular ideas, tejer conversaciones alrededor de un tema determinado e incluso entrar espontáneamente en conversaciones ajenas con el simple uso de su misma palabra clave. Zappavigna (2011) advierte que este nuevo lenguaje en Twitter no está buscando sólo incorporar contenido, si no, y sobre todo, busca afiliaciones conceptuales y de valores con otros usuarios de esa red social que comparten los mismos gustos y las mismas afiliaciones políticas o culturales. Su inclusión supone que otros usuarios adoptarán la misma etiqueta para marcar el contenido de sus mensajes, ampliando así el número de intervenciones sobre ese tema. De ahí que este mecanismo permita ampliar el significado potencial del tuit (Mancera y Pano, 2013).

A continuación, y siguiendo a Orihuela (2011), se definen algunos de los términos que serán utilizados con frecuencia en la parte empírica de esta investigación:

Tabla VII: Características de Twitter

Avatar. Imagen, habitualmente una fotografía o un logotipo, que se utiliza para identificar visualmente a un usuario.

Bio (biografía). Texto de hasta 160 caracteres que se incluye en la configuración de la cuenta a modo de presentación del usuario.

Direct message (Mensaje directo). Comunicación privada entre dos usuarios.

Retuits (retuit, retuiteo, retuitear). Reenvío del mensaje de un tercero.



Follow, following, follower (Seguir, siguiendo o seguidos, seguidor). Suscribirse a las actualizaciones de un usuario. Conjunto de usuarios seguidos. Seguidor. Los followers y followings conforman la principal estructura relacional dentro de la plataforma.

Hashtag (Etiqueta). Palabra clave que, precedida del signo # (almohadilla o numeral), sirve para identificar un tema, tendencia o asunto tratado en un mensaje.

Mention (Mención). Referencia en un mensaje a otro usuario, utilizando el esquema @usuario.

Retweet (Retuit, retuiteo, retuitear). Reenvío del mensaje de un tercero.

Timeline (Flujo de mensajes). Conjunto de mensajes ordenados por cronología inversa. Puede tratarse de los mensajes propios en el perfil de un usuario, de los mensajes correspondientes a las cuentas seguidas, a los mensajes de una lista, de una etiqueta o de una búsqueda.

Tweet (Tuit, tuiteo, tuitear). Mensaje que se publica en Twitter y la acción de Publicarlo

Trendig Topic (TT). Lo más hablado del momento.

Fuente: Orihuela; 2011

En realidad, tal y como ponen de relieve Flores Vivar (2009) la naturaleza pública de Twitter convierte a esta red social en “una de las mayores fuentes públicas de propagación de la información en tiempo real” (Flores Vivar, 2009; p.12). Para este autor, una de las ventajas de Twitter es que la información que circula por la red digital está estructurada y se puede medir cómo se propaga (retuit) y cómo se dialoga (reply), lo que ha permitido observar que la información fluye por comunidades de usuarios que poseían entre ellos unos vínculos más fuertes que con el resto de la red, como por ejemplo la afinidad política.

Una de las tácticas más utilizadas para buscar la interacción en Twitter es el retuit, generalmente se utiliza la abreviación RT o el botón “retuit”. Como ya fue mencionado anteriormente, este dispositivo posibilita la polifonía textual, porque en el enunciado se puede agregar un coro de voces que están a favor o en contra de lo expuesto. En el territorio de la comunicación política se puede retornar el discurso de otro usuario y expresarlo desde el sistema deíctico para defender o atacar la opinión expresada, y expandirlo con los demás seguidores para compartir la información.



Normalmente la sigla RT aparece al inicio del tuit, seguida de @usuario, para que quede claro que la autoría del mensaje reenviado se atribuye a otra persona. Según Lara (2012), un retuit permite contextualizar un mensaje y desempeña una función de reconocimiento cuando permite identificar la autoría de los datos compartidos haciendo posible también que un seguidor acceda a la cronología de esa persona, institución o empresa (Mancera y Pano, 2013, Zappavigna, 2011).

Si el retuiteo puede ser visto como un acto de copia o retransmisión, esta práctica contribuye a construir una ecología conversacional Boyd, Golder y Lotan, (2010), en la que el intercambio está constituido por una interacción pública de voces que da lugar a una percepción de entorno compartido. Esta práctica puede entenderse como una forma de difusión de la información y como un medio para participar en una suerte de conversación extendida, pues a través del reenvío de mensajes, los ciudadanos, periodistas y políticos demuestran que escuchan y valoran positivamente lo que dicen los demás en ese medio. (Mancera y Pano 2013).

3.2.1.2 Twitter como espacio para la Comunicación Política

La comunicación política requiere de coherencia, coordinación de mensajes y tácticas entre los departamentos de un ente gubernamental. La ejecución de la comunicación es deliberada e intencionada (Sandhu, 2009). Según Castells (2001), la llegada de Internet ha producido una transformación de gran impacto en toda la sociedad, la cultura, el arte, la economía e indudablemente también la política, y su profundidad es difícil de medir en este ámbito porque todavía está siendo evaluada actualmente, aunque dicho efecto provocado vale la pena y es importante referirse a él en este texto:

En la última década, la comunicación política ha sido objeto de cambios dramáticos, teniendo una influencia de largo alcance en la política democrática. Los políticos nunca antes habían puesto tanto esfuerzo, como recursos y sofisticación, en la comunicación con los ciudadanos tal como se presenta en la actualidad (Texeira, 2018).

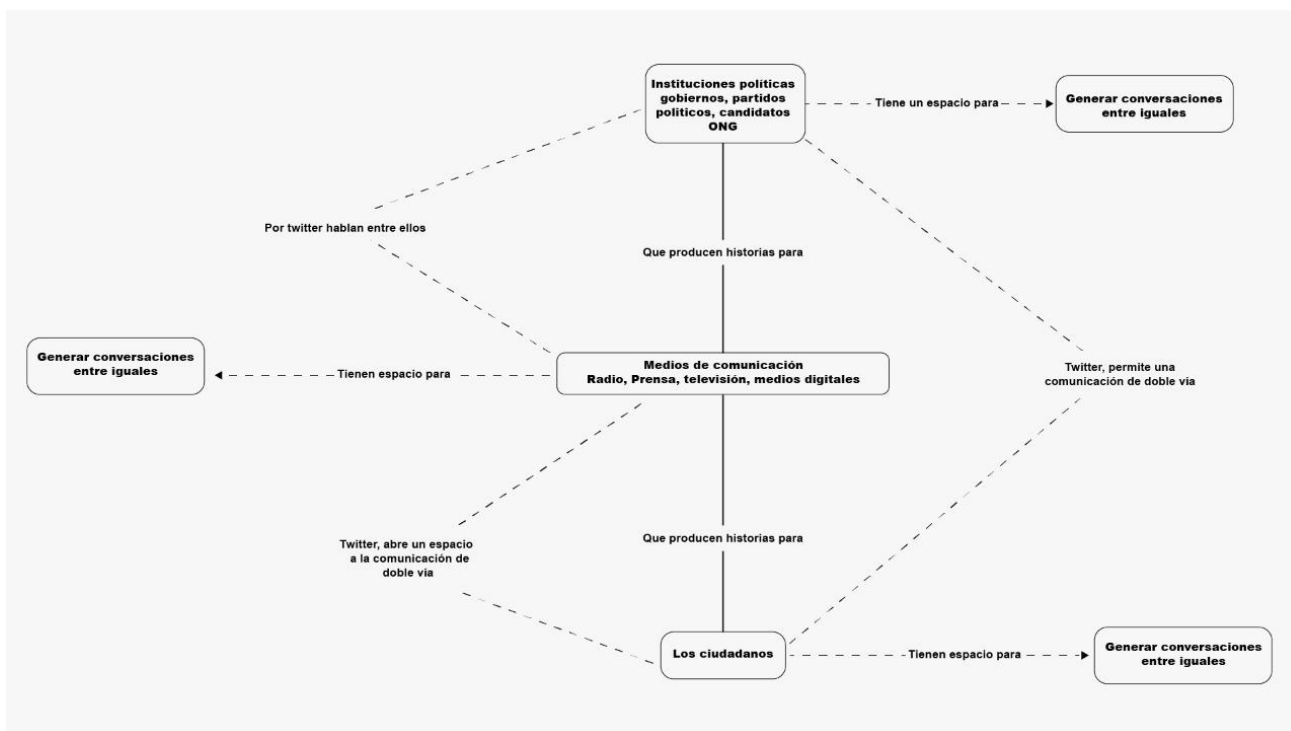
El Twitter en muy poco tiempo se ha transformando en un factor clave para ganar mayor credibilidad. Esta red ha crecido mucho en los últimos años, llegando a 330 millones de



usuarios en el mundo (Twitter, 2018). Hoy en día formar parte de una red social ya no es cuestión de gusto pues ha empezado a ser parte de la necesidad de estar actualizados y presentes socialmente. Cabe señalar que actores sociales y ciudadanos de todo el mundo están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para poner en marcha sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores. Además, se han dado cuenta del rol crucial del nuevo sistema multimedia y de sus instituciones reguladoras en la política y la cultura de la sociedad.

Son instrumentos que permiten movilizaciones políticas y sociales que intentan establecer cierto grado de control de los ciudadanos sobre los controladores de la comunicación, reafirmando el derecho de los primeros a la libertad en el espacio de las comunicaciones (Dowing 2003 citado por Castells 2009:91).

Ilustración V: Dinámica de la comunicación política en Twitter



Fuente: Liliana María Gómez Céspedes (2016).



Kruikemeier, S. (2014) afirma que el Twitter se ha convertido en un canal que el usuario utiliza para documentar lo que hace, piensa o sucede en su día a día. La comunidad política no es ajena a este fenómeno tecnológico y muchos de sus actores deciden exponer sus ideas vía web. Los usuarios que puedan acceder a él, tienen plena libertad de comunicarse con millones de personas, en cualquier parte del mundo y sin restricciones. Esto ha permitido que el Twitter sea una herramienta más, que pueda usarse en el ámbito político, con el fin de llegarles fácilmente a los electores, en cualquier sociedad (Kruikemeier, S. 2014).

Cabe tener en cuenta que, en países en desarrollo como Colombia, aun con el progreso telefónico, la penetración del Internet en la geografía de la región es mucho más limitada que en países industrializados como Estados Unidos. Este factor, sin duda, restringe el alcance del Twitter en ciertos niveles socioeconómicos Medina, G. (2012). Según el periodista, politólogo y sociólogo español, Roc Fages- Ramió, en su artículo: “Actitud 2.0: la política más allá de los blogs” “Algunos políticos utilizan Twitter para comunicarse con sus potenciales votantes; incluso lo usan para comunicarse con sus rivales políticos (Fages-Ramió, 2008).

El Twitter es un instrumento de alto impacto sobre el desarrollo de la actividad política de un país, siendo manejado como canal para expresar pensamientos e ideas de índole político. “En tiempos de globalización y auge de las nuevas tecnologías no solo gobiernan los políticos, sino también, en algún sentido los medios. La novedad es que la sociedad ha comenzado a intimidarlos (Natanson, 2000; p. 67).

Hoyos (2010) expresa que resulta muy saludable para la democracia que existan medios como Twitter, especialmente porque permite un debate cara a cara y reduce las diferencias, la concepción permanente de la superioridad de la jerarquía, no trasluce que uno está por encima del otro por ocupar un cargo, generando de esta forma igualdad entre los participantes. Se logra masificar de tal forma que se permite construir una opinión formada sobre el tema abordado en cuestión (Hoyos, 2010).

Con la fuerza de los medios y el distanciamiento ideológico de los gobiernos, se han producido choques en los que se ha puesto de manifiesto el cuestionamiento del poder de los



medios frente a esas nuevas tendencias que no coinciden con sus intereses (Medina, G., 2012). El diálogo se vuelve protagonista de la comunicación. Hasta ahora el público recibía la información de los medios de comunicación o de otros emisores directamente y se tenía poca capacidad de respuesta, crítica, diálogo o interacción. Con el acceso a las TIC se han abierto nuevas vías (Cotarelo, 2014). En las redes sociales y los social media en general, un individuo puede opinar o contar a otro lo que está viviendo o sintiendo en la otra parte del mundo (Kruikemeier, S. 2014).

No se debe olvidar, entonces, que la comunicación no es solamente un recurso de la realidad, sino que la antecede y la crea (del Rey, 2011), lo que hace que se convierta en factor clave a la hora de llegar a acuerdos entre los estamentos que la componen y que menciona Mazzoleni (2010), sin olvidar que así como la política está referida a un territorio y ciudadanos, pues la comunicación política también lo está (Marín, 2011); lo que hace los discursos para que funcionen deban estar referidos a esa comunidad (Luntz, 2007).

3.2.1.3 La campaña política a través de trinos

A diferencia del diálogo que puede ocurrir en la sede partidaria, en el caso de Twitter, el candidato tiene que practicar un lenguaje más coloquial, excluyendo las formalidades institucionales, no tan tecnicado y, principalmente, demostrando que sabe de los problemas cotidianos de la sociedad (Texeira, 2018). Hay que tener en cuenta que el Twitter es personalizado por definición, así que el foco estará en los candidatos y lo que puedan decir de su vida privada, pero también es un espacio para que hablen sobre su emociones y sentimientos. De esta manera, el Twitter se convierte en un espacio de autopromoción de los candidatos (Kruikemier, 2014).

En Twitter el político expresa su afiliación abiertamente. Probablemente así lo desean sus seguidores e interlocutores, más personal que partidista o institucional, con una faceta humana manifiesta una presencia activa y comunicativa del político implica que pueda ser requerido para dar explicaciones de sus actos o declaraciones. O para rendir cuentas, algo beneficioso para la imagen de la política y que forma parte de la tan requerida transparencia:



Un político que responde de sus actos es valorado de un modo positivo. Presumiblemente la presencia del político en las redes sociales le permitirá conocer de primera mano situaciones concretas y con ello aumentar su empatía y hacer relecturas o nuevos análisis de los problemas, pero también será interpelado (Moya, 2015; p. 54).

Lo primero que tiene que tener en cuenta el candidato es que Twitter, por su alto grado de exhibición, presenta un gran espectáculo mediático, como un gran escaparate, donde sus actitudes son juzgadas las 24 horas indefectiblemente por la población. Lo principal es tomar conciencia de que las apariciones públicas en Twitter son diferentes a las de los programas de televisión, el seguimiento de los usuarios es mucho más exhaustivo y mediático todavía.

El candidato tiene que montar una estrategia para Twitter, como, por ejemplo, definir qué perfil utilizar (bajo, medio, alto), así como también elegir los temas que asiduamente puede abordar, como pueden ser políticos, culturales, deportivos, y del ser cotidiano en general, además deberá calcular el tiempo que se ocupará de estos medios (Moya, 2015; p. 69). La composición de la actividad del político en Twitter debe estar medida de acuerdo al grado de apariciones públicas que va a tener en la web, que puede ser dirigida por él mismo o direccionada a operadores para que la manejen. (Texeira, 2018).

Asegura Céspedes (2016), citando a McCorkindale (2013) que Twitter se convierte en un elemento beneficioso en las campañas políticas, que en general lo utilizan para dar a conocer a sus candidatos. De allí éstos pueden ser más transparentes y si lo quieren responder a los ciudadanos de forma abierta, honesta y más real.

La aparición de los políticos en otras redes sociales es un fenómeno que provoca permanentemente conmoción y contribuye también a la expansión de sus campañas electorales, creando mucha más visibilidad y mediatismo. A pesar de todo esto, no podemos dejar de desconocer las cualidades de Twitter como medio de comunicación política. Una de sus grandes diferencias es que se puede ir monitoreando la actividad que se va desarrollando a cada instante, y eso supone una guía para la campaña del político (Texeira, 2018).



Tabla VIII: Consejos para fijar una agenda electoral en Twitter

1.	Cuántas veces por semana actuará y cuántas horas le dedicará.
2.	Definir cuáles serán las fuentes confiables que lo apoyarán en la información a difundir, como pueden ser periódicos, canales de TV, organismos estatales
3.	Definir posicionamiento con antelación en Twitter sobre determinados temas (a favor, en contra, manteniendo la neutralidad, opiniones a título personal, partidarias o parlamentares, etc.).
4.	Perfil de los que seleccionará como posibles seguidores.
5.	Establecer diferentes tácticas para los retuits y comentarios, o sea, probables momentos en los que podrá retuitear o mencionar a algún colega.
6.	Estrategia comunicacional: la forma en que responderá y utilizará los <i>hashtags</i> .
7.	Trazar una planificación: de qué forma incluirá a los electores en determinados temas políticos. Con relación a la información en profundidad, esta tiene que contar con un valor agregado.
8.	Publicaciones de la agenda de actividades, viajes, visitas a determinados lugares, actos oficiales, reuniones partidarias... todas estas actuaciones muchas veces no son reveladas por la prensa, pero sí podrán ser de importancia para el político y la opinión pública.

Fuente: Moya, 2015.

Según Céspedes (2016), la campaña electoral, parte importante de la comunicación política, es un relato o un escenario donde compiten varios relatos, en la que ‘se representa un



conflicto, con un guion, una interpretación dramatizada, un reparto de papeles, con planteamiento de problema, nudo y desenlace, en la que el triunfo de un personaje se produce a costa de la derrota de otro u otros personajes’ (Morató, 2011). En otras palabras, como lo dice Kruikemeier (2014), la presencia del candidato en Twitter hace sentir al otro que la persona que se comunica es cercana y que se puede conectar con ella. Un tema de percepción y proximidad. Este sentimiento de proximidad puede incrementar también el interés por votar (Céspedes, 2016).

3.2.1.4 Retos de un candidato en Twitter

Generalmente, tal y como pone de manifiesto Delgado (2016) los políticos “tienen en los medios sociales unos poderosos instrumentos para renovar los cauces de participación de los ciudadanos en la vida pública” (Delgado, 2016; p. 18). Para este autor, es una constante que la mayor parte de los políticos o partidos mantengan prácticamente inactivas sus cuentas fuera de los periodos electorales: Los cuatro mayores desafíos a los que se enfrentan los políticos a la hora de gestionar una cuenta en Twitter son:

‘Superar la transitoriedad de la campaña, evitar la propaganda, administrar personalmente la cuenta y ser transparentes (...) Ante la creciente desconfianza de los ciudadanos hacia la clase política, una herramienta que aporte transparencia a su trabajo y cercanía con sus electores puede ayudar a revertir la situación. El desarrollo de campañas electorales más próximas a las demandas reales de los ciudadanos y con propuestas más ajustadas a sus problemas cotidianos es un efecto de Twitter que va mucho más allá de su utilización como una mera plataforma complementaria de distribución de mensajes y consignas electorales (Delgado, 2016; p. 23-25).

Fuera de los periodos electorales, la gestión de gobierno en todos los niveles, así como la vida parlamentaria nacional, regional y local, encuentran en Twitter un eficaz aliado de la transparencia. Los ciudadanos comienzan a controlar el trabajo real de sus representantes de un modo hasta ahora impensable. A continuación, detallaremos algunas ventajas que según Rodríguez – Ureña (2011), aporta Twitter a la comunicación política moderna:

TABLA IX: *Sobre las ventajas de Twitter en política*



DECÁLOGO sobre las ventajas del Twitter en la Comunicación Política

1	Twitter aporta (todavía) imagen de modernidad y muchas veces los políticos se suman a avances tecnológicos por el mero hecho de no quedarse atrás con respecto a lo que se considera innovador.
2	Permite la conversación y el contacto directo con el ciudadano.
3	Los usuarios de Twitter son “líderes de opinión” en sus entornos.
4	Es una herramienta de comunicación interna y genera comunidad.
5	Twitter es ya el medio más pegado a la actualidad; tiene un componente informativo que le confiere mucho valor en términos de estrategia política y electoral.
6	Es una fuente de información para los periodistas y una vía para mejorar la relación con ellos.
7	Ayuda a los políticos a pensar y hablar en “titulares” y, por tanto, a ser mejores portavoces.
8	Humaniza a los políticos y aumenta la empatía hacia ellos.
9	Es un termómetro social, esto es, puede ofrecer un conocimiento bastante certero de lo que piensa la gente sobre determinados temas.
10	¿Ayuda a ganar elecciones? Esta es la cuestión más controvertida acerca de los Efectos que puede tener Twitter en la comunicación política y las campañas electorales.

Fuente: Rodríguez y Ureña (2011).

Alguno de los inconvenientes que autores como Trejo (2011) argumentan para el uso de Twitter por parte de los políticos como cauce de contacto directo con los ciudadanos es el relativo a la imagen que los propios representantes consideran que pueden transmitir por un uso indebido de las redes digitales (Trejo, 2011).



3.3 Contexto Electoral en la ciudad de Medellín

3.3.1 Cuestiones preliminares

Este apartado tiene como propósito analizar, desde mediano plazo, el contexto de la historia política y electoral colombiana, en especial del municipio de Medellín, con el propósito de entender de mejor manera la lógica de los actores políticos, en especial a los candidatos y su forma de comunicar su propuesta de gobierno a la ciudadanía. Así mismo, se procura entender cómo inciden en el comportamiento los factores estructurales, la relación con los partidos, su identidad partidista, la imagen que tienen los ciudadanos de la política, la manera como se informan los ciudadanos, entre otros factores.

Por esto, para las ciencias sociales se hace indispensable el análisis del contexto, pues en cada caso particular se pueden reproducir algunas constantes que se replican en otros contextos. Sin embargo, entre unos escenarios y otros sólo hay cercanías en la articulación de los fenómenos, pues cada caso registra particularidades que merecen una mayor y mejor explicación.

Las elecciones, al tener un carácter periódico, tienen una serie de características particulares, lo que hace más importante que en el análisis se tengan en cuenta la historia y el contexto político que se quieren analizar. Al decir de Bernard Manín “la característica más importante de los sistemas representativos que permite al votante influir en las decisiones de sus representantes, es el carácter periódico de las elecciones” (Manín, 1998; p. 225), con lo cual se reitera la importancia de las particularidades de cada elección.

3.3.2 Descentralización y democratización en Colombia

Plantear un punto histórico a partir del cual se pueda desarrollar un análisis, debe tener en cuenta las pretensiones de cada trabajo en particular. Para este caso, en el cual se trata de analizar las elecciones locales en la ciudad de Medellín, se considera acertado iniciar a partir de un fenómeno de quiebre institucional dado en la reforma política de 1986 a partir de la cual se replantea la dinámica electoral en los escenarios locales y sus elecciones en Colombia,



sin olvidar una serie de antecedentes históricos de vieja data que han determinado el rumbo político de Colombia en los últimos años.

El sistema político colombiano, y en especial su régimen político, a pesar de ser considerado uno de los sistemas democráticos más estables de América Latina, también fue duramente criticado, sobre todo después de los años 30 del siglo XX, por ser un régimen político cerrado que se valió de un sistema bipartidista, controlado por sectores de la élite económica, para de esta manera evitar grandes reformas sociales (Mejía, 2014). Estas razones dieron fundamento a la aparición de movimientos guerrilleros a mediados de siglo pasado que, aunque en principio fueron básicamente movimientos de origen liberal, poco a poco fueron mutando y apareciendo nuevos movimientos con una inspiración de índole más socialista y comunista (Melo, 1996).

La crisis institucional, la tensión ideológica y la violencia política de mitad de siglo, generaron como respuesta de parte de los partidos políticos el famoso Frente Nacional, celebrado a finales de los años 50, el cual tuvo dos importantes impresiones opuestas: de un lado fue visto como una importante decisión que permitió apaciguar la denominada violencia política (Mejía, 2014); de otro, fue visto, como un pacto de élites que impidió que terceras fuerzas políticas, con un ánimo más progresista y transformador, tuvieran opción de llegar al poder, sobre todo en un sistema electoral donde las elecciones nacionales, especialmente las presidenciales, definían todo el panorama político. Quien no tuviera participación en el ejecutivo nacional carecía de poder que le permitiera mantener algún grado de estructura y vigencia política (Sanín, 2006).

El sistema político colombiano, fundado en un sistema de gobierno presidencialista y un estado unitario, solo dejaba en manos de los ciudadanos, en sus distintas regiones y localidades, la elección de las corporaciones públicas: Asamblea a nivel departamental y Concejo a nivel municipal. Los gobernadores y alcaldes eran seleccionados desde el gobierno central, siendo una pieza más del engranaje del ejecutivo nacional, donde éste último concentraba todo el poder político (ACH, 2017). Así planteadas las cosas, los gobernadores y los alcaldes, más que figuras de representación ciudadana y democrática, constituían una delegación del ejecutivo nacional, así éste se encontrara en cabeza del presidente elegido de forma plebiscitaria por el ciudadano de forma directa (Sánchez, 2008).



Bajo estas condiciones institucionales, las elecciones locales, aunque permitían escoger representantes a corporaciones públicas (asamblea y concejo), tenían un menor grado de importancia frente a unas elecciones nacionales, especialmente la elección del presidente, que concentraban toda la atención de todos los actores políticos, desde partidos hasta líderes políticos, pasando por los mismos ciudadanos.

En este contexto era explicable que las elecciones locales tuvieran un menor grado de interés de parte del ciudadano, frente a unas elecciones nacionales en las que se decidían cargos importantes y representativos. Además, que también en estas últimas se concentraban la mayoría de las decisiones políticas, inclusive muchas de las más importantes decisiones del poder local y regional (Sánchez, 2008).

Con la Reforma de 1986, no sólo se pretendía un traslado de competencias al poder local y mayor representación política de la ciudadanía sino también un cambio institucional que podía ayudar de manera determinante al proceso de pacificación política del país, pues, concomitante con esta reforma, se intentaba la solución negociada del conflicto colombiano, como una política del gobierno de turno para enfrentar la grave crisis política y social por la que atravesaba el país (García & Revelo, 2010).

Un sistema político como el colombiano, poco descentralizado, parecía estancado en el tiempo; una democracia al mejor estilo del siglo XIX que avanzaba lentamente en el proceso de democratización y sólo permitía la competencia por el poder entre opciones políticas que no representaban las posturas de amplios sectores de la ciudadanía. En este escenario se puede encontrar otro posible mecanismo explicativo de algunos márgenes de abstencionismo electoral, pues, en Colombia, sectores importantes de la ciudadanía no se identificaban con los partidos políticos que en las elecciones representaban opciones reales de llegar al poder, es decir el Partido Liberal y Conservador (Mejía, 2014).

Durante gran parte de los años 70 y 80, estos partidos (Liberal y Conservador), que mantenían el monopolio del poder, eran partidos más ocupados de sus dinámicas internas, llenas de faccionalismos o subgrupos, de una organización altamente informal, de jefes intermedios y de líderes regionales (Duque, 2006), que de constituir verdaderas cadenas de transmisión y comunicación entre el gobierno y la ciudadanía.



En esa dinámica existía una parte de la ciudadanía vinculada a los partidos, en parte gracias a la dinámica clientelar, pero otro sector importante de ciudadanos encontraba muy pocos elementos que los identificara con un partido político (Duque, 2006). La reforma política de finales de los años 80 pretendía la aparición de nuevas opciones que disputaran el poder local y ampliaran el ámbito de la participación ciudadana en los asuntos locales pues, además de la elección popular de alcaldes, establecía las juntas administradoras locales –JAL- y la consulta popular, como formas de participación ciudadana; además, permitía la participación del ciudadano en las juntas directivas de las empresas prestadoras de servicios públicos (Martínez, 2014).

3.3.3 Medellín, entre la democracia y la violencia

La primera elección popular de alcaldes se realizó el 13 de marzo de 1988, cuando 11.700.000 colombianos estaban habilitados para elegir a 1.009 mandatarios municipales. Según el Acto Legislativo 01 de 1986 la primera elección de alcaldes tendría lugar el segundo domingo de marzo de 1988 (Registraduría Nacional, 2017).

En el caso particular de Medellín, la primera elección popular de alcaldes deja a la ciudad ubicada como la capital, catalogada dentro de las grandes ciudades, con el mayor índice de abstencionismo electoral registrado, aunque en las demás ciudades el índice de participación no es muy alto, el caso de Medellín llama bastante la atención frente a las cifras de participación de las demás ciudades capitales. Barranquilla, Bogotá y Cali respectivamente registraron índices de participación electoral muy superiores a los de Medellín (CNE, 2014).

TABLA X. Nivel de participación electoral en las ciudades principales en 1988.

MUNICIPIO	CENSO ELECTORAL	CANTIDAD DE VOTOS	NIVEL DE PARTICIPACIÓN
Bogotá	609.657	298.490	48,9 %
Medellín	461.003	179.585	38,9%
Barranquilla	368.890	213.291	57,8 %
Cali	285.114	158.928	55,7 %



Fuente: Registraduría Nacional del Estado Civil, 1988.

Las primeras elecciones locales no generaron un salto importante en la participación electoral; ésta creció dentro de los niveles usuales de aumento progresivo que se venía dando como tendencia en el tiempo, acorde con el crecimiento demográfico. La inclusión de la elección de alcaldes no aumentó de manera significativa la participación electoral en elecciones locales y, por tanto, los índices de abstención electoral se mostraban dentro del margen histórico. Los resultados de 1988 demostraron la excesiva confianza que los entes del estado ponían en las reformas institucionales como las grandes transformadoras del sistema político a la hora de fijar expectativas: la fe en el simple legalismo (Duque, 2006).

La reforma, en efecto, generó una serie de transformaciones como se verá más adelante, pero éstas se dan de manera más paulatina, pues requieren un ejercicio de adaptación gradual de los actores políticos y del ciudadano, ya que no siempre los resultados son los esperados o los fijados en el papel y, menos, se generan de forma inmediata. “Sin embargo, la situación nacional de entonces y su evolución posterior han sido una costosa e infortunada prueba de que la reforma municipal, aun contando con el hecho de que su aplicación todavía es incipiente, no es la panacea que los discursos y la propaganda oficial presentaban como la salida a todos los problemas del país” (Moreno, 2003; p. 47).

Las precipitadas elecciones de 1988 estuvieron rodeadas por un panorama violento. La llegada de nuevas fuerzas políticas a la escena electoral y la posibilidad que dio la elección popular de alcaldes para que llegaran nuevos líderes políticos locales al poder, generó un ambiente político permeado de violencia, en el cual, no sólo fueron asesinados candidatos de nuevos grupos políticos, sino otros líderes que se candidatizaron por parte de los partidos tradicionales (Mejía, 2014). Este panorama hace que las esperanzas de pacificación signadas en la reforma de 1986 por parte de sus promotores fenezcan frente a un escenario electoral local marcado por la violencia.

En el caso de las juntas administradoras locales (JAL), una institución política dimensionada en la reforma de 1986 como un escenario político más cercano al ciudadano, en la práctica nace con pocas posibilidades de consolidarse en el tiempo, pues su implementación y reglamentación depende en gran medida de los concejos municipales. Muchos concejales



veían en las JAL un escenario de proyección de líderes que podían entrar a competir por sus curules en el concejo municipal, y no como un escalón más de la intermediación política que podía ayudar a consolidar la relación Estado-ciudadano y mejorar la imagen que se forma este último frente al sistema político.

Es así como quedan planteados algunos esbozos de la historia reciente en materia política en Colombia y los inicios de la descentralización política, una reforma en la que se fijaron muchas expectativas; que fue atravesada por una serie de variables o factores materiales que hicieron que su inicio fuera mucho más complejo y tortuoso de lo que sus impulsores esperaban.

3.3.5 Reformas y actores políticos de los años 90

Las valoraciones de los efectos de una reforma institucional no pueden ser estimados tras el primer ejercicio de aplicación práctica, menos teniendo presente que los alcances que se pretendía darle a la reforma política del año 86, fueron mucho más altos de lo que ésta podía lograr en el corto plazo. En esta reforma en particular, se pusieron muchas expectativas relacionadas con la paz que el gobierno de turno pretendía, una expectativa que acabara con años y años de violencia (Cardona, 2005). En el caso de Medellín, la violencia de estos tiempos derivada de múltiples factores; es atribuida principalmente al narcotráfico, que deja a esta ciudad quizá como el escenario urbano donde el fenómeno violento más alto impacto generó (Colciencias, 2012).

Además, los intentos de paz de los años 80, en los que la citada reforma de 1986 es uno de los elementos para el logro de la misma, quedan frustrados y el inicio de la década de los 90 queda marcado por un contexto rodeado de violencia. Sin embargo, la elección popular de alcaldes fue proyectando una paulatina transformación en el sistema político colombiano, sumado a otras reformas mucho más ambiciosas, como la misma Constitución Política de Colombia de 1991, que trajo consigo la famosa democracia participativa, modelo bajo el cual se plantearon en la nueva Constitución una serie de mecanismos y figuras que reestructuraban el modelo democrático en Colombia (Leal, 1997; p. 46).



Uno de los cambios más importantes que desde la Constitución se le imprimió al sistema político fue la constitucionalización de los partidos políticos (Cardona, 2005). Con el desarrollo legal estatutario de la ley de partidos se generó un sistema multipartidista que acababa, en teoría, con las preocupaciones del tradicional sistema bipartidista, que generaba poca representación y que históricamente había cerrado el paso a otras fuerzas políticas.

Los actores regionales empezaron a montar sus propios movimientos para asegurar su existencia como partido político legalmente, con la simple representación en el congreso y, así las cosas, podían existir tantos partidos como congresistas; de esta manera, los partidos tradicionales se atomizaron y aparecieron más de 70 grupos políticos con personería jurídica, la gran mayoría de ellos sin representación nacional y originados en reductos de los partidos Liberal y Conservador (Rincón, 2006).

Granda (1995) aplicando una serie de conceptos teóricos al caso Medellín y dirigiendo su análisis específicamente a la administración municipal de 1992 a 1994, muestra cómo el clientelismo, visto como “Una forma de intercambio interpersonal donde el individuo de más estatus le proporciona algo a la persona de menor estatus (cliente) a cambio de apoyo y asistencia general incluido sus servicios” (Granda, 1995; p. 14), va reacomodándose en la ciudad de Medellín.

Otros análisis realizados, con relación a Medellín, por autores como Arenas y Escobar (2000) muestran cómo la política en los años noventa en Medellín sigue dominada por los partidos tradicionales Liberal y Conservador, con especial preponderancia de este último. A pesar de que la elección popular de alcaldes y gobernadores la reforma política abría paso a otros actores políticos, no obstante, estos nuevos grupos no lograban ser una opción real de poder en la ciudad, debido en gran parte a su heterogeneidad y dispersión (Arenas y Escobar, 2000).

Sin embargo, la elección popular de alcaldes y las reformas generadas en el sistema político, teniendo como eje la constitución política, empezaron a desarrollar un cambio acompasado que permitió el reacomodamiento de las fuerzas políticas tradicionales y la aparición de otros grupos con vocación de poder que, aunque no lograron convertirse en una opción real de poder en el ámbito nacional y tampoco en la ciudad de Medellín, empezaron a generar una transformación en el sistema político colombiano y, quizás hipotéticamente, en algunos sectores de la ciudadanía que hasta la fecha adoptaban el abstencionismo como



comportamiento electoral predominante, frente a una clase política por la que no se sentían atraídos.

En relación con el reacomodamiento de los actores tradicionales, los partidos políticos se fraccionaron; en el caso de Medellín esto es evidente tanto en el conservatismo como en el liberalismo, a través de la reforma al sistema de partidos ya mencionada. Además, como afirman Arenas y Bedoya (2011) en relación a las elecciones populares de alcaldes y gobernadores: “Estos comicios han sido vistos por los miembros de los partidos tradicionales y de las nuevas alternativas políticas, como el escenario propicio para mantener una importante presencia política en las distintas zonas del país y procurar desde allí cierta articulación nacional de las organizaciones, como para tener acceso directo a cargos burocráticos de los cuales se deriva en parte su fortalecimiento” (Arenas y Bedoya, 2011; p. 91). En efecto, para muchos actores políticos regionales empiezan a ser más importantes las elecciones regionales que las mismas elecciones nacionales, así para el ciudadano las elecciones nacionales puedan tener mayor grado de importancia simbólica.

En Medellín las fracciones conservadoras, a pesar de sus diferencias, logran llegar unidos mediante acuerdos burocráticos, lo que les permite conservar el poder local durante la mayor parte de los años 90, apelando a la estrategia de una ciudad gerencial, sumado a una propuesta suprapartidista en la que hacían coalición con otros partidos (Rodríguez, 2010). Los liberales, por su parte, se mantuvieron durante gran parte de los años 90 fraccionados y en una permanente pugna entre los líderes de cada facción, que les impedía llegar unidos a las elecciones locales, a pesar de que gozaban de una mayoría histórica y apelaron de manera permanente a la idea de modernización.

En las últimas elecciones de los años 90, en 1997, en el caso específico de las elecciones a la Alcaldía, Juan Gómez Martínez gana las mismas con un total de 161.363 votos contra 87.811 votos de su más inmediato rival, Luís Pérez Gutiérrez (Registraduría, 1998). Este resultado demuestra que son los Partidos Políticos tradicionales quienes dominan la oferta política de la ciudad, que los “otros” o terceras fuerzas, aún no son una fuerza política contundente en la ciudad.



3.3.5 Actores políticos en Medellín 2000-2007, el punto de quiebre

En Medellín se celebran elecciones locales en el año 2000, la disputa por el poder local nuevamente tuvo a los partidos tradicionales como sus protagonistas. Mientras en algunas ciudades del país la competencia tuvo movimientos cívicos o coaliciones partidistas disputando el poder, en Medellín los partidos tradicionales siguieron plenamente vigentes y se constituyeron en las únicas opciones reales de poder, por lo menos en lo que a la alcaldía concierne. “En el país, el 21% de las alcaldías quedan en manos de fuerzas no tradicionales o terceros, aunque estos tuvieron una mayor efectividad en 1992 con un 29% de las alcaldías municipales” (Ayala, 2004 b; p. 93).

Todos estos cambios en las administraciones locales revelan importantes transformaciones en el sistema político, relacionadas básicamente con unas elecciones locales donde la oferta cambia y las reformas institucionales generan nuevas configuraciones políticas. Los conservadores se fragmentaron y permitieron que los liberales, bajo la unidad de un solo candidato, elegido por consulta popular y con los gamonales marginados del proceso, se aglutinaron en torno a un candidato; aunque la fuerza de los conservadores seguía siendo más importante, su división dejó a los liberales con mayor opción de poder; lo paradójico de esto es que esta fórmula que había servido a los conservadores para llegar a la presidencia en anteriores elecciones, esta vez les servía a los liberales en Medellín (Arias, 2008).

Hubo en el debate electoral, previo a las elecciones, temas claves que permitieron al candidato liberal generar un ambiente propicio para el apoyo de sectores estratégicos de la ciudad (Ayala, 2004). En efecto, el tema de la reducción de la tarifa de servicios públicos, la no realización de la ampliación de la carrera 76, y la persistencia del candidato en la crítica a las gestiones anteriores por su dedicación a la gerencia de la ciudad en desmedro del tema social, fueron factores que generaron en cierto sector de la ciudadanía una simpatía importante para con el candidato liberal, lo que permitieron a éste, obtener un punto de quiebre que le diera ventaja para así ganar las elecciones.

Sin embargo, hay un fenómeno importante que anotar como elemento característico de estas elecciones y con relación a las llamadas terceras fuerzas y es que éstas empiezan a encontrar espacios políticos en el escenario local. En las elecciones del año 2000, un movimiento denominado Compromiso Ciudadano liderado por un matemático, perteneciente a la elite



económica y académica de la ciudad, logra obtener la tercera votación a la alcaldía de Medellín, una votación bastante significativa, que permitía mostrar la posibilidad, ya no tan remota, de que un candidato que no provenía de los partidos tradicionales llegaría al primer cargo público local (Arias, 2008).

Respecto al discurso, habrá que agregar que la mayor característica del candidato de Compromiso Ciudadano es la lucha contra la corrupción, la politiquería y el clientelismo (Botero, 2006). Para los miembros de este movimiento, la principal característica de los partidos tradicionales era que habían gobernado la ciudad fundados en el clientelismo y la corrupción como el principal fundamento para sostenerse en el poder, lo que los deslegitimaba ante cierto sector de la ciudadanía (Botero, 2006).

Los resultados de las elecciones del año 2000 dan como ganador al candidato liberal Luis Pérez Gutiérrez, con una votación de 128.302 ciudadanos, frente a su más inmediato rival Sergio Naranjo Pérez, quien obtuvo el apoyo de 98.037 electores, Sergio Fajardo alcanzó el respaldo de 59.217 ciudadanos seguido por Jaime Arrubla Paucar quien logró 49.766 votos. (Registraduría, 2000). El candidato ganador marca diferencias en las comunas populares de la ciudad, y en especial en Belén, la comuna que más porcentaje de votación le aporta a la ciudad donde logra 14.300 votos. Es importante resaltar el apoyo logrado por el candidato Sergio Fajardo en la comuna 14, sector de El Poblado, quizá el sector considerado más exclusivo de la ciudad, donde les gana a los demás candidatos marcando una importante diferencia con el apoyo de 7.714 electores (Arias, 2008).

Luego de las elecciones de 2000, el candidato “independiente” Sergio Fajardo mantiene una columna en el principal periódico regional, El Colombiano, comparte set como presentador en un programa que se transmite en el canal regional Teleantioquia, todos los días viernes en la noche, denominado Hora Zanahoria y conduce el programa Operación Ciudad de Telemedellín. Durante el periodo del alcalde liberal Luis Pérez (2001-2003), la opinión pública encabezada por algunos medios locales se dedica a tildar a la administración local de ser bastante excéntrica, denuncian los derroches de la alcaldía y algunos sucesos poco claros, que dejan en el ambiente de opinión la idea de una administración corrupta, de la cual el alcalde es protagonista (González, 2007).



Las elecciones de 2003 estuvieron rodeadas de un ambiente previo de opinión en el cual la administración del momento está desgastada, por tanto, la lógica electoral y la tradición histórica de las elecciones en Medellín apuntaban a que los conservadores llegarían al poder, aplicando la tesis del voto castigo contra los liberales quienes gobernaban en ese momento, pues en efecto así mostraban las encuestas: ya Sergio Naranjo Pérez, el candidato más fuerte de los conservadores, empezaba a mostrarse como el más firme aspirante a la alcaldía y el candidato liberal Jorge Mejía Martínez no repuntaba en las encuestas (Arias, 2008). Sin embargo, el desgaste de la administración Pérez traía tras de sí algo más amplio: el desgaste de la clase política tradicional, que incluía a los conservadores y por ello el voto castigo más que contra los liberales operó frente a la clase política en general (Corrales, 2014).

Este desgaste contrastaba con el discurso del candidato de Compromiso Ciudadano quien, a través de sus propuestas, acentuaba la necesidad de un cambio, no solo de la administración actual sino de las tradicionales prácticas de los partidos políticos, que hasta la fecha habían dominado el escenario electoral y la administración municipal de Medellín.

Las elecciones son ganadas por Sergio Fajardo Valderrama con el respaldo de 208.541 electores, seguido por Sergio Naranjo Pérez quien contó con el apoyo de 100.931 ciudadanos (Registraduría, 2006). Las diferencias más notables entre estos dos candidatos se evidencian en las clases altas, donde el candidato ganador logra diferencias muy marcadas, como por ejemplo en la comuna 14, El Poblado, donde 15.334 ciudadanos apoyan al candidato Fajardo, frente a 3.641 votos del candidato conservador Sergio Naranjo (Registraduría, 2006).

3.3.6 Política local

“La política colombiana ha sido tradicionalmente dominada por los personalismos, al punto que, muchas veces los candidatos escogen los partidos y no al revés, como se revela en la lógica teórica del sistema de partidos” (Arenas y Marulanda, 2011, p. 95). En el caso de la elección de Sergio Fajardo, su imagen, asociada a una serie de conceptos y simbolismos, parece tener un peso importante en su elección como alcalde. El contraste entre las elecciones de alcalde y las elecciones de concejo municipal, dejan en el ambiente la inquietud de si el resultado realmente revela un cambio relevante en el comportamiento electoral de los



ciudadanos o, simplemente, estamos ante un fenómeno coyuntural que no tendrá trascendencia futura. Aplicando la hipótesis de Gutiérrez Sanín (1995) “¿Será que estamos simplemente ante la fatiga material de los partidos que, luego de unas elecciones, revelan nuevamente su vocación de poder?” (Sanín, 1995; p. 73).

En el año 2003 se presentó a nivel nacional una nueva reforma política institucional que, planteaba básicamente el reagrupamiento de fuerzas políticas, a partir de la figura denominada umbral electoral, que básicamente, generaba la necesidad de un porcentaje mínimo de votos a nivel nacional para conservar la participación del partido político, mantener la posibilidad de inscribir candidatos sin requisitos adicionales, y seguir recibiendo apoyo económico estatal para el funcionamiento del partido (Sánchez - Giraldo, 2008).

Esta reforma fue depurando el sistema de partidos y reagrupando las fuerzas políticas del país; la reforma pretendía en su momento cerrar el paso al excesivo fraccionamiento de partidos, sin pretender volver a un sistema bipartidista (Ossa, 2006). En efecto, producto de esa y otras reformas posteriores, las fuerzas políticas del país fueron reagrupado en torno a un sistema multipartidista, compuesto en la actualidad por cerca de dieciocho partidos políticos, los cuales, en su mayoría, tienen precedentes históricos de líderes pertenecientes a los partidos tradicionales (Trejo, 2009).

Los partidos políticos existentes revelan ciertas tendencias ideológicas que dejan ver cómo se representa la tradicional franja ideológica derecha-centro-izquierda; aunque siguiendo una tendencia del famoso concepto de partidos “atrapa todo” (Medina, 2002). Los partidos tratan de ubicarse en el centro con tendencias hacia uno u otro lado de la franja y hay una prevalencia de partidos con tendencias hacia la derecha, pues los partidos tradicionales en Colombia se podrían calificar en su historia como partidos básicamente de centro derecha, con algunas tendencias internas de centro izquierda, en el caso especialmente del Partido Liberal (Trejo, 2009).

3.3.6.1 ¿Un punto de no retorno? Elecciones de 2007

Los candidatos que disputaron la elección de alcaldía en el año 2007 fueron inscritos básicamente por movimiento políticos mediante la recolección de firmas, esto por la



necesidad de que en elecciones unipersonales el sistema multipartidista que empezaba a consolidarse con los cambios institucionales de la reforma política de 2003. Con el fin de generar coaliciones entre partidos, los candidatos de las grandes ciudades decidieron inscribirse de esta forma y no por un partido en particular (Arias, 2008).

En el caso de Luís Pérez Gutiérrez candidato de origen liberal, se inscribió por el movimiento “Todos con Luis Pérez” mediante el sistema de firmas, como una estrategia para captar adhesiones de distintos partidos políticos (García, 2011). Alonso Salazar por su parte, se inscribió por el movimiento Alianza Social Indígena, que es un partido político desde el punto de vista estrictamente jurídico, sin embargo, en lo político, se debe decir que este es un movimiento que conserva su naturaleza jurídica de partido por su origen étnico; pero en el escenario electoral y representativo es una agrupación sin mayores proyecciones a nivel nacional (Espino, 2011).

En el caso de Medellín, la Alianza Social Indígena (ASI) es una especie de “vehículo jurídico” en el que se mueve el movimiento Compromiso Ciudadano. Los resultados de la elección de alcalde revelan un resultado a todas luces reñido, en el cual hay un alto nivel de competencia, que desde el análisis racional valoriza la conciencia del ciudadano acerca de un momento coyuntural de importancia. Además, los proyectos políticos en cuestión revelan dos formas de administrar la ciudad, que permiten ver, entre las opciones políticas, grandes diferencias al momento de elegir, lo cual también moviliza más al ciudadano y revaloriza sus intenciones de votar (LaRosa y Mejía, 2015).

En estas elecciones hubo factores coyunturales a tener en cuenta en el análisis, por ejemplo, en amplios sectores de las clases media y alta de la ciudad, el candidato Luis Pérez era percibido con una imagen altamente negativa debido a su gestión anterior como alcalde; su administración, comparada con la de Sergio Fajardo, fue uno de los grandes temas del debate electoral en esta ocasión. Además, varias de sus propuestas, su famoso pagaré social (una de sus estrategias de campaña), fue altamente criticado por algunos sectores de la ciudadanía (Corrales, 2014).

Las elecciones locales -2000, 2003, 2007- revelan una oferta política más variada de las que tradicionalmente se presentaban en la ciudad; esto, hipotéticamente nos puede llevar a deducir que las nuevas propuestas movilizaron ciudadanos que no se sentían representados



por los partidos tradicionales. Siguiendo a Sartori (2005) Laver (1989) y Steven Wolinetz (2004) la distancia e intensidad ideológica, o polarización, son elementos importantes para el análisis de campañas; sin embargo, numerosos trabajos sobre partidos políticos en Colombia consideran que la ideología no es un factor determinante en la distinción entre partidos políticos en el país. Estudios de tipo cuantitativo realizados por varias instituciones de la región, revelan que los ciudadanos, en el caso de Medellín, en un alto porcentaje creen en la democracia, pero no en la política ni en los políticos, (Corporación Región, Alcaldía de Medellín, 2006; p. 5), lo que nos lleva a inferir que aquí puede existir una pista en el análisis del abstencionismo en Medellín.

En las elecciones de 2007 se acentúa esa diferencia en los proyectos políticos de sectores tradicionales y la nueva fuerza política que participó desde el año 2000 y logró el poder local en el año 2003; a partir de esto el ciudadano ve de manera más clara las diferencias, a lo que se suma el intenso nivel de competencia y de movilización estratégica de los actores políticos que están detrás de las campañas con opción de poder en la etapa preelectoral. Estos dos factores, oferta política variada y alto nivel de competencia, también son dos variables importantes a la hora de analizar las variaciones en la evolución histórica de las elecciones locales en la ciudad de Medellín (LaRosa y Mejía, 2015).

El resultado final en el 2007 le da nuevamente el triunfo a la candidatura de Compromiso Ciudadano en cabeza de Alonso Salazar Jaramillo, con una votación histórica de 275.734 y en un segundo lugar al candidato de coalición de sectores tradicionales, Luís Pérez Gutiérrez, con una votación también histórica de 241.993, superando todas las expectativas de participación de la ciudad, pues de un potencial electoral de 1.173.469 ciudadanos, votaron 620.056 ciudadanos (Registraduría, 2016). El grado de polarización de la ciudad en torno a estas dos propuestas fue tal, que la tercera opción, en cabeza del candidato Gabriel Jaime Rico, solo logró una votación marginal de 15.580 votos.

Autores como Alex Reina, a partir de análisis hechos luego del triunfo de Compromiso Ciudadano en las elecciones de 2003 y 2007, piensa que en Medellín hay una verdadera transformación política local. El autor muestra cómo con la llegada al poder local de una tercera fuerza, cambian los índices de desarrollo humano y calidad de vida a partir de la mejora de la inversión social (Reina, 2010).



3.3.6.2 2011, la alianza del triunfo

En el 2011, las elecciones a la Alcaldía de Medellín prometían ser un escenario competente para que los partidos tradicionales volvieran a obtener protagonismo; ya que el equipo político de Compromiso Ciudadano, que había puesto las anteriores administraciones, se enajenaba de la contienda; para apoyar la aspiración a la Gobernación de Antioquia de su líder máximo Sergio Fajardo, quien resultó electo gobernador de Antioquia con 922.403 mil votos (Registraduría, 2011).

Y fue precisamente la búsqueda de la gobernación de Compromiso Ciudadano, lo que propició la aparición de una alianza firmada por los candidatos a la Gobernación de Antioquia, Sergio Fajardo, y la Alcaldía de Medellín, Aníbal Gaviria. Dicha alianza se presentó a la sociedad como una alianza histórica, de corte programático, para afrontar los principales problemas de la ciudad y el departamento conjuntamente, más que una alianza para sumar votos. Según Aníbal Gaviria, la alianza le permitiría gobernar con participación ciudadana; mientras que Fajardo asumió la alianza como un pacto contra la corrupción. (El Colombiano, 2011; p. 5)

La alianza se presentó a la sociedad antioqueña el 9 de julio 2011 en la Plaza Botero y se firmó el 21 de julio del mismo año. En dicha presentación, el candidato Aníbal Gaviria (Candidato a la Alcaldía de Medellín) invitó a la ciudadanía a participar de la alianza y de su gobierno; mientras que Sergio Fajardo (Candidato a la Gobernación de Antioquia), se refirió a la alianza como una forma de construir un acuerdo político y luchar contra la corrupción. Durante este evento, Fajardo y Gaviria se comprometieron a crear comisiones de trabajo conjunta para la incorporación de lo convenido en los respectivos programas de gobierno (El Mundo, 2011, p. 13).

La alianza definió como sus principios rectores la legalidad democrática, la transparencia, la equidad regional, la ética pública, la participación, la sostenibilidad, el pluralismo y la equidad de género (AMA, 2011). Estos principios buscaban orientar la actuación de estos dos gobernantes en los tres escenarios de intervención en que operaría esta Alianza:

1. Gobernador de Antioquia y alcalde de Medellín lucharán contra la corrupción: Ambas campañas tenían como premisa: “En Antioquia, en Medellín y en el resto de los municipios



del departamento no se pierde un peso. La lucha contra la corrupción y la garantía de la transparencia serán prioritarias en los programas de gobierno de cada candidato” (Gaviria & Fajardo, 2011, p. 4).

2. Medellín y Antioquia juntos por la equidad: “Para las administraciones de Antioquia y Medellín será fundamental conseguir que el desarrollo económico, los avances en competitividad, los recursos económicos y el capital humano, mejoren las condiciones de vida de los más necesitados” (Gaviria & Fajardo, 2011, p. 5).

3. La defensa de la vida, la búsqueda de la seguridad y la convivencia no conocen fronteras: La inseguridad es una problemática de primer orden para las administraciones departamental y municipal, que requiere de la coordinación institucional para atacar a los distintos actores ilegales, pues estos trascienden las fronteras políticas y se ubican en gran parte del territorio Antioqueño.

4. Infraestructura para la competitividad: Medellín y Antioquia apuestan por una gran inversión política, financiera e institucional para el mejoramiento de la infraestructura vial, virtual y económica. Todo con miras a hacer más competitiva la región y permitir que los productos y servicios de los antioqueños tengan un mejor acceso a mercados mundiales (AMA, 2011).

En esa ocasión, para aspirar a la Alcaldía de Medellín se inscribieron un total de cinco candidatos: Aníbal Gaviria (Partido Liberal), Luís Pérez (Movimiento Firmes por Medellín), Jacqueline Toulosa (Partido MIRA), Federico Gutiérrez (Partido de la U) y Luis Fernando Muñoz (Polo Democrático). Según las encuestas, el otro candidato fuerte para ganar las elecciones era Luis Pérez Gutiérrez (Cifras & Conceptos, 2011). Este era un candidato que lograba concentrar a la mayoría de la clase política tradicional, y ofrecía una administración de corte tradicional en donde los partidos tuvieran un papel protagónico; su propuesta mantenía la línea discursiva de su anterior gobierno, con una nueva mirada de la ciudad, pero ligada a maquinarias de base liberal (Said y Arcila, 2011).

La campaña, como lo esperaban diferentes analistas, estuvo cargada de denuncias de parte y parte, donde salieron a flote todos los errores de administraciones pasadas (Luis Pérez había sido alcalde de Medellín 2001 - 2003, y Aníbal Gaviria ejerció como Gobernador de



Antioquia en el periodo 2004 -2007). Al final se impuso el candidato Aníbal Gaviria, con 238,970 votos, superando a su contendor que obtuvo 221,708, siendo esta la segunda derrota consecutiva para Luis Pérez, en la búsqueda de la Alcaldía de Medellín (Registraduría, 2016).

La alianza con Sergio Fajardo le sumó los votos finales que le hacían falta a Aníbal Gaviria para ganar las elecciones locales en Medellín. Pero para que Aníbal Gaviria pudiera celebrar, debió esperar los resultados de las últimas mesas. La contienda fue reñida y como lo pronosticaban las encuestas, la diferencia con su inmediato contendor, era corta. Al respecto, Adolfo Maya, profesor de Ciencias Políticas de la universidad Eafit aseguró: “Lo que quedó derrotado fue el estilo de hacer la política desde el señalamiento personas” (El Tiempo, 31 oct - 2011). En tercer lugar, quedó el joven político Federico Gutiérrez con 120,002 sufragios.

En el siguiente cuadro se detalla la manera cómo los partidos tradicionales colombianos (Liberal - Conservador) han enfrentado una lucha constante por el poder en la ciudad de Medellín, y cómo las reformas políticas posibilitaron que movimientos ciudadanos también irrumpieran en esa lucha por el poder local.

TABLA XI: Alcaldes de Medellín elegidos por voto popular desde 1986

ALCALDE	AÑO	VOTOS OBTENIDOS	PARTIDO/MIVIMIENTO POLÍTICO
Juan Gómez Martínez	1988	90.559	Partido Conservador
Omar Flórez Vélez	1990	97.076	Partido Liberal
Luis Alfredo Ramos	1992	118.234	Partido Conservador
Sergio Naranjo	1995	101.453	Partido Conservador
Juan Gómez Martínez	1998	160.398	Partido Conservador
Luis Pérez Gutiérrez	2001	128.740	Partido Liberal
Sergio Fajardo	2004	208.541	Compromiso Ciudadano
Alonso Salazar	2008	275.734	Compromiso Ciudadano
Aníbal Gaviria	2012	238.970	Partido Liberal

Fuente: Elaboración personal del investigador



CAPÍTULO IV

**“Twitter se ha convertido en el sistema nervioso de nuestras sociedades,
y hay que aprender a utilizarlo”.**

José Luis Orihuela

4.1 Conectividad en Medellín, prioridad de administraciones municipales

Esta parte de la investigación dará cuenta del estado actual de la conectividad en Colombia y más específicamente en la ciudad de Medellín; así como toda la normatividad local y nacional.

En Medellín, como muestra siguiente tabla, tiene una conectividad del 69%, según cifras entregadas por la secretaría de Competitividad y Desarrollo de la Alcaldía de Medellín, situándose muy por encima del resto de ciudades del país. Y son los jóvenes los que más se conectan. También evidencia que hay un crecimiento exponencial de un 13 % respecto a la medición de 2014 y que la tendencia va en alza. También se concluyó en este informe que las páginas más visitadas por los ciudadanos de la ciudad de Medellín son las redes sociales con un 72% de personas que diariamente interactúan por este espacio.

TABLA XII: Informe de Calidad de Vida de Medellín.



Hogares en la ciudad de Medellín por estrato socioeconómico de la vivienda según tenencia de computador y conexión a internet.						
Estrato de la vivienda	Hogares		Tiene computador para uso de hogar		Tiene conexión a internet	
	Total	%	Si	No	Si	No
1. Bajo bajo	82.479	11.83	10.660	71.830	7.285	75.194
2. Bajo	251.961	38.15	69.798	182.183	50.148	201.833
3. Medio bajo	203.261	29.15	104.903	95.455	85.294	117.967
4. Medio	74.941	10.75	53.289	21.552	49.935	25.006
5. Medio Alto	55.185	7.92	44.390	10.795	42.217	12.968
6. Alto	29.169	4.18	26.280	2.889	25.706	3.483
Total	697.016	100.00	309.320	384.704	260.585	436.451

Fuente: Alcaldía de Medellín, agosto de 2015

El acceso a Internet potencia la identificación de nuevos espacios ciudadanos (Negroponte, 2016). En este punto, las nuevas tecnológicas adquieren un valor fundamental, ya que se perciben como un factor democratizador dentro de la sociedad en dos líneas: Por un lado, porque son un instrumento de transformación y reivindicación que permiten que las demandas de los ciudadanos se expandan y circulen por las redes de Internet, y por otro lado porque pretenden contrarrestar los desequilibrios sociales, que puede haber en algunos territorios (Napolitan, 2016).

El acceso a Internet posibilita establecer estrategias de equidad social y de libre acceso a las herramientas y canales de comunicación. En este sentido Cotarelo (2013) afirma que el tema del acceso puede estar inmerso en las relaciones de poder que se tejen alrededor de la Sociedad Red ya que puede ser “un recurso más en disputa que hubiera que arrebatar a los poderes económicos que tienden a apropiarse de estos nuevos recursos” (Cotarelo, 2013; p.5). Las administraciones públicas y las empresas, advertidas por las nuevas relaciones y la emergencia del nuevo paradigma de campañas políticas, han comenzado a pensar en la oferta de nuevos servicios que puedan estar presentes en los campos de la información social, la política y en torno a la participación (Aguado, 2015).

La expansión de Internet tiene un doble sentido a la hora de configurar relaciones sociales, como lo plantea Castells (2004). Por una parte, puede reducir la fricción del espacio (es decir,



que puede contribuir a disminuir los obstáculos) y por otra parte, también facilitar las relaciones locales, siendo esto último lo que busca implícitamente (Castells, 2004; p. 57).

Los servicios que propician la extensión de la penetración del uso de Internet en la sociedad se fueron expandiendo al punto que en la ciudad de Medellín la administración ha propuesto incluir un programa que se llama MDE Inteligente (Medellín Inteligente), que tiene como objetivo base diseñar estrategias que permitan bajar la brecha digital y dar acceso a Internet a la mayor cantidad de ciudadanos posible (Cadavid Marín, 2015). Aunque el requisito de la penetración del uso de Internet en la sociedad ya se había cubierto parcialmente desde Medellín Digital, MDE Inteligente amplió la estrategia de Internet para todos, para dar continuidad y ampliar las acciones ya existentes (Cadavid Marín, 2015).

Esta estrategia le entregó a la ciudad 510 espacios disponibles de conexión libre a Internet durante el 2015 y proyecta seguir expandiendo su capacidad a aproximadamente 844 sitios en total para el 2018 (Plan de desarrollo Medellín 2012 - 2015). En esta estrategia también se incluyen las Zonas WiFi, Puntos de Navegación, Cedezo (Centro de Desarrollo Empresarial Zonal) y Aulas Abiertas. El programa además pretende incrementar los portales de ciudad, enfatizar en la comunicación pública y la participación social en las Tics, ampliando contenidos, herramientas y servicios para la participación e interacción de la ciudadanía, algunas de las nuevas estrategias para lograr estos propósitos son Tics para todos, cuyo énfasis está en adelantar procesos que permitan democratizar el mundo digital y eliminar las barreras de acceso a la tecnología.

Cabe tener en cuenta, que la distancia que se establece entre aquellos ciudadanos que utilizan y aquellos que no utilizan Internet, no es la única dimensión que afecta al uso político y social de este medio (Domingo, 2016), pues la brecha digital se expande por demás factores como la geografía, el género, las condiciones socioeconómicas, etc. Estos factores pueden causar un efecto adverso en la realización de este pilar, en el sentido que han de participar y hacer un uso democrático de las redes sociales, quienes tengan efectivamente el acceso a la conexión.

En la ciudad, desde el programa MDE Inteligente hay una necesidad de preservar y continuar con las políticas gubernamentales anteriores que le apuntan a estrategias que lleven a una ruptura de la brecha digital. Superar esta problemática significaría para la ciudad el



aprovechamiento de las potencialidades de las TIC y la posibilidad de generar conocimientos por parte de los ciudadanos (Cadavid Marín, 2015).

4.2 Evolución de los servicios y las herramientas

La evolución general de las herramientas ofrecidas a través de Internet en la ciudad ha viabilizado la utilización de las Tics como instrumento en los procesos de gestión pública y comunitaria, mediante el uso de consultas, trámites on-line, canales alternativos de participación comunitaria. Así pues, estas herramientas propuestas se plantean como “promesa de transparencia y de proximidad con los ciudadanos, sin embargo, la apropiación de estas tecnologías es un proceso lento y desarticulado en la mayoría de las ciudades” (Faktor, 2013; p. 40).

El área de contenidos y comunicación pública, le ofrece a la ciudadanía información en formatos de modo que se logre potenciar la relación de los habitantes con la administración de la ciudad. Dispone la posibilidad del fácil acceso a trámites en línea como tramites de movilidad, pago de servicios públicos, consultar el SISBÉN (Sistema de Selección de Beneficiarios Para Programas Sociales), y expedir el certificado; todo esto posibilita la participación activa en la seguridad ciudadana mediante la georeferenciación de denuncias en el portal seguridad en línea.

En este sentido estas herramientas pueden incentivar la e-participación entendida como “...cualquier actividad dirigida a influir directa o indirectamente en las políticas públicas, realizada tanto por los ciudadanos individuales como por todo tipo de colectivos; mediante el uso de las nuevas tecnologías” (Font, J. y Blanco, 2003), ya que potencia la relación con actividades políticas y administrativas, que a pesar de ser trámites sencillos en ocasiones son una limitación para la población (Aguado, 2015).

Otra herramienta que ofrece para la libre consulta y servicios digitales, es la posibilidad del Open Data (Filosofía basada en la idea de que los datos o información creados por las Administraciones Públicas pertenecen a la sociedad, y pueden ser de público conocimiento (Yu y Robinson, 2012), incluido en el pilar de Gobierno Abierto para que la información desarrollada por la Administración Municipal, los entes estatales, las empresas privadas y la



academia estén disponibles de forma libre para todos los ciudadanos buscando promover la transparencia y la participación ciudadana en los procesos gubernamentales de la ciudad. Del despliegue y evolución de estos servicios junto con el uso de la apropiación y la utilidad que le dan los ciudadanos en su vida cotidiana, surgen unos ciudadanos que se fundamentan en el encuentro, el intercambio, la problematización de la realidad, las emociones compartidas y las identidades múltiples, estos ciudadanos se movilizan en una acción social colaborativa que interconecta “ciudadanos deslocalizados espacio temporalmente, que utilizan la Red como canal de comunicación, interactividad, visibilidad social, autoría colectiva y acción colaborativa” (Vilches, 2014; p. 7).

En esta perspectiva, el programa apoya la iniciativa de un portal de co-creación ciudadana llamado MiMedellin, con el cual se pretende además de incentivar a la e-participación materializar las ideas propuestas por los ciudadanos. La Alcaldía de Medellín, de la mano de Ruta N45 y MDE Inteligente, ha desarrollado esta plataforma de innovación que busca facilitar la toma de decisiones por parte de la Administración Municipal para la implementación de proyectos de ciudad y políticas públicas y aumentar la transparencia en la asignación de los recursos (Plan de Desarrollo- Medellín 2012 -2015).

Se ha enfatizado en la importancia de la expansión de Internet y el acceso de todos los ciudadanos, así como en la producción de contenidos producidos en el programa para que los habitantes de Medellín puedan tener un entorno digital. Sin embargo, vale tener en cuenta que se ha hecho una labor articulada con otras iniciativas de ciudad que ya se habían ido gestando desde otras administraciones con directrices nacionales e iniciativas ciudadanas que ya han tenido un amplio bagaje. Iniciativas como los Telecentros o Centros de Acceso Comunitarios, incluidos en el marco del “Plan Estratégico de Equipamientos Sociales”, pretendieron descentralizar la acción de la administración pública y garantizar espacios para el encuentro de cerca 800 organizaciones, tanto sociales como de proyectos productivos autogestionados (Alcaldía de Medellín, 2014).

Estas iniciativas surgieron como “espacios de ciudad que buscan fortalecer las competencias digitales en todos los grupos poblacionales para promover la participación ciudadana en procesos de democratización, donde la ciudadanía haga uso de múltiples canales para incidir en su desarrollo” (Secretaría de Participación Ciudadana, 2015). Si bien los Telecentros no



hacen parte del programa, gracias a estos espacios también se integran los procesos que tiene el programa MDE Inteligente.

Ambas iniciativas, MDE Inteligente y Telecentros, están enfocadas a que el ciudadano adquiera habilidades para la interacción con otros ciudadanos, con las administraciones públicas y pueda relacionarse con su entorno. Los Telecentros, son un espacio de encuentro en el espacio material, desde el encuentro físico con el otro, pero también virtual desde la interacción con las nuevas tecnologías e Internet que permite conectarse con el mundo sin exigir la corporeidad. Sin embargo, esta evolución de los servicios y herramientas ofrecidos a través de Internet, tiene un lado capcioso que no debe pasar desapercibido (Cadavid Marín, 2016).

Los contenidos y comunicaciones que se difunden, aunque públicos, pueden traer sesgos que evidencian las dinámicas de dominación en los programas de redes, pues se puede prestar para la manipulación del entorno informativo, en el sentido que las estrategias promovidas, aunque amplíen el 70 panorama para acercar a los ciudadanos con la administración también pueden causar una dependencia cognitiva de plataformas. En este sentido la administración debe ser cuidadosa para facilitar no sólo servicios y ampliación de plataformas, por ejemplo, si no también atinar a que sean fáciles de manejar y de fácil comprensión. Esto en un sentido además de un gobierno sensible e integral.

4.3 Marco legal de conectividad en Medellín

Debe comprenderse que los procesos de tecnologización de las ciudades no suceden inocentemente, en tanto estos procesos no están desprovistos de sentido, por el contrario, se soportan y materializan en una estructura socioeconómica (Bonilla - Rincón, 2013). Así pues, se requiere de la normalización de Internet como una vía oficial que potencie la relación entre los ciudadanos. En esta sustentación legal y regulada de Internet también se normalizan diferentes relaciones: ciudadanía - representantes, ciudadanía - administración, ciudadanía - empresas, y ciudadanía - ciudadanía. Existen diferentes normatividades y políticas para regular actividades y desarrollos en torno al tema de nuevas tecnologías (tanto a nivel nacional como a nivel local).



Por una parte, a manera de marco normativo, regulatorio e institucional, el Plan Nacional de TIC 2010- 2019 (Ministerio de Comunicaciones de Colombia, 2012), concebido a través del Plan de Gobierno 2010-2014, pretende ser una estrategia para generar el modelo de desarrollo denominado la Sociedad del Conocimiento (SC). Igualmente se proponen una serie de políticas, acciones y proyectos en cuatro ejes transversales que tienen impacto sobre los distintos sectores y grupos de la sociedad. Estos son: 1) Gobierno en línea; 2) investigación; 3) desarrollo e innovación; y 4) marco normativo, regulatorio e incentivos. De igual forma se plantean cuatro verticales: educación, salud, justicia y competitividad empresarial (Ministerio de Comunicaciones de Colombia, 2012).

De igual forma, mediante el Decreto 1151 de 200846, se establecieron los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea, su responsable institucional, sus metas y 46 DECRETOS 1151 DE 2012 (abril 14) Diario Oficial No. 46.960 de 14 de abril de 2012 Ministerio De Comunicaciones “Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea. Dichos lineamientos son de obligatorio cumplimiento para todas las entidades que hacen parte de la administración pública del país” (Ministerio de comunicaciones de Colombia, 2012).

Como parte de esta regulación, en el año 2013 el Ministerio de Comunicaciones se convirtió en el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y mediante la Ley 1341 de 30 de julio de 2013, por la cual se definen principios y conceptos sobre la Sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones - TIC-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones (Congreso Nacional, 2013), y se determina el marco general para la formulación de las políticas públicas en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Esta ley, permitió el tratamiento de aspectos referentes a la protección al usuario, la calidad del servicio, y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico.

En concordancia con la Ley 1341 de 2009 y con el Plan Nacional de Desarrollo (2010 – 2014), Hacia una sola Colombia, camino a la prosperidad democrática, el Gobierno Nacional planteó en octubre de 2010 el Programa Vive Digital con la intención de promover el acceso, uso y apropiación de las Tics en los diferentes sectores y territorios del país y hacia todos los



actores de la sociedad. Para tal fin, propone políticas y programas orientados a conseguir dichos objetivos de forma progresiva y sostenible, implementando mayor infraestructura, expansión de la red nacional de fibra óptica, conexiones internacionales, y data centers y ampliaciones a las aplicaciones de Gobierno en Línea.

En la ciudad de Medellín, varios Gobiernos han compartido esta perspectiva de conexión, competitividad y modernización. Las primeras políticas municipales de inclusión a la sociedad de la información a través de la adopción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se generaron en el Plan de Desarrollo 2001 – 2003 con Medellín Competitiva. Estas políticas se centraron en la masificación del Internet, creación de espacios de encuentro para el acceso al Internet en las comunas, para luego articularse con el modelo mundial de los Telecentros; reglamentándose parcialmente bajo la Ley 962 de 2005, y se dictan otras disposiciones (Plan de Desarrollo, 2001-2003).

4.4 Estado de la conectividad actual en la ciudad de Medellín

En 2015 El programa Medellín Ciudad Inteligente, liderado de la Secretaría de Desarrollo Económico, convirtió a Medellín en la ciudad líder en conectividad en Colombia, con 560 puntos de conexión gratuita a la red, habilitados en 16 comunas y cinco corregimientos. (Caracol radio, octubre de 2015). Con 94 zonas WiFi para el uso de Internet en dispositivos móviles, 67 puntos de navegación y 8 aulas móviles con computadores disponibles para la ciudadanía, se registraron 2 millones 300 mil conexiones. (Alcaldía de Medellín, 2015).

Los usos más frecuentes fueron: buscar información, enviar o recibir mensajes de correo electrónico, utilizar redes sociales o descargar archivos de música, fotos o videos. (Alcaldía de Medellín, 2015). En el 2016, el programa de MDE Inteligente, instaló 40 nuevos centros de conexión gratuita para servicio de la ciudadanía, ajustando 197 de estos espacios distribuidos en toda la ciudad (Secretaría de Desarrollo Económico, 2017). Según la dependencia, cada punto de instalación "brinda cobertura en un radio de 100 metros a la redonda, siempre y cuando no haya obstáculos que atenúen la señal (árboles, muros, estructuras), además de una capacidad máxima hasta de 200 usuarios conectados



simultáneamente, con funcionamiento las 24 horas del día y siete días de la semana" (Secretaría de Desarrollo Económico, 2017).

Entre el período 2017-2019 la meta es instalar 100 zonas de Internet libre en parques, unidades deportivas, sitios turísticos y diferentes espacios de ciudad buscando favorecer principalmente, habitantes de los estratos 1, 2 y 3 de la ciudad (MDE Inteligente, 2016). Según la Secretaría de Desarrollo económico (2017), El promedio anual de conexiones entre 2015 y 2016 fue de 12.560.721, mientras que en lo que va de este año se han realizado en total 30.309.773 conexiones entre todas las zonas WiFi. Durante los próximos dos años y medio el programa tendrá el reto de conectar a Internet al 26% de la población restante que aún no ha accedido a este servicio, es decir alrededor de 700 mil personas. Adicionalmente, este año se entregarán 24 kits para personas con discapacidades auditivas, visuales, motrices y cognitivas para facilitar su conectividad, y que se sumarán a las 19 que se entregaron en 2012, un proyecto que anualmente beneficia a 3 mil personas (Secretaría de Desarrollo Económico, 2017).



CAPÍTULO V

“Poner el anillo y el afiche no es suficiente. Un tweet y una foto tampoco. Para casarse se necesita un sí y para ser elegido, un voto.”

Luis Duque

5.1 Análisis de resultados

La campaña política para las elecciones locales en la ciudad de Medellín 2025 -2019, se convirtió en una tribuna de polarización entre uribistas y anti uribistas, que en las últimas semanas terminaron polarizando la campaña. También hubo una facción social que no pertenecía ni a uno ni a otro bando y terminaron en el medio de esta confrontación creando una tercera; y la tribuna donde se llevó a cabo gran parte de las discusiones partidistas, sin lugar a dudas, fue en la red social Twitter. Si bien este trabajo no pretende estudiar el comportamiento de la militancia en esta red social, ni centrarse en las confrontaciones políticas en campaña, sí tuvo en cuenta algunos datos y referencias provenientes de diferentes cuentas que seguían a los candidatos investigados. En las próximas páginas nos dedicaremos a analizar el contenido de las cuentas de Twitter de los candidatos a la Alcaldía de Medellín con más probabilidades de ganar, y cómo fue su relación con sus seguidores.

Twitter se convirtió en ese escenario ‘común y asequible’ donde se dieron cita los más álgidos debates que involucraban, en muchas ocasiones, a uno o más candidatos en contienda, porque



las redes sociales abrieron un escenario de discusión y de encuentro entre muchas corrientes que antes no tenían un espacio compartido donde expresar sus ideas o sentimientos.

En este sentido, Caldevilla D. (2010), en su artículo “Las Redes Sociales: tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”, afirmó que la innovadora forma de interacción de las redes sociales, comparada con la navegación de tan sólo hace unos años y combinada con los nuevos formatos digitales, que nutren un ambiente descentralizado y no jerárquico dirigido por los nuevos usuarios, hacen que el uso de Internet haya adquirido nuevas dimensiones sobre todo para campañas políticas. (Caldevilla D. 2010).

Esta red social también fue un espacio para que los candidatos dieran a conocer sus propuestas, compartieran parte de su agenda, lanzaran ataques a sus opositores, ensancharan su popularidad en el electorado, y tuvieran un nuevo relacionamiento comunicacional con sus posibles electores; y esto es, precisamente, lo que vamos a analizar en las próximas páginas. Queremos entender cómo fue esa relación del candidato con sus electores a través de la red social, cuáles fueron las características de la comunicación, que tipo de contenido publicaban, cuáles eran las palabras más sobresalientes y si realmente cambió la comunicación vertical que antecedió a las redes sociales o no. Esas serán algunas de las cuestiones que analizaremos con mayor detenimiento y que harán arte del resultado final de esta investigación.

Es importante retomar aquí las palabras de Noguero (2010) los resultados finales del análisis de contenido son un esfuerzo de interpretación, y se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no aparente, lo potencial inédito, lo no dicho, encerrado en todo mensaje. Es por eso que se tratará de utilizar toda la capacidad interpretativa del investigador para tener un gran número resultados que no pretenden ser universales o taxativos, por el contrario, forman parte de una construcción social, relativa, que pretende contribuir en alguna medida a desarrollar una investigación empírica consistente y útil para el análisis de contenido en redes sociales.

La realización del análisis se hará en dos partes; primero se estudiará cada uno de los candidatos y se darán resultados por separado, con el objetivo de comprender la dinámica



comunicacional de cada uno de los actores investigados, y más adelante se hará una reflexión comparativa de los tres candidatos estudiados, para tener mayor precisión en las características afines y diferenciales que tuvieron cada uno en su comunicación con sus posibles electores por medio de la red social Twitter, en el periodo investigado.

5.1.1 Análisis del contenido de la cuenta del candidato Juan Carlos Vélez Uribe

Juan Carlos Vélez Uribe nació en Medellín el 6 de febrero de 1965. Es Abogado de la Universidad de Medellín y especializado en Derecho Administrativo de la Universidad del Rosario de Bogotá. Diplomado en Finanzas de la Universidad EAFIT de Medellín y titulado en Defensa y Seguridad Nacional en la Escuela Superior de Guerra del Comando General de las Fuerzas Militares.

Su origen en el tema político es conservador. En 1990 fue edil de la comuna 14 de su ciudad por tres periodos consecutivos y en 1994 y 1997 fue elegido concejal de Medellín. En 2001 asumió el cargo de Director General de la Aeronáutica Civil de Colombia donde estuvo al frente de la entidad por cuatro años. En 2006 fue nombrado presidente de ANATO, Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. En mayo de 2007 llega al Senado de la República donde se destacó por su trabajo en la Comisión Primera, en la cual ocupó las dignidades de presidente y vicepresidente, defendiendo proyectos clave para el entonces presidente Álvaro Uribe Vélez, como el nuevo Código de Justicia Penal Militar, y se distanció de los proyectos de ley rechazados por el uribismo, como la Ley de Víctimas. También fue uno de los congresistas que más promovió la inclusión del artículo de 'la silla vacía' para que los para y farcpolíticos y los políticos condenados por delitos contra la participación electoral no pudieran ser reemplazados por otras personas de sus listas (Silla Vacía, 2017).

En 2010 fue elegido nuevamente Senador de la República con 63.000 votos, pero para inicios de 2014 renunció a su curul para acompañar los postulados del Partido Centro Democrático. En el Centro Democrático fue uno de los precandidatos presidenciales postulados por ese partido para las elecciones de 2014, en las que fue elegido Oscar Iván Zuluaga como candidato de esa colectividad.



El 15 de junio de 2015 fue designado por el partido Centro Democrático como su candidato único para la alcaldía de Medellín. Estas fueron sus principales propuestas para ganar las elecciones:

1. **SEGURIDAD:** Otorgaremos a la fuerza pública legítimamente constituida el papel preponderante en materia de resolución de conflictos, de reacción ante hechos que alteren la convivencia en la ciudad. - Emplearemos gran parte de los recursos humanos y técnicos al control de las armas de fuego en la ciudad. – Implementaremos un programa en la Secretaría de Seguridad que se encargue exclusivamente del estudio y puesta a disposición de las mejores y más novedosas y confiables herramientas de tecnología para el aspecto de la seguridad: drones para monitorear permanentemente los barrios de manera sigilosa y eficaz. – Implementaremos en la ciudadanía la cultura de la legalidad, la cultura de la denuncia, la cultura del compromiso con el orden público, con el apoyo de la comunidad a la institucionalidad
2. **EMPLEO:** Fortaleceremos la construcción e impulsaremos las obras públicas para crear más empleos. - Crearemos empleo en el sector turístico: Capacitando a nuestros jóvenes en un segundo idioma (inglés y portugués). - Capacitaremos y facilitaremos créditos para montaje de pequeñas empresas en el sector textil confección. - Atraeremos la inversión extranjera en la ciudad, potencializando las condiciones de ciudad: el talento humano, la imagen internacional, la infraestructura, esto abrirá nuevas fuentes de trabajo para la ciudad
3. **EDUCACIÓN:** Para el mejoramiento de la calidad de la educación adelantaremos la jornada única escolar; ampliaremos la oferta educativa y la cobertura de educación superior con pertinencia. - Mediante el programa de becas de EPM entregaremos a jóvenes de la ciudad que se postulen y muestren interés en los temas que requerirá la ciudad para la cuarta revolución industrial. - Fortaleceremos la escuela de formación ciudadana desde los 6 años en adelante en todas las comunas y corregimientos del Municipio de Medellín (Vélez Uribe, 2015).

La cuenta de Twitter de Juan Carlos Vélez Uribe es (<https://twitter.com/jcvelezuribe>) durante la campaña incluía una fotografía donde se veía sonriente, con manos extendidas y mirada



frontal; en la foto aparecía junto al líder máximo de su partido Centro Democrático, el expresidente Álvaro Uribe Vélez, quien lo señalaba para confirmar que ese era su candidato a la alcaldía de Medellín (Ver ilustración, I). Una camisa azul celeste contrastaba con un fondo blanco. En su biografía incluía la siguiente frase: ‘Vamos a recuperar el rumbo de la ciudad, con toda seguridad’ (/jcvelezuribe, 2015).

Durante el periodo analizado entre el 25 de septiembre de 2015 y el 25 de octubre del mismo año, el candidato no cambió su foto de perfil, ni la foto que complementaba el muro del perfil, donde se veía su nombre, junto al slogan de su campaña ‘Con toda seguridad’, más es logo del partido Centro Democrático.

5.1.1.1 Evolución de seguidores y seguidos

Durante el periodo analizado el candidato Vélez Uribe tuvo un significativo aumento de seguidores pasando de 48.200 al inicio del estudio, a 56.300 al finalizar el mes de la investigación. En este caso particular, se evidencia que la última semana fue decisiva para alcanzar este número de seguidores, se contabilizaron un total de 5.200 nuevos seguidores en los tres últimos días de campaña, siendo el candidato con mayor crecimiento porcentual en ese periodo. La cuenta de este candidato tuvo un promedio de aumento de seguidores por día de 273, una cifra que, si bien no es despreciable, no responde al gran número de perfiles uribistas en la ciudad de Medellín, que según datos del partido Centro Democrático, superarían las 200 mil (CD, 2016).

TABLA XIII: Evolución en número de seguidores y seguidos de Juan Carlos Vélez				
	Inicio de Campaña	Fin de Campaña	Número de Seguidores Ganados	Promedio de Seguidores ganados
Nº de Seguidores	48200	56400	8200	273 x Día
Nº de Seguidos	429	432	3	

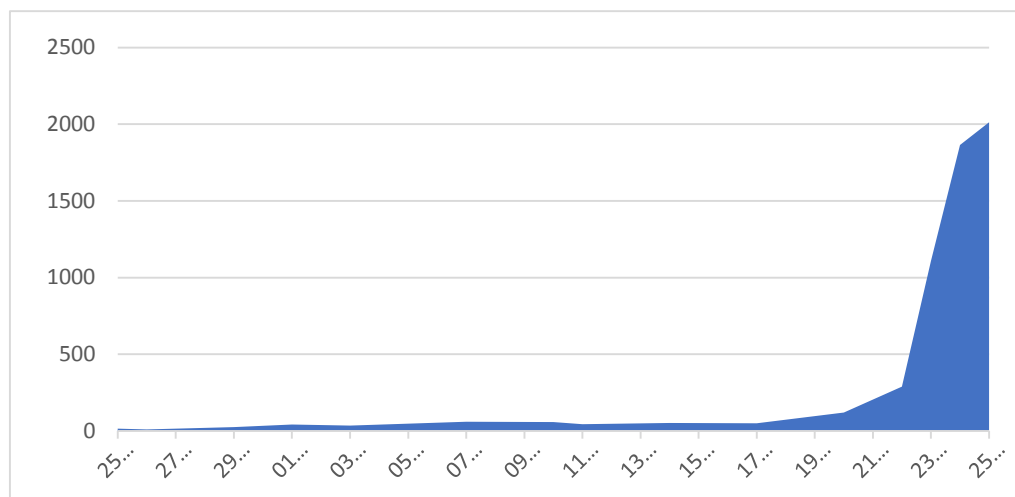
Fuente: Elaboración propia

El perfil de los nuevos seguidores de este candidato, correspondían a cuentas con una clara identidad uribista, porque se podía ver en los muros y el relato de la biografía, que, en su mayoría se declaraba ‘100% uribista’ (ver anexo IV). El 64% e estos nuevos seguidores eran hombres y el 36% restante eran mujeres. Las edades eran muy diversas, pero en su mayoría



eran personas adultas entre los 35 a 55 años de edad. El siguiente gráfico nos mostrará de manera más detallada el avance de seguidores en la cuenta de este candidato.

Ilustración VI: Evolución de seguidores de Juan Carlos Vélez



Fuente: Realización personal

Se evidencia el pico exponencial de crecimiento en los últimos días de campaña que irrumpe con la tendencia paulatina y moderada de crecimiento de los días anteriores. Este fenómeno obedece, según Corrales (2016), a que las personas dejan hasta el último momento para definir su voto, una vez esta decisión es tomada, los usuarios se acercan a sus candidatos y a sus perfiles para mostrar su apoyo, afinidad y conocer un poco más de sus propuestas (Corrales, 2016). De ahí que la gran mayoría de seguidores nuevos, se hayan adquirido la última semana antes de las votaciones.

En cuanto a las cuentas seguidas por Juan Carlos Vélez en este periodo analizado, el candidato registra un mínimo aumento pasando de 429 al iniciar la muestra, a 432 al terminarla. Sólo siguió a tres cuentas que correspondieron a líderes de opinión y a políticos pertenecientes a su partido: Una de las cuentas seguidas por el candidato en el periodo investigado fue @VickyDávilaH (Vicky Dávila), una reconocida periodista de televisión colombiana, muy cercana al presidente Álvaro Uribe Vélez, y las otras dos cuentas seguidas correspondían a @JFLafaurite (José Félix Lafaurie) presidente ejecutivo de Fedegan, y uribista declarado (esposo de María Fernanda Cabal, una senadora del partido Centro Democrático), y @MargaritaRepo (Margarita Restrepo) Diputada Nacional por el partido



Centro Democrático. Las tres cuentas seguidas por el candidato representaban personas que de alguna manera eran cercanas al partido que él representaba y afines ideológicamente. Se evidenció la poca motivación del candidato por seguir nuevos perfiles, perfiles de militancia, juventudes, ciudadanos del común que lo seguían y hacían parte del debate. Esto evidencia, de alguna manera, que el interés de la interlocución de este candidato en esta red social, no era precisamente la militancia uribista, si no la de líderes de opinión que le sumaran adeptos y con quien pudiese interactuar de manera más directa (comunicación entre iguales).

5.1.1.2 Tipología de los tuits de Juan Carlos Vélez Uribe

El número de tuits analizados de este candidato asciende a 385. Se puede decir que fue el candidato que más utilizó la red social Twitter para comunicarse con sus seguidores y/o posibles electores. Tuvo un promedio de 13 trinos diarios en el último mes de campaña. En cuanto al tipo de tuit más recurrente fue el que contenía propuestas, que alcanzó 145 trinos (Como lo dijimos al inicio de la investigación, se van a tener cinco categorías de tuits para hacer el análisis, dichas categorías obedecen a las temáticas más recurrentes en los tuits de los candidatos investigados; esas cinco categorías son: tuits con propuestas – tuits con agenda de campaña – tuits con menciones a otros candidatos – tuits con noticias - otros). El candidato diariamente publicaba contenido sobre su programa de gobierno y sobre sus propuestas claves para la ciudadanía, teniendo mayor relevancia las dirigidas a recuperar la seguridad en la ciudad, ya que hasta su slogan hacía referencia a este apartado (con toda seguridad).

Ilustración VII: Slogan campaña Juan Carlos Vélez



Fuente: Twitter/JCvelezUribe



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

La ciudad de Medellín en 2015 ocupaba el 4° puesto de las ciudades más inseguras de Colombia, con un promedio de cuatro mil homicidios al año y más de 145.000 denuncias por robos y extorsiones en sus barrios (Fiscalía, 2015). Por tal motivo la seguridad era un tema de discusión obligado en la dinámica electoral de la ciudad, y el candidato del Centro Democrático escogió este tema como eje base de su campaña, ej.

@jcvelezuribe: '#ConTodaSeguridad quiero ver el centro de #Medellin abierto hasta las 9 de la noche. Recuperaremos la #Seguridad.' 23 de oct. Código A262, Anexo I.

El candidato, sobre seguridad, proponía acabar con el microtráfico, combatir el hurto en las calles, reforzar la seguridad con más tecnología y cámaras para ubicar al delincuente, y realizar campañas de prevención de reclutamiento de menores en los barrios más vulnerables.³ A continuación daremos algunos ejemplos sobre las propuestas de seguridad del candidato en cuestión:

@jvvelezuribe: 'Utilizaremos nuevas tecnologías para prevenir y disminuir la delincuencia. #ConTodaSeguridad ningún delincuente pasará por alto la justicia'. 20 de oct. Código A 234; Anexo I.

@jvvelezuribe: '#ConTodaSeguridad: trabajaremos con la comunidad a través de sistema de comunicación enlazado con la policía. #VotaCD' 13 de oct. Código A 164; Anexo I

@jvvelezuribe: Crearemos una política pública de seguridad en Medellín para combatir el microtráfico, el hurto y la extorsión. Más policías capacitados en esos delitos. 26 de sep. Código A 29; Anexo I.

Es importante destacar que los focos de inseguridad en la ciudad de Medellín se presentan, en mayor medida, en las comunas más vulnerables y donde existe mayor desigualdad social como la Comuna 13 (San Javier)– La Comuna 1 (Los populares – Santo Domingo) y la Comuna 16 (Belén). Ahí es donde reside el porcentaje más alto de microtráfico, extorsión, hurto, y donde mejor organizadas están las estructuras delincuenciales que comandan el

³ Según la secretaría de Gobierno, de los 545 mil jóvenes que tiene la ciudad, 55 mil están en riesgo de ser reclutados por bandas delincuenciales, también advierte que a diario se comercializa 30 mil dosis de marihuana a los alrededores de los colegios públicos, muchas de esas dosis regaladas, para iniciar el consumo a temprana edad (S.Seguridad, 2015)



crimen en la ciudad. Estas mismas comunas, al estar tan densificadas, son las que le aportan mayor caudal electoral a la ciudad, siendo Belén el sector de votación más preponderante en la ciudad de Medellín. También hay que resaltar que el candidato Juan Carlos Vélez Uribe, era el candidato del partido Centro Democrático, el partido creado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez (presidente de Colombia 2002 - 2010), y su gran legado como presidente fue el de la *seguridad democrática*⁴ (Céspedes, 2014), por estas razones el candidato del uribismo en Medellín le apostaba a la seguridad como eje transversal en su campaña.

Adicional a la seguridad, el candidato proponía mejorar la educación en los colegios públicos de la ciudad, teniendo mayor relevancia la propuesta de implementar la jornada única escolar, y el mejoramiento de la alimentación de los menores en etapa escolar, ej.

@jcvelezuribe: #AdemásDeSeguridad: nuestra meta principal es establecer la Jornada Única Escolar, para preparar mejor a nuestros niños y jóvenes. 27 de sep. Código A42; Anexo I.

Seguidamente de los tuits sobre propuestas, aparecen los de agenda con un total de 45 menciones. Fue muy usual encontrar en la cuenta del candidato tuits enfocados en informar las acciones que el candidato hacía día a día, como una especie de bitácora de campaña de las actividades diarias. Y hay una característica en este tipo de trinos, y es que el candidato hablaba de su quehacer diario, pero cuando ya estaba realizando la actividad, nunca publicaba trinos sobre su agenda con anticipación, posiblemente por seguridad, para evitar alguna manifestación o ataque en los lugares donde se iba a presentar, ej.

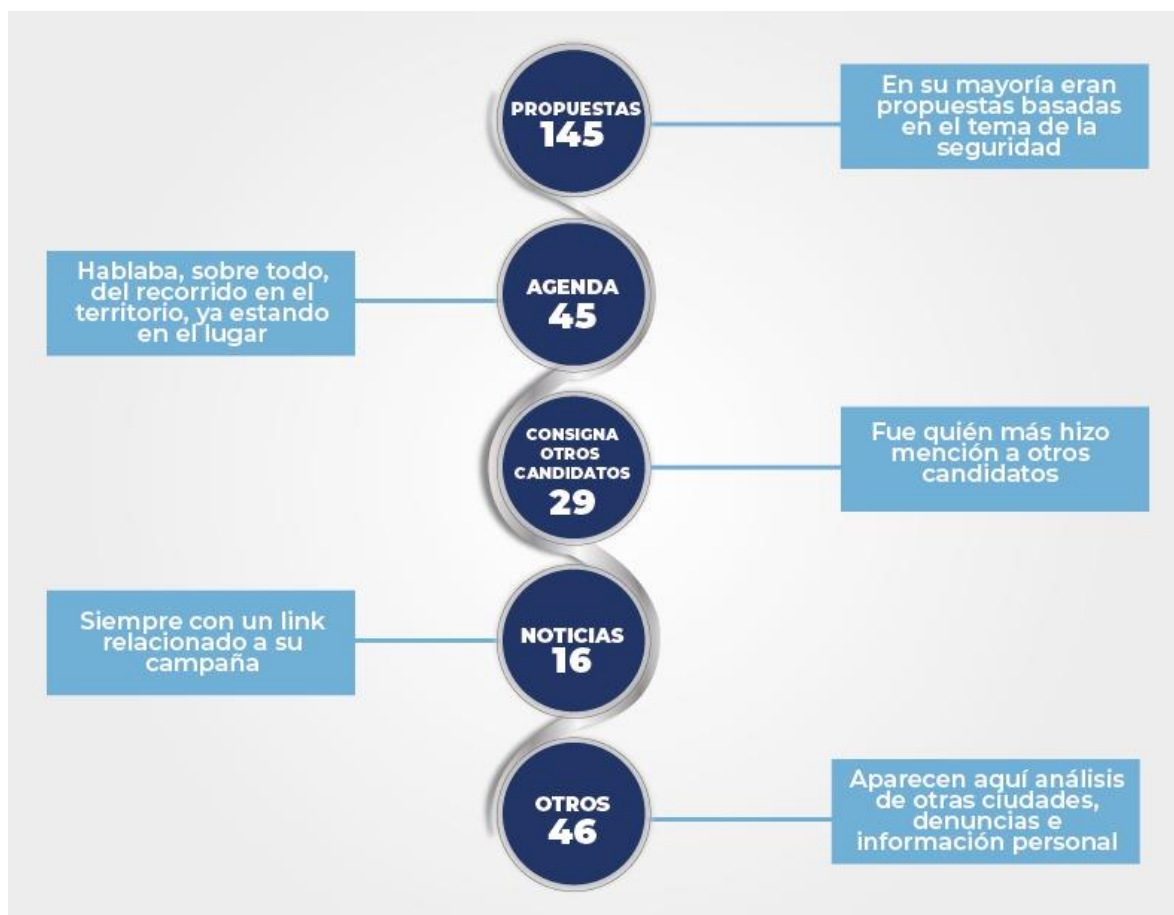
@jcvelezuribe: Estos momentos estamos en el Parque Gaitán hablando de la ciudad segura, educada y competitiva que construiremos juntos, #ConTodaSeguridad. 29 de sep. Código A 56; Anexo I.

Esto hacía que sus seguidores tuvieran poca información con antelación y les impedía acompañar al candidato a los diferentes recorridos por la ciudad.

Ilustración VIII: Tipología tuits JCV

⁴ La Seguridad Democrática consistía en una política de Estado del presidente Álvaro Uribe Vélez entendiendo la seguridad la seguridad como un valor democrático en sí mismo, como requisito cardinal para la vigencia real de las libertades y derechos, como una fuente de recursos y como un derecho humano al que todos los ciudadanos deben tener acceso en igualdad de condiciones. (Libreros, 2002)





Fuente: Elaboración propia

Estos tuits de agenda el candidato los acompañaba con una foto en el lugar donde se presentaba, y, generalmente, rodeado de muchas personas, con el propósito de transmitir un mensaje de mucho apoyo hacia su campaña, mucha militancia en sus reuniones. También aparece con mucha frecuencia en su Twitter los trinos donde menciona a otros candidatos, sea para denunciarlos o para felicitarlos, siendo la felicitación el recurso más reiterativo en este tipo de trinos. El candidato era generoso con sus palabras para hablar bien de otros competidores y siempre tenía un mensaje de solidaridad para ellos cuando conocía de algún inconveniente en su campaña, ej.

@jcvelezuribe: 'Toda mi solidaridad con mi compañero @RicoGabriel, me enteré del momento difícil que atraviesa con su madre. Fuerza'. 2 de oct. Código A 90; Anexo I.



Los tuits con menos presencia en la cuenta de Juan Carlos Vélez Uribe fueron los que contenían noticias, como se ilustró anteriormente, sólo alcanzaron 16 menciones. Las noticias que este candidato compartían tenían que ver con temas relacionados con su campaña, o noticias donde se evidenciaba los problemas de inseguridad de la ciudad de Medellín. Utilizaba este tipo de publicaciones para hacer énfasis en la necesidad de crear una política pública de seguridad que fuera transversal a todos los problemas de la vida cotidiana de los habitantes de Medellín.

5.1.1.3 Preguntas recibidas y cantidad de respuestas realizadas por el candidato

TABLA XIV: Consultas recibidas por Juan Carlos Vélez Uribe	
	Número
Preguntas recibidas	354
Preguntas con respuesta	101
Preguntas sin respuesta	253

Fuente: Elaboración propia

Juan Carlos Vélez Uribe recibió un total de 354 preguntas en el último mes de campaña, de esas respondió 101 y se quedaron sin respuesta 253, esto evidencia que si bien hubo un ejercicio de interacción del candidato con sus seguidores, no alcanzó a suplir la totalidad de las preguntas formuladas. Se infiere que le faltó más efectividad, interés y compromiso para responder todas las inquietudes ciudadanas. Fueron varias cuentas que mostraron su inconformismo por la no respuesta del candidato, lo que supone un vacío o carencia comunicacional del candidato a la hora de responder a las demandas y consultas de los posibles votantes, ej.

Cristián Sánchez Ramírez @crissamram: 'Así no creo que vaya ganar, desde ya ignorando al pueblo'. 16 de oct. Código A12, Anexo III

Al igual que este seguidor, fueron varios los que mostraron su inconformismo por la no respuesta a las consultas, o la respuesta equivocada como lo muestra más detalladamente la tabla complementaria del Anexo III. Una característica de las respuestas de este candidato a



sus seguidores es que nunca tuteaba, siempre sus respuestas generaban cierta distancia, cierta barrera y no había fluidez ni acercamiento dialectico con sus seguidores.

Otra de las características básicas de las respuestas de este candidato es que casi siempre incluían datos numéricos en sus respuestas, la mayoría de las respuestas contenían cifras que antecedían cualquier argumentación, ej.

@JCvelezUribe a @MaríaRacero2 Vamos a invertir el 7.8% del presupuesto de la ciudad en educación. Tenga la plena seguridad que, además de construir colegios, implementaremos la jornada única escolar. 02 de oct. Código A18, Anexo III.

Eran respuestas técnicas pero distantes, frías a la hora de entablar un vínculo entre el candidato y posible elector; porque las redes sociales permiten un lenguaje o una interacción más amigable, que genere confianza (Céspedes, 2016). La palabra más utilizada en sus respuestas es ‘seguridad’ (aparece en 65 de 101 respuestas), lo que indica una motivación clara del candidato de persuadir a las personas sobre uno de los temas que más preocupan a la ciudadanía como es el tema de inseguridad, como se detalló anteriormente. También se percibe un sentimiento de autoridad en sus respuestas y de compromiso directo del candidato con ese tema en cuestión, ej.

@JCvelezUribe a @MedardoJaime: ‘Seré el primer policía de Medellín, y de esa manera estaré al frente de todos los problemas en materia de seguridad. Los bandidos no nos van a ganar esta batalla’ 27 de sep. Código A3, Anexo III

Recibieron la mayor cantidad de respuesta las consultas de las cuentas afines al partido Centro Democrático, o a la campaña, y fueron ignoradas las consultas que venían de cuentas que tuvieran un lenguaje agresivo frente al candidato, o que trataban de desprestigiar la labor de su campaña; lo que significa que no se relacionó, ni argumentó, ni quiso entrar en debate o comunicación con los perfiles que tenían claramente una posición diferente a la suya. Pudo haber aprovechado este espacio para cautivar nuevos votantes a partir de una relación más fluida.

5.1.1.4 Palabras más utilizadas por Juan Carlos Vélez Uribe

La palabra más utilizada por este candidato fue ‘Seguridad’. Tanto en los tuits del candidato, como en las respuestas del mismo, tenían como factor común esta palabra. Aparecía en el



85.6% de sus publicaciones ya sea en el cuerpo del tuit o en los Hashtags. El candidato era enfático en afirmar que él sería el candidato que recuperaría la seguridad en la ciudad de Medellín, y que tenía como referencia de cumplimiento al expresidente Álvaro Uribe Vélez (2002-2010), quien dedicó un espacio importante en su administración, por recuperar la seguridad de Colombia (El Tiempo; 2015).

Además de la palabra ‘seguridad’, educación (145), jóvenes (119), Medellín (110), fueron las palabras que tenían presencia permanente en la mayoría de trinos del último mes de campaña. Esas cuatro palabras contenían, de alguna manera, lo esencial de su discurso de campaña; y es fácil entender por qué las utilizaba tanto. ‘Medellín’ es la ciudad que deseaba gobernar y para la que proponía un plan de gobierno con líneas claras programáticas (seguridad – educación - empleo), por eso la cita tantas veces; pero llama la atención que utilice 119 veces la palabra ‘jóvenes’ en sus trinos entendiendo que este público representaba el voto blando del Centro Democrático, ya que según (Corrales, 2015), el voto fijo o duro del partido estaba entre las edades de 45 a 65 años, es decir, un público más adulto. Es posible que el candidato estuviera explorando una búsqueda de nuevos votantes, de esos jóvenes que irían a las urnas por primera vez y a los que este candidato deseaba conquistar.

En los trinos de este candidato aparece otra palabra con frecuencia que, se podría decir, también está vinculada al voto joven, o por o menos de gran importancia para este público, y es la palabra ‘educación’. Esta palabra aparece 145 veces en sus trinos. Hay que resaltar aquí que una de sus propuestas más sobresalientes en campaña era la implantación de la jornada única escolar, haciendo mención directa al tema de educación. Dicha propuesta buscaba que las instituciones de educación pública sólo tuvieran una jornada escolar, toda vez que en la actualidad los colegios públicos manejan dos y hasta tres jornadas en el día (mañana – tarde -noche) (Alcaldía de Medellín, 2017).

Según lo establecido en capítulos anteriores, en Medellín hay un índice de desescolarización del 9% lo que representa aproximadamente 8 mil jóvenes en edad escolar (Medellín Cómo Vamos, 2016). El hablar con tanta frecuencia de educación, utilizando las plataformas digitales donde se encuentra gran parte del público joven, el candidato deseaba llegarles, mediante sus trinos, a ese público joven; otra interpretación podría ser que Vélez Uribe quería

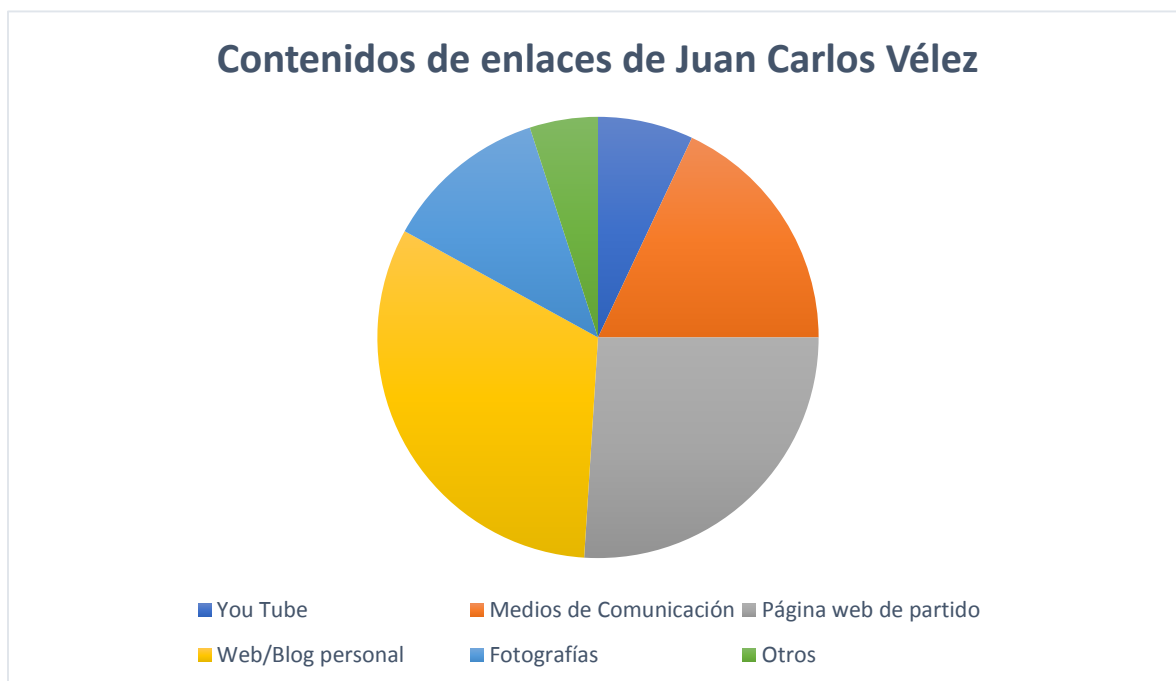


www.centrodemocratico.com, con 26%. También el candidato incluye enlaces de los diferentes medios de comunicación 18%; la mayoría de estos enlaces remiten a entrevistas del candidato en diferentes medios de comunicación, o cuando hacían mención a las encuestas que le favorecían, ej:

@JCvelezUribe: Nuestra campaña es noticia, Jaime Bayly habla sobre nuestras opciones para la Alcaldía de #Medellín: <https://youtu.be/8FC3OAHqISY> 27 de sep. Código A 40. Anexo I

Al respecto de las encuestas, es importante resaltar que, durante el último mes de campaña, se publicaron cinco encuestas sobre la intención de voto en la campaña de la ciudad de Medellín y en todas ganaba el candidato J.C.V.U con un importante margen frente a su principal contendor, que en todas las encuestas siempre era alguien diferente (Corrales, 2015).

Ilustración X: Enlaces de J.C.V



Fuente: Elaboración Propia

En la anterior ilustración podemos apreciar con claridad que el mayor recurso que el candidato utilizaba para aportarle a sus tuits era su página web, donde, entre otras cosas, tenía toda la información de su trayectoria y propuestas. Tenía un interés claro de tener mayor



tráfico en su sitio web y hacer un proceso de fidelización de sus seguidores a través de contenido programático mucho más ampliado, que el que podía publicar en 140 caracteres.

Además de su página web, como lo demuestra la gráfica, en segundo lugar aparece la página de su partido Centro Democrático: www.centrodemocratico.com lo que implica que el candidato le interesaba mucho mostrar lineamientos de partido, a pesar que este era un partido nuevo, porque era la primera vez que participaba en una contienda local. Si bien ya se había estrenado en elecciones parlamentarias en el año 2014 (Corrales, 2016), era la primera vez que ese partido competía por alcaldías y gobernaciones a nivel nacional. También hay que anotar que el candidato utilizaba algunas fotografías de su agenda cotidiana, y su canal de YouTube para difundir algunas de sus propuestas.

5.1.1.6 Hashtags más utilizados

En el 80% de las publicaciones el candidato utiliza el HT #AdemásDeSeguridad, seguido de #ConTodaSeguridad que aparece en el 38% de sus publicaciones en Twitter. El primero lo utilizaba cuando mencionaba temas programáticos de obligatorio cumplimiento, en los que basó su campaña; y el segundo lo utilizaba para referirse a temas sociales, a temas de emprendimiento y salud. Ambos tienen como núcleo central la palabra seguridad, que se convirtió en el eje discursivo del candidato Vélez Uribe (Corrales, 2015).

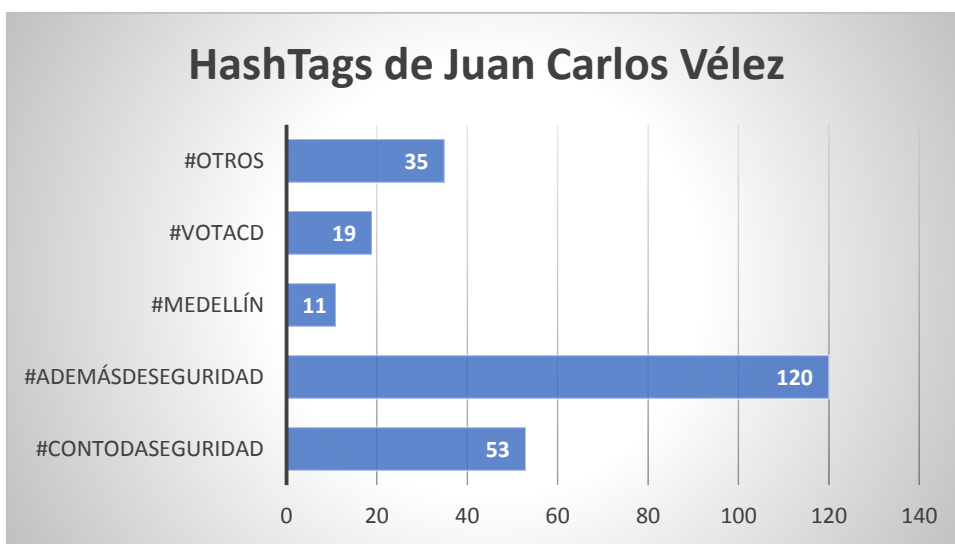
@JCvelezUribe: “Gracias por el cariño que nos reciben; #ConTodaSeguridad juntos haremos de #Medellín una mejor ciudad” 29 de sep. Código A59. Anexo I

#AdemásDeSeguridad: recuperaremos el estadio Atanasio Girardot para ustedes y sus familias, #ConTodaSeguridad. 25 de sep. Código A 5. Anexo I.

También utilizó la palabra #Medellín para viralizar sus tuits. El hashtag menos utilizado en este mes de análisis fue el de #DiálogoPopular que tuvo una presencia de 2% en las publicaciones del candidato, como lo detalla la ilustración a continuación.



Ilustración XI: Hashtag más utilizados en la cuenta de J.C.V.



Fuente: Elaboración propia

Algo que es necesario resaltar es que el HT #ConTodaSeguridad fue utilizado en el mes investigado por otras cuentas 9.768 veces y logró posesionarse como tendencia nacional un solo día: el 13 de octubre de 2015, teniendo 3.600 menciones ese día, y se dio en el marco de un debate regional por el canal Telemedellín. Esto, de alguna manera evidencia que la cuenta del candidato no tenía mucho poder de viralización del mensaje, porque tuvo una audiencia amplia que posiblemente no conectó con el mensaje, otra explicación para que sus HT no tuvieran más poder de viralización pudo haber sido que al ser tan repetitivos en la cuenta del candidato y otras cuentas amigas, se desgastaron antes de ser tendencia y no fueron priorizados por la red.

5.1.1.7 Información que retuiteaba Juan Carlos Vélez

El candidato retuiteaba con frecuencia a los congresistas del partido Centro Democrático (@TataCabello @MafeCabal @AlvaroVelUrive @MargaritaRepo @ReginaZuluaga), así como la cuenta de Twitter oficial de su partido: @CDemocratico. Durante toda la investigación, como ya se ha detallado, se nota poco interés del candidato por retuitear a sus seguidores que se vinculan a la campaña con el hashtag #ConTodaSeguridad y #AdemásDeSeguridad. El candidato en Twitter no evidencia mayor interés por interactuar o generar una relación más directa con otras cuentas de ciudadanos del común.



En segundo lugar, el candidato retuiteaba diferentes medios de comunicación, con publicaciones específicas sobre inseguridad (43 RT), educación (23 RT), Salud (11 RT) retuits. Otra información que el candidato retuiteaba eran las entrevistas que él concedía a diferentes medios de comunicación (17 RT).

5.1.1.8 Consideraciones finales sobre la cuenta de Twitter del candidato Vélez Uribe

- ✓ Tuvo poco crecimiento de seguidores, pese a la alta militancia uribista que maneja redes sociales en la ciudad de Medellín
- ✓ La seguridad fue el eje vertebral de toda su campaña política y sus propuestas; teniendo como padrino político a Álvaro Uribe Vélez, expresidente de Colombia.
- ✓ Sus contenidos no generaban muchas interacciones o engagement, puesto que su discurso era más direccionado a personas adultas
- ✓ Su lenguaje a la hora de relacionarse con sus seguidores era frío y distante, no se motivaba a lograr un acercamiento más profundo con sus seguidores.
- ✓ Prefería interactuar o responder a perfiles cercanos al partido Centro Democrático y dejar de lado a perfiles más neutrales
- ✓ No tuvo mayores propuestas para los jóvenes que, en mayor medida están más conectados a las redes sociales. Sólo se destaca la implementación de becas de educación superior, una propuesta que ya ha visto funcionando con gobiernos anteriores
- ✓ Se apoyaba mucho en la imagen del expresidente Álvaro Uribe Vélez para comunicar sus propuestas en Twitter, de hecho, durante toda su campaña la foto de su perfil era acompañado del líder del Centro democrático.

5.1.2 Análisis del contenido de la cuenta del candidato Federico Gutiérrez

Federico Gutiérrez Zuluaga nació en Medellín en 1974, esposo de Adelaida Benítez, y padre de dos niños. Es ingeniero civil de la Universidad de Medellín, con especialización en Alta Gerencia de la misma Universidad y de Ciencias Políticas en la Universidad Pontificia Bolivariana. Fue consultor en Seguridad Urbana Integral del Ministerio de Seguridad y Justicia de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina), y consultor en Seguridad Urbana Integral del Municipio de Celaya, Estado de Guanajuato, México.



En el inicio de su vida política se desempeñó como consejero municipal de la Juventud y consejero municipal de Planeación. Antes de dedicarse a la vida pública fue ingeniero consultor y residente. Fue concejal de Medellín durante 8 años, elegido por primera vez a los 28 años, y en su segunda aspiración al Concejo obtuvo una votación cercana a los 14.000 votos. Durante su primer periodo fue uno de los pocos concejales que respaldaron la gestión del entonces alcalde Sergio Fajardo y durante el segundo ha apoyado al alcalde actual, Alonso Salazar, aunque se han distanciado políticamente. También fue presidente del Concejo en 2008 e hizo parte de la transformación de ciudad liderada por Sergio Fajardo (Silla Vacía, 2017).

Ya había sido candidato a la Alcaldía de Medellín en las elecciones de 2011, por el Partido de 'la U', pero en estas elecciones decidió inscribirse por firmas. En esa ocasión obtuvo 120 mil votos, la tercera votación después de la de Aníbal Gaviria quien ganó ese año con 240 mil votos, y en segundo lugar estuvo Luis Pérez con 220 mil votos. Desde entonces mantuvo su aspiración vigente y a finales de 2014 la concretó, en alianza con Federico Restrepo quien busca la gobernación, y como ficha del fajardismo. Asegura que desde su primera postulación no ha parado de recorrer y estudiar la ciudad un solo día (El Tiempo, 2017).

Las principales propuestas del candidato para aspirar a la Alcaldía de Medellín las desarrolla en tres ejes claves: Seguridad y convivencia – Movilidad y sostenibilidad – Cultura Ciudadana

1. **SEGURIDAD Y CONVIVENCIA:** La seguridad como un pilar fundamental para la sociedad, una seguridad que no es de izquierda ni de derecha: es un derecho que hay que garantizar. – Impulsar un Estado fuerte, en el que con toda su institucionalidad y mediante el liderazgo del alcalde, se recupere el control territorial a lo largo y ancho de toda la ciudad. – Crear una Política Pública de Seguridad y Convivencia que transforme comunidades y retorne la esperanza. – Combatir las bandas delincuenciales que son las que manejan el microtráfico de la ciudad – Capacitar a los policías en delitos como el taquillazo, el fleteo y las vacunas, para que haya procedimientos y capturas efectivas. – Crear un grupo especializado contra el lavado de activos: Tecnología y compromiso para la desarticulación del crimen organizado.



2. **MOVILIDAD Y SOSTENIBILIDAD:** Crear un Sistema Integrado de Transporte Público - Empezar la ejecución del proyecto del Tranvía de la 80 evaluando con rigor todos los componentes del mismo. - Metro-Cable Noroccidental (Picacho) que cuesta aproximadamente 214 mil millones de los cuales ya se cuenta, producto del dinero de la unión Une-Millicom, con 158 mil millones- Comenzar el estudio de la conexión de las comunas 16 (Belén), 15 (Guayabal) y 14 (Poblado) que incluye un túnel por debajo de la pista del Aeropuerto Olaya Herrera.- Delimitación y construcción de nuevos kilómetros de cicloruta; empezando por terminar de conectar lo que hasta ahora se tiene y luego ampliando el sistema por la zona llana de la ciudad.
3. **CULTURA CIUDADANA:** Construiremos una política pública de cultura ciudadana que dirija los esfuerzos y comprometa recursos y apuestas políticas para los próximos años. - Construiremos mensajes efectivos que logren incentivar comportamientos virtuosos en los ciudadanos. - Implementaremos un sistema de contratación transparente, público y de cara a los ciudadanos, creando el espacio para que exista una veeduría general. - Desde la temprana edad y dentro de los entornos educativos, así como también desde campos estratégicos como por ejemplo el empresarial, fortaleceremos la generación de la cultura de la legalidad. (Gutierrez, F. 2015).

En su cuenta de Twitter utilizó como avatar durante la campaña una fotografía en primer plano frontal, con una expresión seria pero jovial; llevaba puesta una camisa azul celeste. La foto estaba a contra luz, fondo blanco que permitía ver claramente su melena, un estilo muy cercano a los jóvenes de la ciudad de Medellín (Ver Ilustración, II).

En su información biográfica se presentaba como ‘El candidato de la gente’ más el hashtag #Creemos que es el movimiento ciudadano que avaló su candidatura. Adicional incluía su correo electrónico personal: federico@federicogutierrez.com Finalmente añadía una URL de su sitio web <http://www.federicogutierrez.com/> Mantuvo su misma imagen de perfil, así como su información personal durante toda la campaña, sin modificación alguna.



5.1.2.1 Evolución de seguidores y seguidos

El número de seguidores de Federico Gutiérrez al iniciar la investigación era de 35.100 seguidores, y terminó el 25 de octubre de 2015 con 72.100; lo que significa que en el último mes de campaña duplicó su cantidad de seguidores, ganando 37 mil nuevos seguidores. De los perfiles analizados, la cuenta de este candidato fue la que más creció en número de seguidores, con un promedio de mil 233 seguidores por día, una cifra alta para una cuenta de perfil político local.

TABLA XV: Evolución en número de seguidores y seguidos de Federico Gutiérrez

	Inicio de Campaña	Fin de Campaña	Número de Seguidores Ganados	Promedio de Seguidores ganados
Nº de Seguidores	35.100	72.100	37000	1233 x Día
Nº de Seguidos	1105	1172	67	

Fuente: Elaboración propia

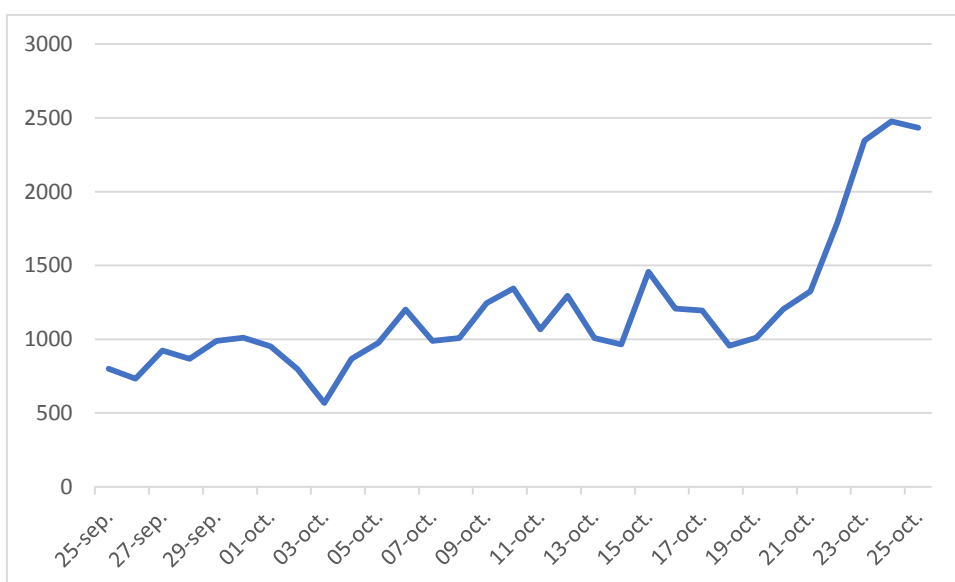
Para entender el crecimiento exponencial que tuvo esta cuenta en Twitter debemos analizar dos variables que pudieron aportar de alguna manera a este resultado; la primera tuvo que ver con el público al que este candidato le apostó en su mayoría: al público jóvenes, a los millennials, y su discurso iba encaminado a llegarle de todas las formas posibles a los nuevos votantes (Corrales, 2016). Si bien los adultos también se saben manejar en las distintas redes sociales, son los jóvenes quienes mejor se desenvuelven con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Pérez R. 2013). El mensaje que el candidato ofrecía en la red social también iba muy direccionado a persuadir el público joven con propuestas que impactaban directamente a este grupo social, es decir, se encuentra una relación directa entre el mensaje, el público al que iba dirigido y el crecimiento exponencial de la cuenta del candidato en cuestión.

Otro factor que pudo ayudar a que la cuenta creciera significativamente, fue la inversión que la campaña hizo a las redes sociales; según la información de ‘Cuentas Claras’ este candidato fue el que más inversión realizó en publicidad en redes sociales, alcanzando una cifra de \$150 millones (Cuentas. C, 2015). Esta inversión pudo ayudar a que el mensaje del candidato llegara a muchas más personas y motivaran el seguimiento de su cuenta en Twitter.



Hay un detalle a resaltar en la evolución de seguidores de este candidato, y es que tuvo una frecuencia diaria de aumento de seguidores significativo, hubo continuidad, pero se evidencia, según el siguiente gráfico, un aumento significativo y definitivo en la recta final de campaña, más exactamente el día 21 de octubre (ese día el candidato inició un recorrido por las calles de Medellín durante 24 horas, como parte del cierre de campaña). A partir de ese día se evidencia un aumento mucho más determinado de seguidores a la cuenta del candidato, teniendo un pico de crecimiento el día 23 de octubre con 2500 seguidores en un sólo día.

Ilustración XII: Evolución de seguidores de Federico Gutiérrez



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a números de seguidos, el candidato inició con 1105 perfiles seguidos, y terminó con 1172; sumando 67 nuevos perfiles en su lista de seguidos, que correspondía a cuentas de los candidatos al Concejo por el partido Creemos, así como algunos medios de comunicación y voluntarios de la campaña. Si bien el crecimiento de seguidos no es equivalente o cercano al número de seguidores, este candidato sí siguió a varios perfiles, militantes de su campaña; es el caso de Alexandra Fernández Rojas @FdezRojasAlexa, Stefany Jiménez @stefani40489212, Carlos Valbuena @carvalac. Con respecto a las características de las personas a las que seguía este candidato hay dos elementos que llaman la atención; por un lado, son perfiles, en su mayoría, privados (no cualquiera puede ver su contenido), y la otra



característica es que son perfiles que no tienen muchos seguidores, en promedio 40 o 50 seguidores (Ver anexo IV).

Estas características son muy usuales en perfiles creados para generar algunas interacciones en determinadas cuentas, manejadas por operadores o máquinas, pero no pertenecen a perfiles reales, se conocen como ‘bots’. Es necesario dejar claro que la investigación no se enfocó en la veracidad o no de las cuentas que interactuaban con el candidato, si no en la relación comunicacional de la misma con sus seguidores, por eso se hace el registro de esta evidencia que arrojó la investigación.

5.1.2.2 Tipología de los tuits de Federico Gutiérrez

La cantidad de tuits analizados en el perfil del candidato Federico Gutiérrez asciende a 275, un promedio de 9 trinos por día durante el mes investigado. De estos, 73 corresponden a trinos con propuestas de su campaña. El candidato no hace mucho énfasis en una propuesta en específico, si no que diversifica mucho su plan de gobierno y se enfoca en responder a la gran demanda de necesidades que tienen los habitantes de Medellín en diferentes aspectos: movilidad, medio ambiente, seguridad, educación, brechas sociales y formalización laboral. Es necesario entender acá el contexto para el que escribe y trina este candidato. Lo primero que hay que resaltar es que es el candidato menor de todos los analizados: 41 años, les habla a los jóvenes, lo segundo que es un candidato avalado por un movimiento independiente llamado Creemos, y lo último es que no tiene apoyos de ningún partido político o estructura de votos; es por eso que el candidato tiene licencia de hablar de todos los temas que le preocupan a la ciudadanía y trata, con su discurso, de alejarse de las propuestas tradicionales y los lugares comunes que muchas veces cohabitan en los discursos de campaña los candidatos de partidos tradicionales.

Dicho esto, hay que destacar que fue el único candidato que proponía hacer un pacto por el medio ambiente, un tema que le importan mucho a los jóvenes, ej.

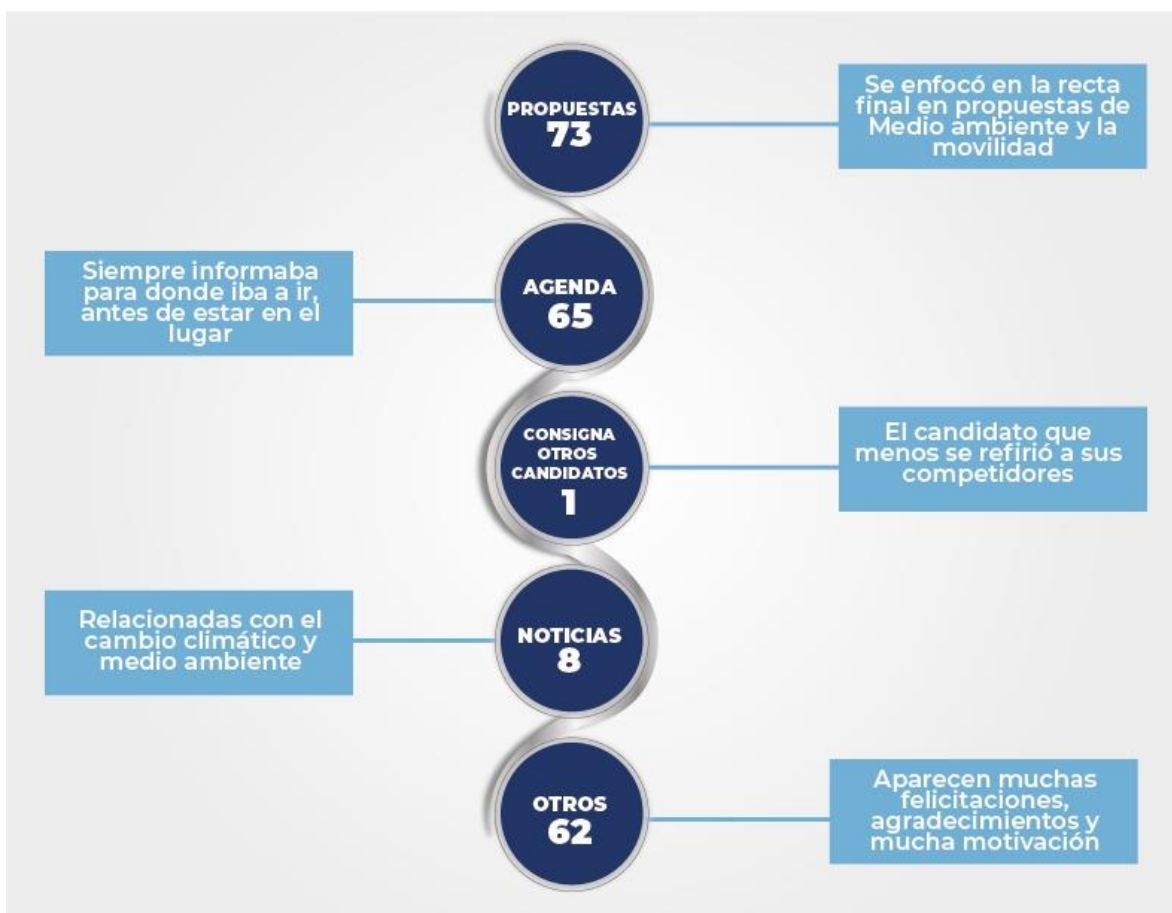


@FicoGutierrez: 'Medellín necesita un alcalde que se preocupe por el Medio Ambiente; por eso propongo crear un corredor verde con 20 mil nuevos árboles.' 1 de oct. Código C 43; Anexo I

Como el objetivo de este candidato era llegarle a un público juvenil, tenía varias propuestas orientadas al deporte, la cultura y la movilidad sostenible, con algunas ideas novedosas que posibilitarían ese vínculo que necesitaba el candidato con ese público específico:

@FicoGutierrez: 'Crearemos un sistema de información del sistema de transporte. Desde app y paraderos se conocerán rutas y horarios.' 30 de sep. Código C 40; Anexo I.

Ilustración XIII Tipología de tuits de F.G



Fuente: Elaboración propia

Este candidato aprovechaba los debates televisivos para trinar sobre diferentes propuestas para los habitantes de Medellín, teniendo gran repercusión los trinos que realizó durante un



debate en Telemedellín el día 12 de octubre. Ese debate, según algunos analistas, fue el punto de quiebre para que el candidato empezara a ganar terreno y acortarle espacio a su contendor más fuerte, el candidato del Centro Democrático Vélez Uribe. Aprovechó el debate para dar a conocer algunas de sus propuestas, que inmediatamente fueron replicadas en las redes sociales, teniendo mayor alcance y difusión en Twitter, donde, entre otras cosas, fue tendencia nacional; algunas de esas propuestas fueron las siguientes:

@FicoGutierrez: ‘Vamos a invertir socialmente para darle oportunidades educativas a nuestros jóvenes q les permita tener un horizonte cierto.’ 12 de oct. Código C123; Anexo I

@FicoGutierrez: ‘Vamos a fortalecer la cultura ciudadana y cultura de legalidad para controvertir la cultura mafiosa q persiste en la ciudad.’ 12 de oct. Código124; Anexo I

@FicoGutierrez: ‘Vamos a combatir a las estructuras ilegales protegiendo al ciudadano sin ponerlos en riesgo.’ 12 de oct. Código126; Anexo I

@FicoGutierrez: ‘Vamos a reorganizar y consolidar un sistema integrado de transporte público que mejore condiciones de vida.’ 12 de oct. Código127; Anexo I

Hay dos características claves en estos trinos que, como se dijo anteriormente, hicieron parte de sus respuestas en un debate televisivo. Lo primero que llama la atención es que siempre inicia con el verbo en tercera persona plural, *vamos*, evidenciando claramente un mensaje incluyente, cercano, participativo y de accionar colectivo, no personaliza las propuestas si no que hace partícipe a sus seguidores de la acción que se realizará en conjunto. La segunda característica a resaltar es que este candidato nunca habla de una propuesta en sí, ni habla de temas técnicos, cuantificables, si no, por el contrario, sus propuestas son amplias, algo ambiguas, sin muchas especificidades y sin decir cómo lo va lograr, sólo insiste en que juntos (ciudadanía y candidato) van a impulsar un cambio social en diferentes áreas. El candidato no se enfoca en un tema específico, si no que habla de 4 temas que le preocupan a los jóvenes y a la ciudadanía en general: seguridad, cultura, educación y transporte. Cuatro temas que, en distinto orden, son los que más les preocupan a los habitantes de Medellín. Es decir, es un



candidato que le llega a las emociones de la gente, que trata de poner al posible elector en situación de consumo político y lo persuade con su discurso.

Tuvo 65 trinos relacionados con su agenda en el periodo investigado. El candidato avisaba con anticipación dónde estaría más adelante, con la intención de que sus seguidores se enteraran y pudieran acompañarlo. Este candidato basó su agenda en recorridos callejeros que hacía de día y de noche, visitando, sobre todo, los barrios más vulnerables de la ciudad:

@FicoGutierrez: 'Empezamos el día con toda, desde las 7am estaremos en @UdeA y a las 11am recorreremos el centro. #FedericoAlcalde' 13 de oct. Código C113; Anexo I.

Hay que resaltar que este fue el candidato que menos hizo mención en sus trinos a otros candidatos; nunca los mencionó ni para atacarlos, ni para felicitarlos. Tenía como consigna en redes que sus jefes eran los ciudadanos, que no tenía jefes políticos y por eso llegaría a la alcaldía a gobernar, a hacer equipo con las comunidades y a transformar a Medellín, ese era su mensaje. Al no mencionar a sus contendientes, de alguna manera trataba de invisibilizarlos, de no darles mucha importancia, ni hacerles más publicidad.

Por último, en la categoría de análisis de 'Otro', referido a tuits que no encajan en las categorías establecidas, se encuentran muchos tuits de motivación, con 56 menciones. Fue el candidato que más se esforzó por motivar e impulsar a sus seguidores para elegir el mejor alcalde para la ciudad. Diariamente tenía uno o varios tuits enfocados en animar a sus colaboradores y a la ciudadanía en general.

@FicoGutierrez: 'Vamos a ganar las elecciones. #Creemos'. 21 de oct. Código C 183; Anexo I

En esta categoría también se encuentran los trinos relacionados a la contextualización del lugar que visitaba. La mayoría de veces que hacía un recorrido, escribía datos relacionados con el lugar donde iba a estar: Datos demográficos, de cultura, principales fuentes económicas, principales problemáticas etc. Esto, de alguna manera, enviaba un mensaje de que el candidato conocía la zona, que le interesaban los habitantes que habitaban en ese lugar y transmitía, de manera subliminal, que estaba en el territorio haciendo diagnóstico y presencia permanente, ej.



@FicoGutierrez: 'La comuna 1 representa el 5,29% de la población de Medellín, repartida en 61.768 hombres y 68.601 mujeres. #FedericoAlcalde' 20 de oct. Código 173; Anexo I

@FicoGutierrez: 'El grupo poblacional más numeroso es entre los 0 y 15 años, que comprende el 26,8% de la comuna 1. #FedericoAlcalde' 20 de oct. Código 174; Anexo I

5.1.2.3 Preguntas y respuestas del candidato Federico Gutiérrez

Del mismo modo que la cuenta de Federico Gutiérrez fue la que más seguidores ganó durante el periodo analizado, también fue la que más preguntas recibió por parte de sus seguidores. Fueron un total de 778 consultas hechas a su perfil, de las cuales respondió 663, dejando sin respuesta 145 (Ver anexo 3); esto evidencia que el candidato tuvo la tasa de interactividad y respuesta más alta de todos los perfiles de candidatos analizados, con un tiempo de respuesta de 13 horas en promedio. Se evidenció el esfuerzo del candidato por responderle a todos los seguidores y tener un contacto más directo, mostrándose, como un candidato cercano, asequible, que le interesa las opiniones y las necesidades de su posible electorado.

TABLA XVI: Consultas recibidas por Federico Gutiérrez	
	Número
Preguntas recibidas	778
Preguntas con respuesta	663
Preguntas sin respuesta	145

Fuente: Elaboración propia

Si bien las preguntas que se le realizaron a este candidato tienen mucha heterogeneidad, hay algunas características que se pueden resaltar como por ejemplo la informalidad con la que el primer interlocutor hace la pregunta ej.

Julio César, @JulioLugo0922: Fico, dónde es el parche esta noche? estoy que me volanteo. 15 de oct. Código B 42; Anexo III

Alejandro Arias, @AriasMalarias: Pa' las que sea. ¿Cuándo vas a venir a Santodomingo para que pasemos bn chimba? 22 de oct. Código B 18; Anexo III



La gran mayoría de consultas que le hacían a este candidato era sobre qué recorridos iba a realizar y qué barrios visitaría próximamente; no eran consultas sobre su programa de gobierno o propuestas par determinado tema, sino que, en la mayoría, eran consultas de agenda, lo que evidencia a una militancia ferviente, con ganas de participar en eventos del candidato para mostrarle su apoyo. Con respecto a las respuestas del candidato, éste trataba de responder al mismo lenguaje y a la misma informalidad con la que se le preguntaba, es por eso, que utilizaba una terminología muy juvenil popular para responder a sus seguidores, ej.

@FicoGutierrez a Carlos Rodríguez @CarlosRod Diaz: Qué más parcero, qué bueno que te quieras sumar a este parche que no lo para nadie. Estaremos el sábado en Aranjuez. Sí, sí, si Creemos. 01 de oct. Código B 24; Anexo III.

Es importante resaltar que en todas las respuestas el candidato utiliza la palabra ‘Creemos’ que se habla del movimiento ciudadano que le otorgó el aval para ser candidato a la Alcaldía de Medellín. Esta palabra, que invita a tener esperanza, a confiar en el otro a creer en esa posibilidad es la que aparece como valor común en todas sus respuestas, ej.

@FicoGutierrez a Kelly Bernal @KellyBe98008058: Claro que sí mi Kelly, lo vamos a lograr. Si todos nos unimos invitando a muchos más este parche, nuestra voz resonará en todo Medellín. Creemos que se puede. 13 de oct. Código B35; Anexo III.

Otro detalle a resaltar en este candidato es que siempre fue ágil en sus respuestas, a pesar del volumen de las mismas, no demoraba más de un día en responderlas. Teniendo en cuenta que la mayoría de consultas era de agenda, era necesario y útil responderlas a la brevedad para que la comunicación fuera efectiva. También se desprende de la investigación el asertividad que tuvo el candidato a comunicar y responder utilizando palabras motivadoras, que incitaban el triunfo. Se destacaban palabras dentro de sus respuestas como ‘creemos’, ‘sí podemos’ ‘vamos a ganar’, ‘unidos ganaremos’; palabras motivadoras, cercanas, incluyentes y que invitaban a la victoria. Otro dato importante dentro de las respuestas de este candidato, es que nunca mencionó o atacó a ningunos de sus contendientes en sus respuestas; a veces le preguntaban por algunas posiciones de otros candidatos, con el objetivo de que hablara mal o atacara a su oponente, pero en sus respuestas nunca mencionó a sus competidores, ej.



Pregunta de Andrés López @AndresFLopez: Hombre @FicoGutierrez ¿Cómo ves pues a izquierdoso de Alonso, tratando de desinformar? Muy mal hecho. 21 de oct.

Respuesta de @FicoGutierrez: @AndresFLopez todos tenemos derecho a opinar lo que creamos. Soy muy respetuoso de las opiniones de mis otros compañeros. VAMOS A GANAR. 21 de oct. Código B 83; Anexo III.

Esto demuestra, de alguna manera, que lo que buscaba el candidato al relacionarse con sus seguidores era mostrar un candidato joven, intermediario, alejado de las discusiones del pasado entre derecha e izquierda, alejado de los ataques personales y más enfocado en animar a su gente, alentarlos y guiarlos hacia la victoria, abandonando la vieja escuela de hacer política a través de confrontaciones con sus oponentes. Aprovechó cada espacio de sus interacciones con sus seguidores y posibles electores con un propósito claro: dar a conocer su agenda y motivarlos a la unidad y a la victoria.

5.1.2.4 Palabras más utilizadas por Federico Gutiérrez

En comunicación política y, sobre todo, en época electoral, las palabras que se dicen y la manera en que se dicen tiene mucha relación a la hora de obtener un resultado adverso o satisfactorio; también tiene mucha influencia a la hora de ser asertivos o no con el mensaje para determinada audiencia. Por eso analizaremos cuales fueron esas palabras clave que utilizó el candidato Federico Gutiérrez para comunicarse con sus seguidores en Twitter.

Lo primero que arrojó la investigación es que la palabra más utilizada en su perfil fue ‘Creemos’. Aparece 156 veces en sus publicaciones, sea como orgánico del mensaje, o mediante un hashtag. Esa palabra siempre iba acompañada de un mensaje positivo, nunca lo contrario. Esta palabra fue el eje vertebral del discurso del candidato en el periodo analizado, utilizándola con frecuencia para motivar y esperanzar a sus seguidores, aunque parecía ‘imposible’ ganar la contienda, había una fe que hacía posible creer que se podía lograr.

@FicoGutierrez: De la mano de todos los ciudadanos gobernaremos la ciudad. #CREEMOS #FedericoAlcalde 24 de oct. Código A 193, Anexo I



@FicoGutierrez: No paramos, nuestra motivación es cada sonrisa y abrazo. #CREEMOS y lo haremos bien. #FedericoAlcalde 5 de oct. Código B 78, Anexo I.

Otra palabra muy frecuente en el perfil de Federico Gutiérrez fue ‘Medellín’ (83). Siempre hacía referencia a una ciudad cosmopolita, de ferviente ciudadanía y con identidad propia. Sus publicaciones iban enfocadas a destacar lo mejor de la ciudad y los retos más apremiantes en materia de transporte, educación y seguridad en ese orden de importancia. Otra palabra que tuvo protagonismo en este perfil, fue la de movilidad (95). Recordemos que este fue uno de los temas protagónicos en la agenda del candidato y con frecuencia hacía referencia a ella.

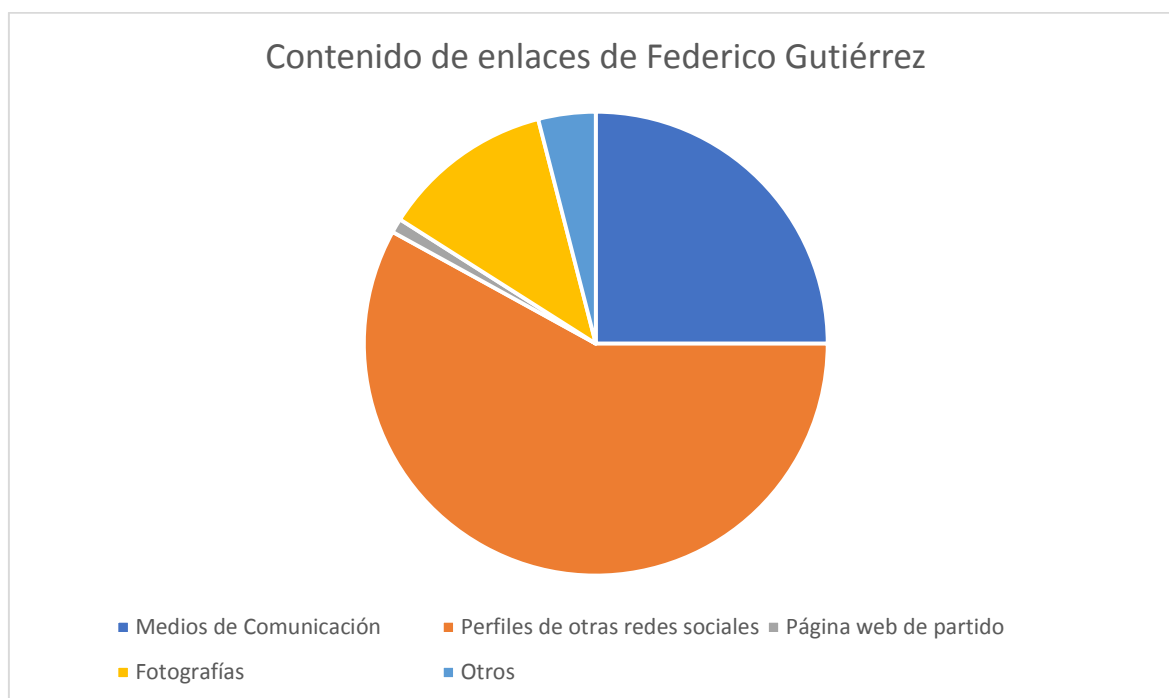
5.1.2.5 Recursos hipertextuales de Federico Gutiérrez para comunicar su mensaje en Twitter

Federico Gutiérrez aprovechó al máximo la interacción con sus seguidores; hasta el punto que el recurso hipertextual que más utilizó para hablar sobre sus programas de gobierno fueron las cuentas de sus mismos seguidores; aprovechaba tuits de esas cuentas para hablar y ampliar sobre su propuesta de gobierno, así como para responder con una palabra de motivación. El 58% de su hipertextualidad correspondía a esta estrategia. Esto evidencia la importancia que el candidato le dio a los comentarios o mensajes de sus seguidores, y los colocó como ejemplo o como plataforma indirecta para poder transmitir su mensaje. Lo siguió la vinculación de enlaces de medios de comunicación (25%), en su mayoría publicaciones de sus entrevistas e informes sobre necesidad de una política ambiental para mejorar la contaminación en la ciudad y mejorar la movilidad en horas pico en Medellín.

Utilizó fotografías en el 12% de sus publicaciones, siendo el candidato que menos recursos gráficos utilizó para dar a conocer su mensaje. Esto se entiende en la medida que la mayoría de sus publicaciones hacían referencia a otras cuentas; o a las respuestas a las consultas de sus seguidores.



Ilustración XV: *Contenido de los enlaces de Federico Gutiérrez*



Fuente: Elaboración propia

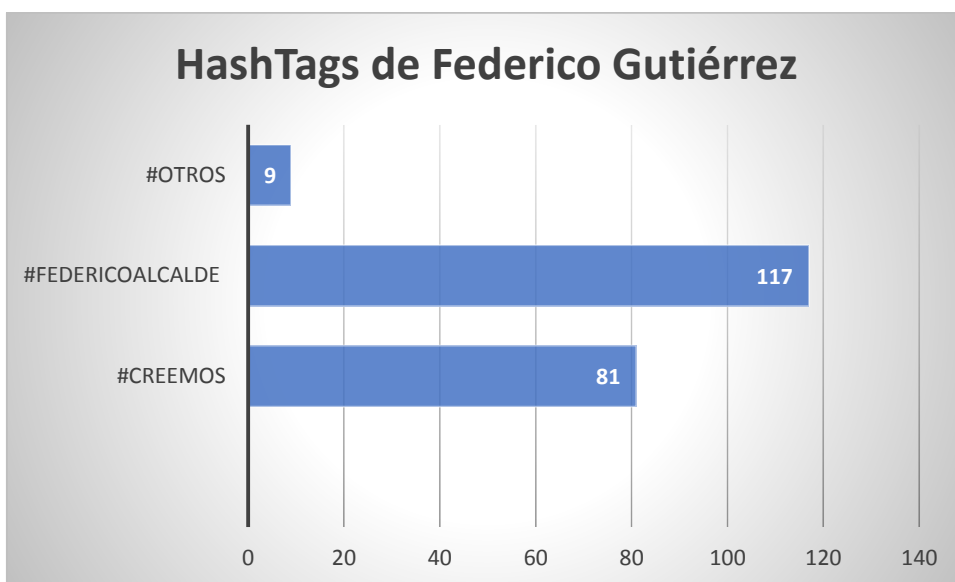
A diferencia de sus competidores, este candidato no hizo mucho énfasis en hipervincular el sitio web de su partido, o movimiento político que lo avaló, Creemos, y es entendible, porque al ser un movimiento tan nuevo, creado el 10 de febrero de 2015 según Registraduría departamental, no tendría mucho sentido cruzar información con una plataforma que no contaba con la trayectoria, la consolidación programática y el peso político que se necesitaba; por eso decidió enfocarse más en visibilizar a las cuentas de sus seguidores, jóvenes en su mayoría, e interactuar con los mismos de una manera dinámica y efectiva.

5.1.2.6 Hashtags más utilizados por F.G

La viralización de los tuits de Federico Gutiérrez estuvo enfocada en hacer mención sólo en dos hashtags, como lo revela la siguiente ilustración. El hashtag más utilizado por este candidato fue #FedericoAlcalde que aparece en 117 publicaciones en el último mes de campaña, seguido de #Creemos con 81 menciones. El candidato, a diferencia de sus competidores sólo hizo énfasis en estos dos hashtags para viralizar su mensaje.



Ilustración XVI: Hashtag en el perfil de Federico Gutiérrez



Fuente: Elaboración propia

Vemos acá que este candidato tiene un enfoque personalista en cuanto a los HT que maneja; por un lado, le da mucha importancia a su nombre y envía un mensaje subliminar a toda la audiencia, porque da por hecho que él será el alcalde de la ciudad de Medellín. También es de resaltar que aprovechó este HT para hacer una secuencia lógica de lo que ha sido su vida, sus luchas, sus logros, sus dificultades, enmarcándose en una especie de Story Telling mediante Twitter. Para algunos expertos en política electoral estos mensajes motivan al elector porque están contando una historia cotidiana, cercana, pero al mismo tiempo determinan un liderazgo genuino. Estas “narrativas” (Laclau, 2014, p. 97) se caracterizan por presentar una secuencia temporal que estructura un principio, un desarrollo y un fin, y por apelar a situaciones sociales concretas y sencillas que se vinculan a una trama familiar de la cultura popular (Armony, 2005), ej.

@FicoGutierrez: Nací en una familia humilde; clase media baja y me ha tocado luchar contra todo; por eso con sol y con lluvia. Nuestro trabajo por Medellín no para #FedericoAlcalde. 28 de sep. Código C 32. Anexo I

@FicoGutierrez: Cuando era más joven me decían que era imposible ganar el concejo, lo logré con esfuerzo; hoy les digo que es posible ganar la alcaldía #FedericoAlcalde. 23 de oct; Código C86. Anexo I.



El otro HT que más utilizó este candidato, hace referencia al movimiento político #Creemos. Siempre sus mensajes impulsaban un cambio, una motivación, un compromiso y una palabra de gratitud. Ese, en definitiva, era el mensaje de este candidato en sus redes, ej.

@FicoGutierrez: 'Hasta el final y a ganar. No ha habido, no hay, ni habrá alianza. #CREEMOS'. 25 de sep. Código C3; Anexo I.

Es importante destacar que el HT #FedericoAlcalde nunca generó una tendencia nacional en el periodo investigado, pero el numeral #Creemos fue tendencia durante cerca de 13 horas, entre el 18 y 19 de octubre de 2015 (Trendinalia Colombia, 2015). Esta fuerza que alcanzó esta palabra se dio en el marco de un recorrido que realizó el candidato por diferentes comunas de Medellín 24 horas seguidas, con el objetivo de hacer un cierre de campaña en las calles. Se recibieron, según la fuente anteriormente citada, alrededor de 63 mil tuits con ese numeral en el tiempo que estuvo la tendencia activa (Trendinalia Colombia, 2015).

5.1.2.7 Información que retuiteaba Federico Gutiérrez

Este candidato es el que más cantidad de retuits presenta en su cuenta. Un 45% de sus publicaciones corresponden a retuits, una cifra alta en comparación de sus contendores. No hay una cuenta sobresaliente para identificar en este apartado, ya que el candidato retuiteaba a todos los que se vinculen al numeral Creemos. Lo que sí se pudo establecer es que la mayoría de perfiles que retuiteaba el candidato Federico, corresponden a jóvenes entre los 17 a 25 años; un público muy cercano a su campaña por su estilo cercano de hacer política y muy vinculado con los temas del candidato: movilidad y medio ambiente.

Hay que hacer énfasis en que este candidato transmitió un mensaje de mayor cercanía con sus seguidores y demostró que se interesaba por las inquietudes de las personas que los interpelaban; también transmitió que quería hacer equipo con la ciudadanía que, en definitiva, era quien lo podía elegir.



5.1.2.8 Consideraciones finales sobre la cuenta de Twitter del candidato Federico Gutiérrez

- ✓ Duplicó sus seguidores en el periodo investigado, muy seguramente, ayudado por la inversión que hizo en redes sociales
- ✓ Sus temas principales de campaña fueron la movilidad, la seguridad y el medio ambiente, en medio de una gran apuesta por recuperar la cultura ciudadana
- ✓ Trataba de involucrar a sus seguidores en sus propuestas; hacerlos partícipes actuantes de la posibilidad de un cambio real de política en la ciudad
- ✓ El público al que le apostaba en sus trinos era al público joven, por eso tenía un lenguaje cercano, amigable, más de amigo que de candidato
- ✓ Tenía como objetivo principal mostrarse como el candidato independiente, sin jefes o partidos políticos, según él, sus únicos jefes eran los ciudadanos
- ✓ En su comunicación le apostaba más a generar emociones, que a hablar con datos técnicos o estadísticos.
- ✓ Trató de no polemizar ni agredir a ninguno de sus competidores; ignoró por completo los ataques que le hacían otros candidatos.
- ✓ Sus publicaciones iban acompañadas de imágenes que mostraban jovialidad, abrazos, saludos, sonrisas. Siempre con vestimenta muy informal
- ✓ Hizo un gran esfuerzo por responder a la mayoría de seguidores que le hacían una pregunta

5.1.3 Análisis del contenido de la cuenta del candidato Gabriel Jaime Rico

Gabriel Jaime Rico es un empresario paisa que ha combinado los negocios con la política. Es Comunicador Social y Periodista de la Universidad de Antioquia. Tiene una especialización en Alta Gerencia de la Universidad Pontificia Bolivariana y una en Gobierno Público de la Universidad de Medellín. También tiene un Máster en Gestión para el Desarrollo Regional y Local de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Entre 1995 y 1997 fue presidente de la JAL (Junta de Acción Comunal) de la Comuna de Belén, en Medellín. Al mismo tiempo fue integrante del Consejo de Competitividad de Antioquia y representante del alcalde de Medellín, el conservador Sergio Naranjo, en el Consejo Metropolitano de Planeación. Luego pasó al Concejo dentro del Progresismo Democrático, el movimiento conservador que dirige Manuel Ramiro Velásquez. Fue concejal



por ese movimiento en dos períodos consecutivos: entre 2001 y 2003, y luego entre 2004 y 2007, cuando obtuvo poco más de 5 mil votos.

Antes de que terminara su periodo, se lanzó a la Alcaldía por el Partido Conservador, pero la polarización entre Alonso Salazar y Luis Pérez anuló la posibilidad de una tercería. Rico sacó solo 16 mil votos. En enero de 2012, Rico llegó a la gerencia de Plaza Mayor, el centro de convenciones y exposiciones de Medellín, gracias al apoyo del alcalde Aníbal Gaviria. En la junta directiva, que eligió a Rico, además de la Alcaldía están la Cámara de Comercio de Medellín, la Gobernación de Antioquia y la Federación Nacional de Cafeteros.

En octubre de 2014 renunció a ese cargo para aspirar a la Alcaldía de Medellín y en enero de 2015 empezó a recolectar firmas para ese fin. Eso le permitió a Rico no depender del aval de un partido y evitar que se repita lo ocurrido en 2011. Además de haber conseguido 100 mil firmas para su aval, se convirtió en el candidato de tres partidos políticos tradicionales en Colombia: El Partido Conservador, El Partido Cambio Radical y El Partido de la U.

Entre sus principales propuestas para llegar a la Alcaldía de Medellín se destacan las siguientes:

1. **BUEN TRATO ANIMAL:** Nuestro trabajo es para la gente que es lo más importante y quienes finalmente transforman a Medellín, pero también para sus mascotas, que ya son parte de la familia. Por eso promoveremos infraestructura para nuestras mascotas, clínicas veterinarias y prevención de enfermedades para nuestros animales.
2. **EMPLEO:** Crear un empleo de emergencia para personas entre 18 y 30 años; 31 y 50; y 51 y 70 años. - De las 8 horas laborales, dos serán para estudiar. Queremos que la ciudad se capacite constantemente – Impulsaremos microempresas para mujeres cabezas de hogar o para menores embarazadas – Convenios con la empres privada para reducir impuestos si contratan jóvenes entre 10 y 25 años.
3. **MOVILIDAD E INFRAESTRUCTURA:** Parques del Río, el puente de la Madre Laura y las obras en El Poblado mejorarán la movilidad. Proponemos fortalecer tanto a peatones, con redes camineras con seguridad e iluminación, como a conductores, mediante una mejor infraestructura y fomentando la cultura. - El Poblado tiene 9 lomas que bajan al río por tres partes lo que genera embudo. Hay que construir cinco



puentes más y hay 52 puntos en Medellín donde se pueden hacer intercambios viales.

- Vamos a acabar las fотomultas.

El avatar de su perfil de Twitter estaba compuesto por una foto en primer plano, sonriente, fondo azul celeste, mirada desviada hacia la derecha. El muro estaba compuesto por la misma foto, con un fondo azul más profundo, y muchos girasoles como tapete; luego resaltaba una frase que decía: ‘Más feria de las flores, más Medellín; eso es rico’ ([//twitter.com/RICOGabriel](https://twitter.com/RICOGabriel), 2015). La biografía estaba compuesta por un hashtag: #JuntosPorMedellín, y su correo personal: gabrieljaimerico@gmail.com sin ninguna información adicional (Ver Ilustración, III).

5.1.3.1 Evolución de seguidores y seguidos

Como se puede observar en la próxima tabla, el número de seguidores de Gabriel Jaime Rico al iniciar la muestra era de 57.000 seguidores, y terminó la campaña con 58.200; lo que significa que en el último mes de campaña el candidato sumó 1200 nuevos seguidores. De todos los competidores a la Alcaldía de Medellín, es el que muestra más bajo crecimiento en esta área. El poco crecimiento de seguidores de este candidato se debió, en gran medida, a que no logró vincular su mensaje con un público específico, no hubo una conexión entre mensaje, necesidad y comunidad; tampoco tuvo un eje transversal de mensaje o alguna propuesta que fuera novedosa e incluyente, si no, por el contrario, hablaba de todo un poco, sin prestarle atención o profundizar en algún tema específico.

TABLA XVII: Evolución en número de seguidores y seguidos de Gabriel Jaime Rico				
	Inicio de Campaña	Fin de Campaña	Número de Seguidores Ganados	Promedio de Seguidores ganados
Nº de Seguidores	57000	58200	1200	40
Nº de Seguidos	4556	2654	-1902	

Fuente: Elaboración propia

Otra explicación a su poco crecimiento de seguidores tiene que ver con la poca periodicidad con la que hacía sus publicaciones; mientras sus competidores publicaban hasta 15 o 20 veces al día, este candidato sólo utilizaba su Twitter unas 3 o 4 veces durante la jornada. También fue ‘víctima’ de la polarización que se generó el último mes de campaña en la ciudad de



Medellín, donde un porcentaje alto del electorado apoyaba al candidato uribista y otro porcentaje alto (el antiuribista) apoyaba al candidato independiente avalado por el movimiento Creemos. Esta situación, unida a su poca presencia en redes, causó el desinterés del electorado por seguir esta cuenta.

Con respecto a la cantidad de perfiles seguidos, Gabriel Jaime Rico decreció o dejó de seguir a 1902 perfiles en el último mes de campaña, al pasar de 4556 al iniciar la muestra y terminar con 2654. Es un caso anormal en las cuentas de los candidatos que generalmente aumentan seguidos, o en su defecto conservan los que tienen en este periodo electoral, pero no fue el caso del candidato Rico. Esta actitud, muestra el poco interés del candidato por acercarse al posible electorado, tener una relación más directa con sus seguidores y hacer trabajo de persuasión con los mismos. Dejar de seguir una cuenta aleja, de alguna manera, la interactividad y la cercanía con la cuenta que recibió el *unfollow* (dejar de seguir).

El número tan alto de cuentas ‘dejadas de seguir’ por el candidato también llama la atención, porque fueron cerca de dos mil perfiles los que decreció el candidato y la interpretación que se le da a este hecho, es que pudo hacer parte de una estrategia de crecimiento de seguidores. Muchas veces algunos personajes públicos desean crecer sus seguidores en Twitter, entonces siguen descontroladamente muchas cuentas, para que estas a su vez los sigan a ellos, y una vez que se logra ese objetivo, la cuenta que inició este ejercicio deja de seguir a todos los perfiles que en su momento siguió. Es una vieja práctica, sancionada por quienes conocen de formación de audiencias y crecimiento orgánico de seguidores, pero que aún es muy utilizada por algunos personajes públicos.

5.1.3.2 Tipología de los tuits de Gabriel Jaime Rico

En el último mes de campaña se registraron 142 tuits de Gabriel Jaime Rico y 128 retuits. Con un promedio de cinco trinos por día. Los horarios donde más frecuencia de tuits tenía era en horas de la tarde, entre las 5:00 y las 7:00 P.M. Utilizaba el Twitter para expresar su descontento con algunos temas de ciudad, para felicitar a su entorno cercano y para compartir algunas de sus propuestas de campaña, siendo este tipo de tuit el más recurrente en su perfil,



alcanzando 60 menciones en el periodo investigado. Entre sus propuestas principales se destacan dos, que fueron las más comentadas y compartidas en sus redes sociales; la primera tiene que ver con quitar las fotomultas para los conductores, teniendo en cuenta, según la Secretaría de Tránsito, que existen 40 cámaras de fotodetección en la ciudad de Medellín que rotan en 70 puntos cardinales de la ciudad y funcionan desde las 5:00 AM, hasta las 10:00 PM (Secretaría, T y T; 2018). Cada una de las cámaras proporcionan alrededor 50 comparendos por minuto, lo que afecta a gran parte de los conductores de Medellín, ej.

@RicoGabriel: 'No más fotomultas, en Medellín es un negocio. Debemos implementar un programa de cultura de movilidad #RicoAlcalde' 3 de oct. Código B62; Anexo I.

@RicoGabriel: 'En mi Gobierno vamos a desmontar las fotomultas, son un negocio de privados que perjudica a la población #RicoAlcalde' 7 de oct. Código B 96, Anexo I

La segunda propuesta que más aparece en la cuenta del candidato, es la relacionada con la protección a los animales y medio ambiente. Para este candidato mejorar, cuidar, conservar y proteger a los animales era prioridad, por eso proponía crear entornos protectores para mejorar la calidad de vida de las mascotas, así como hacer campañas pedagógicas para conservar los recursos naturales y las fuentes hídricas lejos de la contaminación a la que se exponen. Según el mismo candidato, desde siempre ha sido un gran defensor de los animales y tiene varias mascotas en su domicilio, ej:

@RicoGabriel: 'Queremos dotar los espacios públicos de programas e infraestructuras que promuevan la salud animal. #RicoAlcalde.' 6 de oct. Código B 87; Anexo I.

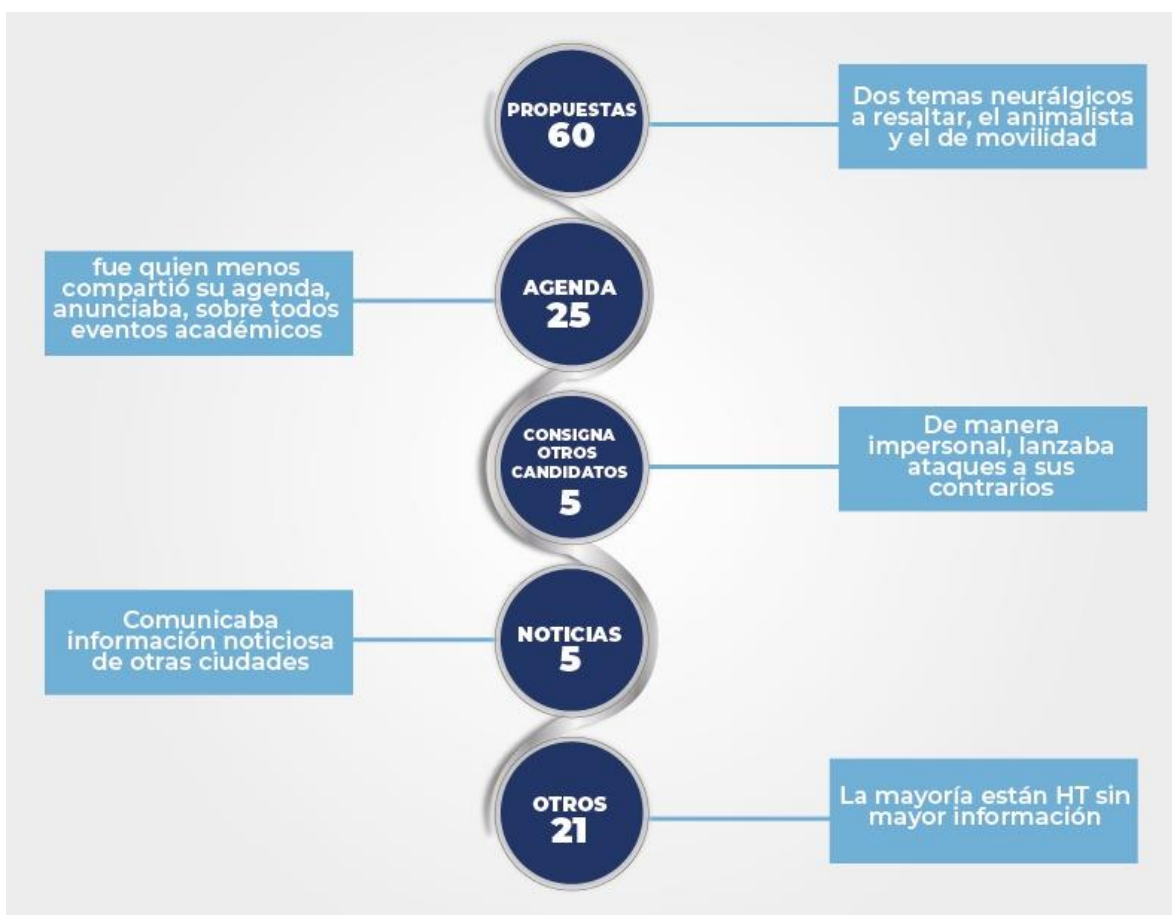
@RicoGabriel: 'Tendremos un programa de quebradas para el hábitat saludable. Allí también hay fauna que proteger #RicoAlcalde' 7 de oct. Código B 94; Anexo I.

Estos eran los temas principales de sus tuis con propuestas, pero también se encontraban otras relacionadas con la seguridad, mejorar el empleo juvenil e invertir más recursos en mejorar la calidad de la educación en la ciudad. Adicional proponía crear plazas de mercado en las comunas y darle protagonismo al adulto mayor, deseaba ampliar la Feria de las Flores de 7 a



12 días. Este candidato no parecía apostarle a un público específico, so ni, conquistar a toda la población flotante que no se inscribiera en el parámetro de uribismo o antiuribismo. Quería ser el candidato del centro, donde confluyeran muchas fuerzas políticas, pero sin un matiz programático definido.

Ilustración XVII: Tipología de tuits de G.J.R



Fuente: Elaboración propia

Un poco menos frecuente eran los tuits de agenda que alcanzaron 25 menciones en el periodo investigado. No era un candidato que publicara su agenda con periodicidad y sólo lo hacía cuando tenía eventos públicos que involucraran la presencia de los otros candidatos; así como recorridos por empresas amigas, ej:

@RicoGabriel: 'Desde las 8:30 p.m estaremos en el debate de @Teleantioquia compartiendo nuestra visión de ciudad. #RicoAlcalde' 5 de oct. Código B 73; Anexo I.



No era un candidato que utilizara mucho las redes sociales para hablar o hacer mención sobre otros candidatos, sólo en 5 ocasiones se refirió a ellos en el marco de un debate y con la plena intención de atacar y desprestigiar a sus oponentes. Este debate se realizó el 12 de octubre en el auditorio de la Universidad de Medellín, y el candidato presentó algunas pruebas sobre posibles actos de corrupción del candidato Vélez Uribe, cuando era Senador de la República. También advirtió que era un ‘títere’ de Álvaro Uribe Vélez. Ante estas acusaciones, el candidato uribista no contraatacó, si no que llamó a todo a ocuparse de las propuestas y hacer un debate de fondo sobre las problemáticas de la ciudad. Algunos analistas piensan que esta reacción del candidato Gabriel Jaime, obedecía a la necesidad de generar controversia y tratar de conquistar el sector antiuribista de la ciudad, que ya se estaba acomodando en la campaña de su contendor Federico Gutiérrez.

Con respecto a otro tipo de tuit, eran frecuentes los de agradecimiento con un total de 17 menciones. Este candidato inculcaba en sus seguidores la posibilidad de ganar con una votación histórica, compuesta por la maquinaria política que, según él, tenía los partidos que lo avalaron (La U. Cambio Radical, Conservador) (Corrales, 2015). Un dato que llama la atención es que el candidato nunca publicó tuits donde vinculara los partidos Liberal y Conservador que lo habían avalado, sólo hizo mención en repetidas ocasiones al Partido de la U.

5.1.3.3 Cantidad de preguntas recibidas y respuestas realizadas

	Número
Preguntas recibidas	241
Preguntas con respuesta	114
Preguntas sin respuesta	127

Fuente: Elaboración personal

El perfil de Gabriel Jaime Rico recibió un total de 241 preguntas en el último mes de campaña; de esas respondió 114 y dejó sin responder 127, siendo el candidato con menos respuestas e interacción con sus seguidores. En cuanto a las preguntas que le formulaban a



este candidato en gran medida iban orientadas a conocer un poco más sobre sus propuestas de campaña y sobre cómo financiar las mismas, ej.

Pregunta Ronaldo Negrete, @NegreteRonaldo: ¿Qué vale pagar el seguro de las fotomultas para poder quitarlas? ¿Ya pensó en eso? 14 de oct. Código C17; Anexo III.

Pregunta Diego Arcila, @ArcilaDiego: Cómo va hacer para reformar la Feria de Ganado si no hay espacio para crecerla más? 21 de oct. Código C 44; Anexo III.

El gran volumen de las preguntas apuntaba a una información más técnica de parte del candidato, pero muchas de esas preguntas quedaron sin respuesta, como lo detalla el anexo III.

En varias ocasiones los seguidores manifestaron descontento por no recibir respuestas a sus inquietudes, pero no se evidencia un interés claro por parte del candidato de interactuar constantemente con sus seguidores, de hecho, en ocasiones se evidenció una falta de atención a la hora de redactar sus respuestas y posiblemente no llenó las expectativas de su interlocutor, ej.

Pregunta Luis Fernando Marulanda, @Ramefiul: @RicoGabriel cómo impactar de la mejor manera los corredores viales de Medellín sin que se afecte el espacio público? 21 de oct, Código C47, anexo III.

Respuesta Gabriel Jaime Rico, @RicoGabriel: Hombre Luis, Medellín es de todos y todos debemos cuidarla. #MásMedellín 22 de oct. Código C47; Anexo III.

Conviene precisar que no todas las respuestas del candidato tuvieron desconexión con las preguntas de sus seguidores, hubo varias interacciones que se desarrollaron de una manera equilibrada dando respuesta asertiva a las consultas realizadas. A propósito de las respuestas, se caracterizaban por ser cercanas, siempre respondía con el nombre de la persona que consultaba y trataba de tú a tú a las personas que respondía. También tenía como característica colocar algunos emojis en sus respuestas, y fue el único de los candidatos analizados que lo hacía.



5.1.3.4 Palabras más utilizadas por Gabriel Jaime Rico

La palabra más utilizada por el candidato fue ‘más’ con un total de 52 apariciones en sus tuits. Esta era la palabra que aparecía en todas las publicaciones de campaña, acompañado de otro sustantivo, por ejemplo: más Medellín, más educación, más seguridad, más Feria de Flores, es la principal en este perfil. Durante la campaña este candidato recibió varias críticas por diferentes sectores sociales porque, según ellos, no tenía un norte claro su campaña ya que había cambiado de slogan en por lo menos tres ocasiones (Corrales, 2016). El primer slogan que aparece en campaña es ‘Por Medellín’, luego cambia a ‘Eso es Rico’ y termina la campaña con ‘Más Medellín’; y es en este último slogan donde se centra toda la campaña comunicacional de este candidato en la recta final de la contienda. Es por eso que es muy recurrente ver la palabra ‘más’ en gran parte de los trinos del candidato en su cuenta de Twitter, ej.

@RicoGabriel: ‘Cada día estamos más fuertes, aumenta nuestro apoyo político y ciudadano. #RicoAlcalde.’ 30 de sep. Código B40, Anexo I.

@RicoGabriel: ‘Vamos a construir una ciudad más próspera y con más oportunidades. En equipo lo lograremos. #RicoAlcalde #MásMedellín’ 27 de sep. Código B27 Anexo I.

Ilustración XVIII: Nube de palabras de Gabriel Jaime Rico



Fuente: Elaboración propia



Es así que la palabra ‘más’ transversaliza todo el mensaje de este candidato e involucra en su mensaje un sentimiento de esperanza o de ambición, al incitar a sus posibles electores a ir por más, ‘más empleo’, ‘más educación’, ‘más seguridad’.

Tal cual lo detalla la nube de palabras, las otras dos palabras que Gabriel Jaime Rico utiliza en sus trinos son la palabra ‘apoyo’ (48) y ‘compromiso’ (45). Ambas palabras tienen una connotación positiva, porque crean la idea de que el candidato se va a comprometer con la ciudadanía, si llega a ser alcalde, a brindar todo el apoyo para sacar muchos retos adelante. Son palabras elocuentes pero que, sin lugar a dudas, caen en lugares comunes de la política electoral, teniendo en cuenta que en la mayoría de campañas políticas hablan de apoyo y compromiso es casi todo el proceso, ese es el mensaje en sí mismo, porque el candidato tiende a comprometerse con una comunidad para brindar apoyo a sus necesidades; entonces, utilizar estas palabras no genera un mensaje novedoso a la hora de conquistar nuevos adeptos a su cuenta de Twitter, ej.

@RicoGabriel: ‘#EsoEsRico Los comunales nos expresan su apoyo y compromiso, para trabajar juntos por el futuro de nuestros barrios.’ 28 de sep. Código B 29; anexo I.

@RicoGabriel: Aquí seguimos por Más Medellín! Gracias por el gran apoyo de esta noche. 1 de oct. Código 43; Anexo I.

En definitiva, el candidato utiliza en su red social, palabras convencionales, cercanas, motivadoras y que buscan generar confianza y empatía con sus seguidores, pero no utilizadas palabras novedosas o que llamen mucho la atención o que generen un sello diferencial.

5.1.3.5 Recursos hipertextuales de G.J.R para comunicar su mensaje en Twitter

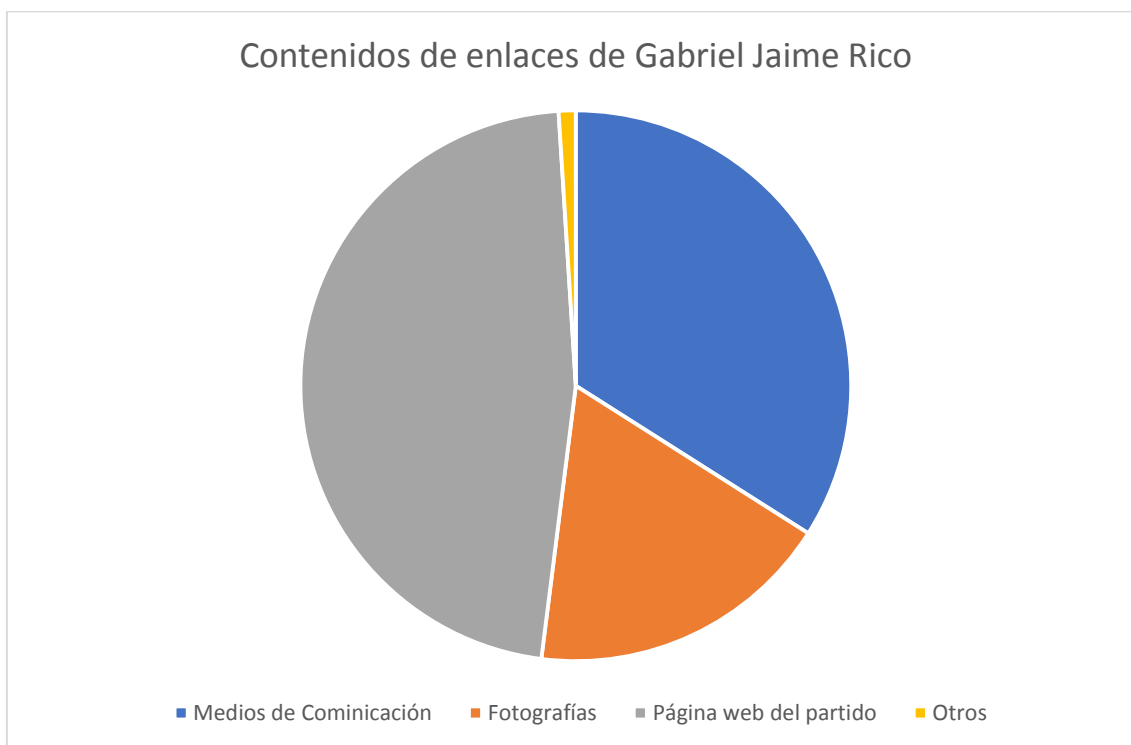
El candidato utilizó tres recursos claros para acompañar sus tuits; el primero fue el sitio web de su partido; recordemos que este candidato fue avalado por tres partidos, pero llama la atención que sólo posteaba artículos o hacía referencia al sitio web de uno: El partido de la U (<http://www.partidodelau.com/>), muy pocas veces hacía mención a los otros dos partidos.



Algunos analistas creen que no lo hacía, porque los partidos tradicionales tenían poca aceptación ciudadana y generaban rechazo en la mayoría de la población (Lujan, 2017). Otro recurso muy utilizado en el perfil del candidato eran los links de diferentes medios de comunicación (38%), así como revistas de actualidad y cultura. Apoyaba sus propuestas con información clave sacada de archivos digitales y notas periodísticas. Era una forma de ‘comprobar’ que su información era de valor y estaba sustentada por otras personas o académicos, ej.

@RicoGabriel: ‘#EsoEsRico Les comparto la nota de @ElColombiano sobre nuestro programa de gobierno y la visión que tenemos de ciudad: <http://ow.ly/T83BM>’. 2 de oct. Código B 52; Anexo I.

Ilustración XIX: Enlaces de G.J.R



Fuente: Elaboración propia

Y el tercer recurso que utiliza con frecuencia, como lo muestra el gráfico, eran las fotografías del candidato, que en su gran mayoría eran planos generales de él saludando a la ciudadanía o rodeado de muchas personas. Siempre en sus imágenes mostraba un candidato cercano, sonriente y asequible. Era característico en estas fotografías ir vestido con camisa



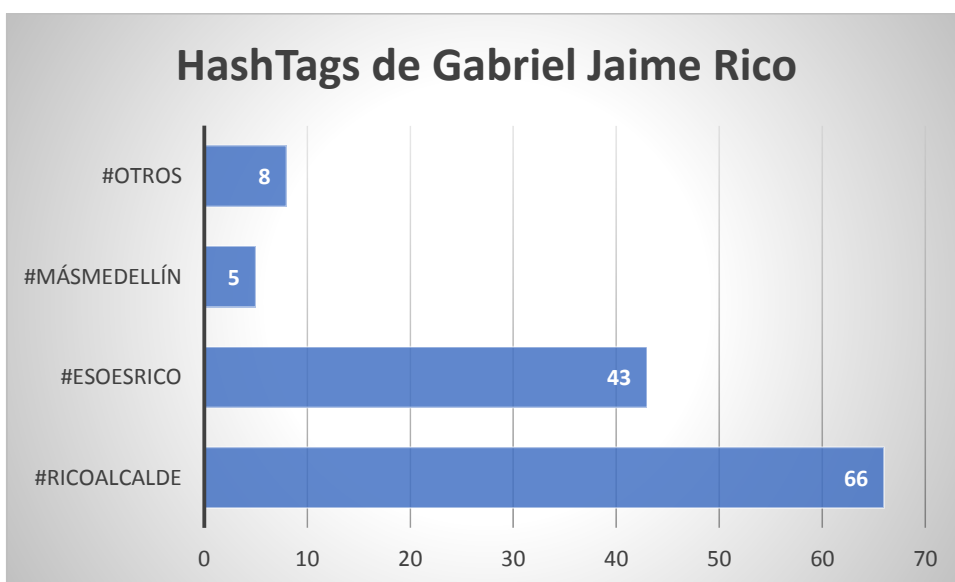
blanca y jean azul; y hacer algunos gestos con las manos, como estirar el dedo pulgar hacia arriba como signo de aprobación, a su vez les pedía a las personas que lo acompañaban en su imagen que también realizaran el mismo gesto. Se puede decir que no se encontró mucha riqueza informativa en los vínculos que el candadito propuso, más allá de complementariedad de su programa de gobierno y algunas posturas sobre temas generales que el candidato hacía en algún reportaje.

5.1.3.6 Hashtags más utilizados

El hashtag más utilizado en el perfil del Gabriel Jaime Rico era #RicoAlcalde con un total de 66 menciones, seguido de #EsoEsRico un hashtag más utilizado a inicios de campaña para inducir a una aprobación de los mensajes que posteaba; por último #MásMedellín con 5 menciones, tal cual lo detalla la siguiente ilustración, ej.

@RicoGabriel: 'Los comerciantes de la Plaza Minorista me reciben con un #RicoAlcalde. Cada vez son más los que nos apoyan.' 2 de oct. Código A 56, Anexo I.

Ilustración XX: Hashtag de G.J.R



Fuente: Elaboración propia



A diferencia de sus competidores, este candidato no parece estar muy interesado en viralizar sus publicaciones y de entrar en el debate con sus seguidores en esta red social. En el periodo analizado, este candidato y los HT que publicaba en Twitter, no alcanzó a ser ninguna tendencia local ni nacional. En total se recibieron, de parte de todos los seguidores un total de 183 trinos con el HT #RicoAlclade.

5.1.3.7 Información que retuiteaba Gabriel Jaime Rico

Este candidato se caracterizó por tener una línea muy apolítica a la hora de dar retuit a las publicaciones, porque la mayoría de retuit que ofrecía eran a cuentas extranjeras o de medios de comunicación que no tenía mucha injerencia en la ciudad de Medellín. Buscaba más que réditos políticos, por eso las cuentas que retuiteaba se convertían en una especie de validador, así fueran perfiles de otras ciudades o países.

Una de las críticas que los seguidores de los otros candidatos le hacían, era que no estaba sintonizado con la realidad y las problemáticas de Medellín, toda vez que citaba información sobre políticas públicas de otras ciudades, sin que pudieran ser aplicables en realidad en la ciudad de Medellín.

5.1.3.8 Consideraciones finales sobre la cuenta de Twitter del candidato Gabriel J. Rico

- ✓ El candidato tiene poco crecimiento de seguidores, y pocas interacciones, pese a que tiene propuestas populares como la eliminación de cámaras de fotomultas
- ✓ Los contenidos que más repercusión tuvieron en su cuenta de Twitter fueron las relacionadas con movilidad
- ✓ Utiliza un lenguaje fresco y cercano a la hora de comunicarse con sus seguidores, se preocupa por decirle a todos por su nombre
- ✓ Su campaña tuvo un punto de quiebre, tras el debate de la Universidad de Medellín donde decidió atacar de manera frontal al candidato del Centro Democrático
- ✓ No logró conectar mucho su mensaje con el posible electorado que se encontraba en las redes sociales.
- ✓ Fue criticado por cambiar en varias ocasiones de imagen de campaña, slogan de campaña, porque parecía que no tenía una estrategia clara y definida, o no la sabía comunicar de la menor manera



5.2 Análisis cruzado sobre cuentas de candidatos a la Alcaldía de Medellín

El objetivo en esta segunda parte del análisis de contenido de las redes sociales de los candidatos a la Alcaldía de Medellín 2015, es poder hacer un ejercicio comparativo de tipo cualitativo, a partir de varias tablas de análisis cruzado, de cómo fue la comunicación de los candidatos investigados con sus seguidores y cuáles fueron las diferencias más marcadas entre uno y otro candidato. Esto nos posibilitará tener, más adelante, conclusiones más precisas sobre el objeto investigado.

5.2.1 Cantidad de Tuits por candidato

Quien más tuits tuvo de los tres candidatos analizados fue Juan Carlos Vélez, con un promedio de 12.8 tuits diarios, seguido de Federico Gutiérrez con un promedio de 9.1 publicaciones al día y finaliza Gabriel Jaime Rico quien sólo realizó un promedio de 4,7 tuits diarios, tal como lo evidencia la tabla a continuación.

Tabla XIX: Comparativa de número de tuits por candidato antes y después de elecciones

MUESTRA COMPARATIVA DE TUIITS				
CANDIDATO	TP	TPD	TDP	PTDP
Juan Carlos Vélez	385	12.8	19	6.3
Federico Gutiérrez	275	9.1	57	11.4
Gabriel Jaime Rico	142	4.7	7	1.1
TOTAL	802	8,6	73	6.3

Fuente: Realización personal.

NOTA: **TP:** Tuits totales durante periodo analizado **TPD:** Promedio de tuits por días durante periodo analizado **TDP:** Tuits durante los cinco días posteriores a las elecciones **PTDP:** Promedio de tuits por día durante los cinco días posteriores a las elecciones.

Es importante resaltar que todos los candidatos eran ayudados por un equipo de comunicaciones para gestionar sus redes sociales. No se quiere decir con esto, que los candidatos no eran quienes escribían o quienes generaban el contenido, sino que, adicional a ellos, había otras personas que ayudaban a dinamizar el contenido en redes sociales. Si bien todas las cuentas estaban verificadas con el nombre de cada candidato y mostraban, paso a paso, su agenda y sus ejes programáticos, en algunas oportunidades se puede evidenciar la



gestión de todo un equipo de comunicaciones detrás, organizando y complementando el contenido.

Se puede decir que hubo un crecimiento significativo en las tres cuentas investigadas en la medida que se iba acercando el día de las elecciones. Tres semanas atrás, ya existía un movimiento periódico de las redes, pero en la última semana se incrementaron las frecuencias de los trinos en todas las cuentas, teniendo mucho mayor volumen la cuenta del candidato Juan Carlos Vélez, con un promedio de 20 trinos por día, y la que menos se movió fue la de Gabriel Jaime Rico, con un promedio de 9 trinos esa última semana. El candidato más regular en cuestión de frecuencia de tuits, fue Federico Gutiérrez, quien desde inicio de la investigación publicaba alrededor de 11 trinos diarios, y en la última semana tuvo un promedio de 14 trinos diarios.

Más allá de la cantidad de trinos, es interesante conocer la calidad de los mismos en cuanto a su redacción, aprovechamiento de mensaje y síntesis. En este caso se identificó que la cuenta que menos errores ortográficos tuvo y de redacción, fue la cuenta del candidato Vélez Uribe, candidato del Centro Democrático; había mucha rigurosidad en sus trinos y lograba desarrollar una idea clara en los mismos; así como la capacidad de exponer y argumentar algunas ideas en 140 caracteres. La cuenta del candidato Federico Gutiérrez, si bien no presenta errores ortográficos notorios, sí utiliza muchas palabras ‘parlache’ como ‘parcerito’, ‘parchémonos’ que son muy utilizadas en la jerga juvenil paisa; esas palabras, si bien no se suscriben como errores ortográficos, no hacen parte de la Real Academia de la Lengua. La cuenta del candidato por coalición Gabriel J. Rico, es la cuenta que presenta más errores de redacción y ortográficos de los tres; así como errores de interpretación y respuesta a algunas preguntas (Ver anexo III).

La investigación también revela que los 5 días posteriores a las elecciones Juan Carlos Vélez Urbe baja el promedio de tuits a la mitad, pasando de 12.8 a 6.3 publicaciones por día; mientras que Federico Gutiérrez, ya alcalde electo, registra un leve aumento pasando de 9.1 a 11.4 publicaciones diarios y Gabriel Jaime Rico sólo registra 1.1 tuits en promedio por día tras haber sacado la tercera votación a la Alcaldía de Medellín. Pero ¿Cuánto es el número ideal de trinos diarios en las cuentas de un candidato político? La respuesta no es exacta, porque depende de qué tanta información de valor tenga el candidato para comunicar y cuál



sea su público, pero lo que sí se puede decir, es que es fundamental que el candidato tenga un equilibrio entre periodicidad y contenido. Que no exagere en la cantidad de trinos que pueda incomodar a la audiencia, pero que tampoco pierda terreno a la hora de expresar sus ideas o transmitir sus propuestas electorales.

5.2.2 Preguntas y respuestas de los candidatos

Con respecto a la interacción que tuvieron los candidatos analizados en esta investigación, se evidencia que Federico Gutiérrez fue quien más consultas recibió a lo largo del periodo con un total de 778, de igual modo también fue el candidato que más respuestas ofreció a sus seguidores, 668 en total, lo que representa un total de 85.8% de respuesta, la cifra más alta encontrada en la investigación. Es preciso anotar en este apartado otro fenómeno que sucedió con la cuenta del candidato Federico Gutiérrez y es que duplicó la cantidad de seguidores desde que se inició la muestra, pasando de 35.100 a 72.100; un dato no menor, ya que evidencia el interés con el que la ciudadanía tuvo frente a este candidato, y el gran reto que tuvo él mismo en abordar esta responsabilidad.

Este crecimiento exponencial, se debe, en gran medida, a la estrategia del candidato de mostrarse cercano, darle importancia a sus seguidores respondiendo sus preguntas y sincronizando su estrategia digital con la estrategia de tierra, ya que en la publicidad impresa siempre colocaba la dirección de sus redes sociales. Cosa diferente hicieron los otros candidatos quienes claramente tenían dos estrategias diferente a la hora de interactuar con sus electores.

Tabla XX: Comparativo de preguntas y respuesta de candidatos

CANDIDATO	PREGUNTAS RECIBIDAS	RESPUESTAS RECIBIDAS	PREGUNTAS SIN RESPUESTAS
Juan Carlos Vélez	354	101	253
Federico Gutiérrez	778	663	145
Gabriel Jaime Rico	241	114	127

Fuente: Elaboración propia

El segundo candidato que más respuestas ofreció a sus seguidores fue Gabriel Jaime Rico quien tuvo un total de 241 consultas, de esas respondió 114, lo que representa un 59.7% de



cantidad de respuestas. Hay algo particular en la forma de responder de este candidato y es que siempre utilizaba un hashtag que complementaba la respuesta; el más sobresaliente fue #EsoEsRico con un 93% de apariciones.

En el último lugar de cantidad de interacción con sus seguidores fue Juan Carlos Vélez, quien recibió en total 356 preguntas y respondió 101, alcanzando un 28,3 % de nivel de respuesta. La mayoría de preguntas de ese candidato iban orientadas a que explicara cómo iba a desarrollar su estrategia para recuperar la seguridad en la ciudad de Medellín. De ese tema, el nivel de respuestas fue de 87%, lo que significa que se enfocó en ampliar su eje programático a través de las respuestas e interacciones con sus seguidores sobre este tema y no les dio mucha importancia a otros temas como la salud y la educación; por lo menos la investigación revela que no ofreció las respuestas correspondientes a esos temas de campaña.

Estos datos evidencian dos datos claves: Por un lado, fue el candidato Federico Gutiérrez el que mejor utilidad le dio a la interacción con sus seguidores en la red social Twitter. Le apostó a mostrar y tener cercanía con sus seguidores, a tener control sobre la comunicación entre ellos, los trató de iguales y les demostró importancia, eso, de alguna manera, ayudó a que se fortaleciera la imagen de un candidato joven, amigable, cercano. Por otro lado, queda claro que el candidato del Centro Democrático, Vélez Uribe, no pudo conectar con la audiencia en redes sociales. Se le dificultó acercarse al electorado por ese canal, evadía respuestas y cuando respondía se mostraba distante y frío, lo que en redes sociales aísla e incomoda. Su mayor dificultad fue cautivar la audiencia juvenil ya que sus propuestas, su vocabulario y su comportamiento en la red social, mostraban a un político curtido, pero anclado en las dinámicas y posturas del pasado.

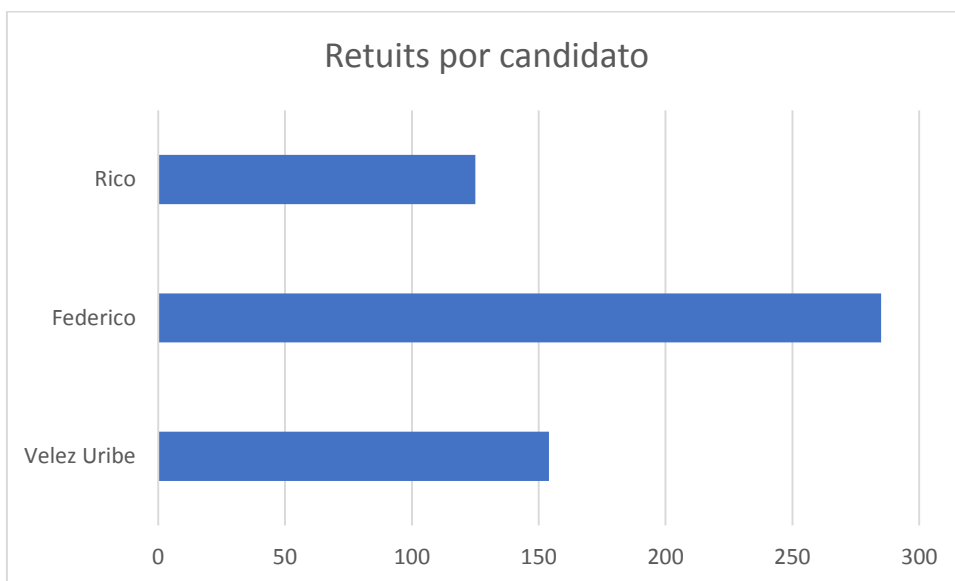
Con respecto al contenido y la efectividad de las respuestas, el candidato de Creemos fue el más asertivo a consideración del investigador, ya que tenía un equilibrio entre el mensaje, el lenguaje y el contenido de la respuesta. Adicional, era un candidato que buscaba llegar a las emociones de sus seguidores y de transmitir un mensaje de mucha esperanza. El Candidato Gabriel Jaime Rico fue el candidato que menos asertividad tuvo en sus respuestas, abriendo un espacio para a incertidumbre de sus seguidores al recibir una respuesta distinta a la pregunta formulada; aunque tuvo normas básicas de respuesta al utilizar siempre el nombre de su interlocutor lo que acerca y genera vinculación en la comunicación.



5.2.3 Cantidad de retuits de los candidatos

En cuanto a la cantidad de publicaciones compartidas en las cuentas de los candidatos de otros seguidores fue de 564 tal cual lo muestra el gráfico. De esas, quien más retuiteaba en su cuenta era Federico Gutiérrez, que tuvo un total de 285 retuits, lo que evidencia que se preocupó por compartir la información de otras personas y no sólo la suya. Juan Carlos Vélez realizó 154 retuit, mientras que Gabriel Jaime Rico sólo lo hizo 125 veces. No hay mucha diferencia en la cantidad de retuits de los dos últimos candidatos mencionados, aunque sí de contenido; mientras que Gabriel Jaime Rico retuiteaba a seguidores y militantes de los partidos que lo avalaban; Juan Carlos Vélez retuiteaba a los congresistas de Centro Democrático y diferentes medios de comunicación que lo daban como virtual ganador. Por su parte el candidato Federico Gutiérrez retuiteaba mucho contenido que publicaban sus seguidores de su campaña, mucho de ellos hipervinculados por el HT #Creemos. Trataba de visibilizar mucho su apoyo a través de redes, y mostrar que día a día, su movimiento iba creciendo.

Ilustración XXI: Comparativo de retuits de los candidatos



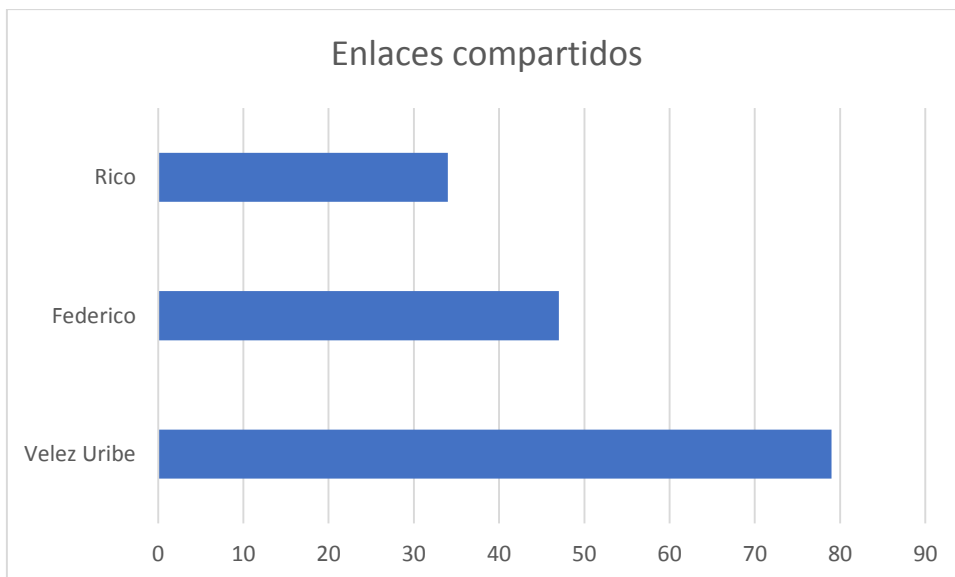
Fuente: Elaboración propia



5.2.4 Nivel de hipertextualidad de los candidatos

Según el siguiente cuadro queda claro que todos los candaditos utilizaron, por lo menos una vez, un link de un sitio web, un video o una foto para acompañar sus mensajes.

Ilustración XXII: Comparativo de enlaces compartidos



Fuente: Elaboración propia

De los candidatos analizados, el que más nivel de hipertextualidad tuvo fue Juan Carlos Vélez Uribe con 79 % de sus trinos acompañados de links tanto de su sitio web como el de su partido; así como trinos acompañados de videos tanto de su quehacer político como varios spots publicitarios. También era frecuente ver sus publicaciones, acompañada de álbumes de fotos que daban cuenta de su accionar en campaña; en la mayoría de imágenes aparecía él, hablando, dirigiendo, haciendo. No se evidencia mucha cercanía de este candidato con el público en las fotos, se ve, eso sí, al candidato empoderado con mucha comunidad siempre atrás de él.

Federico Gutiérrez por su parte acompañó el 49% de sus publicaciones con enlaces y videos que complementaban la información a sus seguidores. Más del 50% de sus publicaciones sólo contenían texto. Es de resaltar que este candidato, a diferencia del candidato uribista, sí mostraba mucha empatía con la ciudadanía en sus imágenes. Se mostraba cercano, de jeans y tenis, como cualquier ciudadano, sonriente, abrazador, asequible, de hecho, se viralizó una imagen donde él aparecía sosteniendo a un niño de raza negra, ambos mirando al horizonte,



con una leve sonrisa en sus labios; ambos con camisa color azul celeste, y el candidato con unas manillas en sus manos revelando la informalidad de su personalidad y el compromiso con su campaña. (Ver anexo IV). Como ésta, fueron muchas las imágenes y videos que se movían en redes sociales donde se transmitía un mensaje de cercanía del candidato.

Algo parecido trató de hacer el candidato Gabriel Jaime Rico quien tuvo un 34% de publicaciones con algún tipo de hipertextualidad, sobresaliendo las fotos y videos que hacía sobre los recorridos por el territorio. Se mostraba como un candidato jovial, cercano, amable. Sus contenidos con algún tipo de hipertextualidad eran, para sorpresa de muchos, los que menos *engagement* tenían. Se evidenciaba poca o nula interacción de los seguidores del candidato con este tipo de publicaciones. Un fenómeno atípico, porque siempre se tiene la consideración de que las publicaciones con ayudas audiovisuales o con contenido complementario tienen mayor acogida en Twitter, pero no sucedió en la cuenta de este candidato.

5.2.5 Los temas más recurrentes en los candidatos

TABLA XXI: Comparativa de temas tratados por los candidatos en sus tuits

TEMA	Vélez Uribe	Federico	Rico	TOTAL
Administración Pública	12	7	4	23
Medellín	105	107	42	255
Seguridad ciudadana	93	30	8	131
Mejoramiento de salud	9	13	4	26
Apoyo a los jóvenes	8	19	7	30
Educación	35	18	26	79
Movilidad y transporte público	6	3	0	9
Empleo	13	6	11	30

Fuente: Elaboración personal

Según el cuadro anterior, el tema favorito de los candidatos en sus redes fue Medellín que tuvo 255 menciones. No sorprende que éste haya sido el tema base de discusión de toda la campaña, ya que lo que estaba en juego era, precisamente, ser la primera autoridad de esa ciudad. Lo que sí se diferencia un poco fue el enfoque que cada candidato le dio al tema de Medellín; mientras Juan Carlos Vélez utilizó la palabra Medellín en muchos de sus trinos



para referirse a la inseguridad actual y a la comandancia militar que él tendría de ser elegido alcalde, Federico Gutiérrez utilizó la palabra Medellín para hablar de temas sociales, de inclusión y participación comunitaria. Hizo referencia a la ciudad para motivar a su gente y convencerlos que en equipo se iba a construir una ciudad para todos los medellinenses; Gabriel Jaime Rico por su lado, utilizó la palabra Medellín para evidenciar las ventajas competitivas que tenía la ciudad en materia de turismo y negocios, con grandes ferias textiles. Queda claro que la estrategia del discurso del miedo (Vélez Uribe), no tuvo la efectividad electoral que sí tuvo la estrategia del discurso de la esperanza encarnada en el candidato Federico. Fueron las ópticas sobre ciudad, las que marcaron un punto de diferenciación entre uno y otro candidato.

El segundo tema más recurrente en las cuentas de Twitter de los candidatos fue el de seguridad ciudadana. Durante la campaña de 2015 el tema de seguridad fue clave, porque según sondeos de opinión, ese era el tema que más preocupaba a los ciudadanos de Medellín (Gallup, 2015 – Ipsos Napoleón Franco 2015), y quien fuera electo alcalde tendría la responsabilidad de recuperar los territorios donde el microtráfico y las bandas delincuenciales estaban imperando (Luján, 2016). Quien más utilizó el tema de seguridad en su cuenta de Twitter fue el candidato del Centro Democrático, Vélez Uribe, con 93 menciones, seguido de Federico Gutiérrez con 30 menciones y por último Gabriel Jaime Rico con 8 menciones. Todos coincidían en que era de vital importancia recuperar la seguridad para que avanzaran otros temas como la educación, el empleo y la recreación. No se encontraron diferencias muy estructurales a la hora de abordar la seguridad en Medellín.

Otros temas importantes dentro de la agenda de los candidatos fueron ‘educación’ con 79 menciones en total, apoyo a la ‘juventud’ y ‘empleo’ con 30 menciones cada uno. Esto evidencia que no hubo un tema coyuntural o novedoso dentro de las campañas, sino que se trataron los temas convencionales que, de alguna manera, se han tratado en las campañas políticas en la ciudad de Medellín. Lo que sí se modificó, fue el enfoque que se le dio a los temas como ‘educación’ y ‘empleo’ con el incremento de las nuevas tecnologías: por ejemplo, el tema de la ‘educación’ estuvo muy vinculado a la creación de la universidad virtual donde se podrían capacitar miles de jóvenes de Medellín, y becas para los mejores



estudiantes de colegios públicos, lo que evidencia que las propuestas evolucionaron y ahora tienen un componente más democratizador

Más allá de la utilización que cada uno de los candidatos les dio a los temas principales de la contienda electoral, resultan ser, en gran medida, los mismos que se utilizaron en campañas anteriores. No hubo un tema novedoso que irrumpiera drásticamente la dinámica programática de las campañas. Pudo ser que quienes se encargaban de hablarle al oído a los candidatos y de manejar su agenda, no vieron propicio abordar otros temas de interés colectivo, si no, que lo más sensato era seguir hablando de los temas tradicionales.

5.2.6 Tipología de tuit por candidato

En la siguiente tabla se puede observar, en comparativa, el tipo de tuit predominante en cada candidato. Si bien en varios hay cierta similitud, en otras tipologías hay diferencias sustanciales. Iniciemos analizando los tipos de tuit que los une, como por ejemplo el de agendas de campaña, donde todos los candidatos comparten gran cantidad de tuits de este tipo, (teniendo como base el total de trinos analizados por candidato, existe un porcentaje muy similar en esta tipología por candidato). Se evidencia un interés de todos por compartir sus actividades cotidianas, por dar a conocer su agenda e invitar a la ciudadanía a acompañarlos en los diferentes recorridos. Quien más lo hizo fue el candidato Federico Gutiérrez, quien siempre, trató de comunicar lugar y hora de sus eventos de campaña.

Los trinos con propuestas, que fueron los más recurrentes en todas las cuentas de los candidatos, muestran algunas diferencias numéricas entre candidatos. Vemos que quien más tuits tuvo en esta categoría fue Juan Carlos Vélez Uribe (145) y duplicó en mensajes de propuestas a su contendor Federico Gutiérrez (73) y casi triplica a Gabriel Jaime Rico (60). Esto evidencia que el candidato Vélez Uribe hacía mucho énfasis en su mensaje programático, queriendo llegar a un voto más racional, más analítico, más maduro. Los otros dos candidatos, si bien sí comunicaron sus propuestas a través del Twitter, tuvieron menos frecuencia en sus mensajes y desarrollaron otra dinámica comunicacional. Para el candidato Vélez Uribe, como se ha plateado en otros momentos de este análisis, era de vital importancia



comunicar y anunciar cada una de sus propuestas en materia de seguridad, empleo y educación y era reiterativo con el mensaje y eso se evidencia en la cantidad de trinos.

Tabla XXII: Comparativa de tipos de tuit por candidato

TIPO DE TUIT	Vélez Uribe	Federico	G.J. Rico
Propuestas	145	73	60
Agenda de Campaña	45	65	25
Consignas Candidatos/Partidos	Otros 29	1	5
Noticias	16	8	5
Otros	46	62	21

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los trinos con ‘consignas sobre otros candidatos/partidos’ se observa la diferencia más profunda entre los candidatos. Por un lado, se encuentra Juan Carlos Vélez con el mayor número de trinos (29), y Federico es el que menos menciona a sus compañeros en sus trinos (1). Ambos candidatos se caracterizan por hablar bien de sus oponentes y no atacar a nadie en la contienda, cosa diferente hace Gabriel Jaime Rico (5), quien sí aprovechó en varias ocasiones el Twitter para lanzar algunos ataques a sus oponentes. La estrategia de los dos primeros era mostrarse pacíficos, respetuosos, y seguros con sus programas de gobiernos, y la de Rico era la polarizar la campaña siendo él uno de los protagonistas.

Con respecto a la categoría ‘otro’. los trinos que más se identificaron en las cuentas de los candidatos eran los motivacionales y los de agradecimiento. Todos los candidatos trataron de alentar a sus seguidores creando mensajes esperanzadores y de victoria. El candidato con mayores tuits motivacionales fue el candidato Federico Gutiérrez, muy seguramente porque no tenía grandes estructuras políticas detrás de él, como sí contaban los otros dos candidatos investigados. El que menos tuits motivacionales registró fue el candidato Vélez Uribe del Centro democrático. También aparecen tuits de carácter familiar.



5.2.7 Palabras más utilizadas por cada candidato

Tabla XXIII: Cuadro comparativo con las palabras más utilizadas por candidato

JUAN CARLOS VÉLEZ		FEDERICO GUTIÉRREZ		GABRIEL J. RICO	
PALABRA	FRECUENCIA	PALABRA	FRECUENCIA	PALABRA	FRECUENCIA
Seguridad	231	Creemos	156	Más	52
Educación	145	Gracias	143	Apoyo	48
Jóvenes	119	Ganar	139	Compromiso	45
Medellín	110	Compromiso	120	Gracias	36
Comunidad	82	Responsabilidad	119	Alianza	33
Apoyo	79	Alianza	102	Alegría	29
Gobierno	74	Movilidad	95	Felicidad	29
Gracias	65	Oportunidades	95	Fuerza	25
Equipo	63	Medellín	83	Saludable	23
Propuestas	57	Trabajo	62	Ganar	19
Diálogo	45	Seguridad	54	Convicción	14
Vivienda	44	Campaña	32	Responsabilidad	13
Subsidio	36	Credibilidad	28	Inclusión	11
Deporte	32	Debate	26	Calidad	11
Universidad	32	Motivación	25	Honor	10
Delincuencia	28	Liderazgo	22	Futuro	8
Ciudadanía	25	Amigos	19	Valores	8
Esperanza	17	Tranquilidad	15	Pacto	8
Ganar	17	Felicidad	13	Vocación	7
Todos	14	Ciudad	11	Selección	5
Pública	11	Independencia	9	Credibilidad	5
Gobernador	9	Servicio	9	Gobierno	4
Movilidad	9	Corrupto	8	Democrático	3
Incluyente	8	Emoción	7	Real	3

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que existe gran diferencia entre las palabras de cada candidato; hay una distancia amplia sobre el mensaje que quieren transmitir entre uno y otro. Si se observa, el candidato Vélez Uribe usa muchas palabras que, por tradición, son muy usuales en tiempo de campaña; se puede decir que sigue un guion técnico sobre el lenguaje de campaña y por eso las palabras que más repite son las palabras que representan propuestas electorales como ‘seguridad’, ‘educación’, ‘vivienda’, ‘educación’, ‘salud’, etc. En sus mensajes en Twitter, repite una y otra vez sus propuestas de campaña utilizando estas mismas palabras. Para ahondar su mensaje y continuar con el lenguaje tradicional de campaña, con matices conservadores, utiliza palabras que evocan más a la institucionalidad que a la personalidad



del candidato: ‘comunidad’, ‘apoyo’, ‘gobierno’, ‘equipo’, ‘ciudadanía’, ‘diálogo’, todas estas palabras complementan el mensaje programático del candidato.

Por el contrario, los candidatos Federico Gutiérrez y Gabriel J. Rico, utilizan un lenguaje más personalista, más motivador y más alejado de los patrones comunes de las campañas políticas, es por eso que, en ambos casos, repiten palabras como ‘gracias’, ‘alianza’, ‘oportunidades’, ‘compromiso’, ‘credibilidad’, ‘ganar’. Existe cierta similitud entre las palabras más utilizadas entre estos dos candidatos y, es extraño porque los dos candidatos tienen diferencias estructurales en cuanto al programa de gobierno, el público al que dirigen el mensaje y las estructuras políticas que respaldan su campaña. Y es preciso ahondar un poco en estas diferencias, ya que se puede interpretar que uno de los dos candidatos no está siendo consecuente con su estrategia de campaña y su mensaje en redes sociales.

Iniciemos con el candidato de Creemos, movimiento independiente, Federico Gutiérrez. Este candidato le habla a un público joven, dinámico, interesado en propuestas novedosas y más direccionada al emprendimiento juvenil, educación superior y medio ambiente, por eso, de manera asertiva utiliza muchas palabras motivadoras, incluyentes, que muestran independencia e incitan al cambio. Se puede decir que el lenguaje que utiliza tiene relación directa con el público al que pretende llegar en campaña y logra persuadir al posible elector. Por otra parte, el candidato Gabriel J. Rico, es un candidato avalado por tres partidos tradicionales de la escena política local: Partido Conservador, Partido de la U, Partido Cambio Radical. Estos partidos representan la política tradicional y su público, en su mayoría, son personas adultas entre 35 y 55 años, es por eso que el lenguaje del candidato para ejecutar su mensaje debería apuntar a este público, con palabras y propuestas más racionales que emotivas. Lo que se evidencia en este candidato, es la utilización de palabras heterogéneas, con un significado más ambiguo para el público al que están direccionadas, por eso, a juicio del investigador, le hizo falta asertividad a este candidato a la hora de comunicarse con las maquinarias que lo representaban.

Es importante resaltar que la palabra más usada por cada uno de los candidatos, corresponde a una palabra que hacía parte del slogan de cada campaña: en el caso del candidato Juan Carlos Vélez fue SEGURDAD (slogan - *Con toda Seguridad*), Federico Gutiérrez CREEMOS (Slogan - *Creemos*); Gabriel J. Rico, MÁS, (slogan - *Más Medellín*). Se



evidencia una búsqueda de posicionar su mensaje en redes sociales, utilizando su slogan como factor determinante. De los tres candidatos analizados, quien mejor logra este cometido es el candidato Juan Carlos Vélez Uribe, ya que alcanza una armonía entre su mensaje, sus propuestas de campaña en materia de seguridad, las problemáticas de la ciudad y el público al que dirige su mensaje. El resultado fue que los trinos donde el candidato colocaba la palabra seguridad eran los que mayor interacción tenían de todos los analizados.

A modo de conclusión de este apartado, se puede decir que la poca interactividad de las publicaciones del candidato Rico, se debe, en alguna medida, a la desconexión de su mensaje (utilización de palabras), con las propuestas bandera y el público al que le estaba apostando. También se puede decir que la gran receptividad del mensaje y el alto incremento de la audiencia del candidato Federico Gutiérrez se debe a la sintonía de su mensaje, con el público que definió como base de su campaña y el lenguaje empleado; igual pasa con el candidato Vélez Uribe.



CONCLUSIONES

**‘Twitter se ha convertido en el sistema nervioso de nuestras sociedades,
y hay que aprender a utilizarlo’.**

José Luis Orihuela

La política electoral no se escapa a los cambios que suceden acelerada y diariamente en el mundo global. Las redes sociales llegaron para transformar la manera cómo nos comunicamos. Hoy estas aplicaciones tienen la capacidad de incidir en la manera cómo interactuamos y a partir de ahí, tanto la comunicación comercial, como la política, las han venido utilizando como una herramienta cada vez más poderosa.

Colombia es uno de los países con más usuarios activos de Twitter en el mundo y ha abierto espacios de comunicación que en el pasado estaban reservados para los medios tradicionales. La capacidad de transmitir textos, imágenes y video en segundos ha transformado la forma en que los políticos, ofrecen sus mensajes de campaña en época electoral. A partir de la incursión de las redes sociales en la vida política de Colombia, estas se convirtieron en un espacio casi que, obligado para el quehacer político, y ninguna campaña quiere estar por fuera de este escenario digital.

En Medellín, el Twitter se convirtió en una tribuna fundamental para que los candidatos a puestos de elección popular ofrezcan sus puntos de vista sobre determinados temas o agenda



de campaña. La información se ha vuelto instantánea y algunas veces ‘peligrosa’ porque muchas veces no se mide el impacto que determinado anuncio va a generar en la audiencia, lo que puede impulsar o afectar una campaña.

Pese a que más seguidores no significa más votos, tener la atención de más personas es garantía de que lo que se diga, o más bien, se ‘trine’, recibirá atención y cobrará relevancia dentro de la discusión pública. Por esta razón, todos los candidatos a la Alcaldía de Medellín (2016 -2019) tenían una cuenta en Twitter desde donde publicaban sus acciones, y se comunicaban con sus seguidores.

En líneas generales, la utilización del Twitter como herramienta de comunicación política en la ciudad de Medellín tuvo un espacio importante en las elecciones locales de 2015. Queda claro después de realizada la investigación, que, en algunos casos, da la sensación de que el afán de los políticos por estar en Twitter se debe más al deseo de sumarse a los avances tecnológicos por mera conveniencia electoral, que a la verdadera consideración de estas herramientas como un elemento fundamental de su estrategia de campaña.

La mayor parte de los candidatos analizados sienten la necesidad de estar en Twitter, de contar su plan de gobierno y agenda, pero no le da la importancia de comunicación bidireccional que buscan las redes sociales. Por ello, aparentan confiar poco en su potencialidad como herramienta de contacto directo con el ciudadano, lo que se observa en la escasa interacción con sus seguidores, y de recursos multimedia empleados, etc. Sin embargo, son conscientes al mismo tiempo de la importancia de “estar”, de tener presencia en estas redes, debido al importante papel que parecen predestinadas a jugar en los próximos años.

Los candidatos a la Alcaldía de Medellín analizados utilizaron Twitter como un canal de difusión, más que de conversación o diálogo con el ciudadano. Esto es importante resaltarlo. Sólo uno de ellos (Federico Gutiérrez) tuvo un alto nivel de interactividad y de respuesta con sus seguidores. Observamos que predomina el modelo de comunicación unidireccional, y que los niveles de interacción con los usuarios de la plataforma de microblogging son bastante bajos, sobre todo por parte de los candidatos de los partidos mayoritarios, Juan



Carlos Vélez (Centro Democrático) y Gabriel Jaime Rico (Cambio radical – Partido de la U – Partido Conservador), por ejemplo, el candidato del Centro democrático sólo respondió el 28% del total de consultas recibido en el período investigado.

Es fácil comprobar que la presencia en Twitter de estos políticos se limitaba a una reproducción de los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación tradicionales. En otras palabras, y según los ejemplos estudiados, vemos que apenas se favorece la interacción entre el candidato político y el ciudadano, ni se entiende que el funcionamiento de las redes sociales, por su propia naturaleza, no es jerárquico.

Los tuits más publicados por los tres candidatos estudiados son aquellos en los que estos informaban de sus eventos y agenda de campaña, por un lado (35%), y aquellos mensajes que contenían consignas y lemas de campaña (30%). En cuanto al nivel de hipertextualidad ha sido, en líneas generales, elevado, lo que apunta a un intento de los políticos por hacer uso de las potencialidades interactivas de la red analizada. La mayoría de los enlaces a los que vinculaban los tweets analizados eran a sitios web o al blog o página personal del candidato. Asimismo, eran una minoría los mensajes que incluían enlaces a la página oficial del partido o, incluso, a fotografías subidas por el político.

Hay dos elementos importantes a destacar en cuanto a los seguidores de los candidatos analizados. Si bien el número de seguidores no necesariamente corresponden al número de votos, en estas elecciones hubo una característica interesante en un candidato y fue el crecimiento exponencial de seguidores del candidato ganador Federico Gutiérrez. Duplicó su cantidad de seguidores en el último mes de campaña, lo que hace pensar que la audiencia en Twitter se sentía atraída por la forma como él transmitía su mensaje de campaña y al final le dio su voto de confianza. Otra cuestión a resaltar es que tienen mayor aceptación en las redes sociales los partidos políticos no tradicionales⁵, que los de vieja data, por lo menos en esta elección quedó esto claro.

⁵ Los partidos políticos tradicionales en Colombia son El Partido Liberal (1886), y el Partido Conservador (1849); Los partidos nuevos son El Partido Verde, Partido Centro Democrático (2012), Creemos (2015). (González, 2001)



Por último, fue evidente la poca continuidad en el uso de Twitter una vez pasado el periodo electoral. La mayoría de los candidatos conciben las redes sociales como algo “circunstancial”, llegando a quedar sus cuentas personales prácticamente “inactivas”, tras la jornada de reflexión. Esto se aprecia en el sensible descenso del número de tweets publicados por la mayoría de estos políticos en los días posteriores al 25 de octubre. Podemos concluir, por tanto, que, salvo escasas excepciones, la presencia en Twitter de estos candidatos es eminentemente coyuntural, circunstancia que puede verse como una falta de compromiso con el ciudadano.

El potencial de Internet para conectarse y para movilizar a los votantes les da a los políticos la posibilidad de promocionarse y tener una interacción directa con el electorado, Twitter en la campaña política a la Alcaldía de Medellín 2015, fue usado, sobre todo, como una herramienta de autopromoción.

Futuras líneas de investigación

A continuación, vamos a enumerar algunos aspectos que podrían ser el centro de futuras investigaciones relacionadas con la política a través de las redes sociales:

- a) Cabe analizar el nivel de compromiso que puede tener un candidato con sus seguidores en Twitter ¿Existen las mismas dinámicas comportamentales de cumplimiento con los anuncios hechos en Twitter, que los compromisos pactados a nivel territorial?
- b) Sería interesante realizar un estudio que intente determinar la relación entre la agenda de Twitter y la agenda mediática. ¿Existe o no tal relación? ¿Qué capacidad tienen los políticos para convertir algunos de sus mensajes publicados en las redes sociales en titulares de periódicos?
- c) Por último, uno de los temas de mayor interés y actualidad en relación con Twitter es la utilidad del comportamiento en estas redes sociales como predictor del comportamiento electoral. ¿Es un tuit favorable a un determinado partido una



indicación de que se vaya a votar por él? ¿Proporciona, al menos, información relevante sobre las preferencias del usuario que lo publica?

El uso adecuado de las redes sociales es clave hoy para “cautivar”, que es lo que finalmente buscan los políticos en campaña, pero no se están aprovechando al máximo, para promover conversaciones con grupos segmentados.



BIBLIOGRAFÍA

- Aguado Guadalupe, G, y García García. A. (2015). Del word of mouth al marketing viral: aspectos claves de la comunicación a través de las redes sociales. *Comunicación y Hombre*. 5, 41-51.
- Alcaldía de Medellín (2017), Plan maestro y análisis de calidad de vida de los habitantes de Medellín, Secretaría de Desarrollo Económico.
- Anderson, D. (2009). How has Web 2.0 reshaped the presidential campaign in the United States?
- Arenas Gómez, Juan Carlos; Bedoya Marulanda, John Fredy. (2011). Las lógicas de la competencia electoral en escenarios locales: Medellín, 1988-2007. *Estudios Políticos*, 39, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, (pp. 75-94).
- Arias O, G. (2008). Una mirada atrás: procesos de paz y dispositivos de negociación del gobierno colombiano. Bogotá: Serie Working Paper FIP No.4.
- Aristóteles, (2007). *Política*, Editorial Losada, Buenos Aires, Pág. 165
- Armony, Victor (2005) Aportes teórico-metodológicos para El estudio de la producción social de Sentido a través del análisis del Discurso presidencial. *Revista Argentina de Sociología*, Consejo de Profesionales de Sociología, Mayo- Junio, N° 004; Pp: 32-54
- Asur. S.; Huberman, B; Szabo. G y Wang. C (2011). Trends in social media: Persistence and Decay. Recuperado de: http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/1102/1102.1402v1.pdf
- Ayala, Germán. (2004). Medios de Comunicación en Colombia: de la acción informativa a la acción política. Argentina, Evento: I Encuentro internacional de investigadores de la Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria, América Latina: dilemas y desafíos de cara al siglo XXI Ponencia: año:2004, Memorias I
- Bacha- Holz, (2012) *Opinion Polls and the Media: Reflecting and Shaping Public Opinion*; University of Erlangen, Ed. Palgrave
- Bañuelos, J. (2012) Imagen, redes sociales y esfera pública. *Comunicación política digital*. *Revista Mexicana de Comunicación* (abril- junio), pp. 25-31
- Baardin, L. (1986): *El análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- Beas, D. (2013). *La reinención de la política. Obama, Internet y la nueva esfera pública*. Barcelona: Península.



- Beas, Diego (2004). La reinención de la política. Obama, internet y la nueva esfera pública. Barcelona: Península. Pág. 86
- Beck, Ulrich, (2004). poder y contrapoder en la era global: la nueva economía política global. Paidós, Estados y Sociedad, N° 124.
- Belson, D. (1994). The Network Nation Revisited. Stevens Institute of Technology. Hoboken. Recuperado de: http://stage.itp.nyu.edu/cs97/social_weather/network_nation.html. [Fecha de consulta: junio 20 de 2016].
- Bernard M., (2012). “Metamorfosis del gobierno representativo”, en Los principios del gobierno representativo, Alianza Editorial, pp. 237-287
- Berrocal, S. (1997). La personalización en la política. En S. Berrocal (Coord.). Comunicación política en televisión y nuevos medios (P. 82). Barcelona: Ariel.
- Birdat Campos, Germán, Manual de Historia Política, Ediar, Buenos Aires, (1997) Pág. 39.
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (2000). Más allá del dilema de los métodos de investigación en las ciencias sociales. Bogotá: Norma.
- Bonilla, J., Rincón, O., Uribe, C. (2013). Colombia: Álvaro Uribe Vélez o cuando comunicar es gobernar: comunicación política presidencial en Colombia, 2002- 2010. En M. Ponce y O. Rincón (Comp.), Caudillismo, E-política y teledemocracia: comunicación de gobierno en América Latina (págs.130-139). Montevideo: Editorial Fin de Siglo.
- Botero, L (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. Palabra Clave, 9(11), 7-18
- Bourdieu, P. (2008). ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos. Madrid: Ediciones Akal.
- Boyd, D.; Golder, S. y Lotan, G. (2010). Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on twitter. Proceedings of the 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, 1 (10): IEEE Computer Society.
- Cadavid Marín, M. (2015). Los conflictos olvidados en los medios de comunicación. En Conflictos olvidados, hacia una nueva revolución. Madrid: Caritas Española.
- Caldevilla, Dominguez. (2009). Los medios digitales en la comunicación política del nuevo presidente de EE.UU., ponencia publicada en las actas de IX Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y Administración (AECPA). Universidad de Málaga.
- Calderón Avellaneda (2011). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Documentación de las ciencias de la información, 45-68.



- Caldevilla, D. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad*, vol. III, 2, 31-48. [En línea]. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0909220031A/15218> [Consulta: 5 julio 2017]
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Centro de Documentación Ibercomnet. Disponible en línea en: <http://revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN1010110045A.PDF>
- Canel, M. J. (2008). El reto de la investigación: plantear la pregunta ¿hay comunicación en la comunicación política? *Telos*, 74, pp. 78-84.
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*; 2ª edición. Tecnos, Lima.
- Canelo, P. (2001). ¿Dónde está el enemigo? La rearticulación menemista de los clivajes políticos y la disolución del antagonismo social. Argentina, 1989-1995. Buenos Aires: CLACSO. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/becas/20101111075649/canelo.pdf>
- Capellán, Gonzalo (2008). *Opinión Pública, pasado y presente*. Editorial Trotta, (Reig 2004:51)
- Cardona, O.D. (2005). Sistema de indicadores para la gestión del riesgo de desastre: Informe técnico principal. Programa BID/IDEA de Indicadores para la Gestión de Riesgos, Universidad Nacional de Colombia, Manizales. Disponible en: <http://idea.unalmzl.edu.co>
- Casero-Ripollés, A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 533-548.
- Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura (Vol. I)*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona, España: Plaza y Janés.
- Castells, M. (2002). *La era de la información (Vol. I)*. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2007). Innovación, libertad y poder en la era de la información. En D. De Moraes, *Sociedad Mediatizada* (págs. 175-182). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, pp. 78-93.
- Castells, M. (2009). Poder y sociedad red. En M. Castells, *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza



- Castromil, A. R. (2010). Cotarelo, Ramón: La política en la era de Internet. *Revista Latina de Comunicación Social: Crítica de libros*.
- Centro Democrático (2016) Informe de Militancia de Partido, Bogotá.
- Céspedes, Liliana María (2016); Comunicación Política Por Twitter; Sergio Arboleda, Burgos ED.
- Chomsky, Noam (2016). ¿Quién domina el mundo? Barcelona, Ediciones B.
- Colciencias (2016). Infraestructura digital para desarrollos locales, Medellín. <http://www.colciencias.gov.co/investigadores/programas-nacionales-ctei?page=1> [Consulta: 05-01-2017]
- Comba, S., (2013). La comunicación digital: nuevos ambientes de interacción en la formación universitaria. *Razón y Palabra*, 63-83.
- Congosto, M. L y Aragón, P. (2012) Análisis de las elecciones 20N. Ponencia para el I Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña. Madrid: ALICE.
- Congosto, M. L.; Fernández, M. y Moro, E. (2011). Twitter y Política: Información, Opinión y ¿Predicción? En *Comunicación Política 2.0: Cuadernos Evoca de Comunicación, Evoca Comunicación e Imagen*.
- Corrales, Diego (2014) Redes sociales en la política colombiana; el caso de Sergio Fajardo' Medellín, Ercas U.P.B.
- Corrales, Diego (2015) *Hablando con el poder*, Medellín; Biblos. 2da Edición.
- Cotarelo, R. (2002): ¿Democracia electrónica vs. Democracia deliberativa? *Democracia digital. Límites y oportunidades*. Madrid: Trotta.
- Cotarelo, R. (2013b). La dialéctica de lo público, lo privado y lo secreto en la ciberpolítica. Comunicación presentada al I Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña, Madrid, julio. [En línea]. Disponible en: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/files/ponencias/110-F500002471101342177863-ponencia-1.pdf> [Consulta: 5 agosto 2016]
- Cotarelo, R. y Olmeda, J. A. (2014). La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales, p. 501.
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas*. Texas: Knight Center for Journalism in the Americas.
- Cuadra, R. A. (2011). Epistemología de la e-comunicación. Elementos para una etnografía virtual de las prácticas científicas de la era digital. (Presentación, Ed.) *Faro* (13), 1-13.



- Cuentas Claras, (2015). Informe de movimiento financiero de las campañas a elecciones territoriales 2015. <https://www5.registraduria.gov.co/CuentasClarasTer2015/Acceso.aspx> Recuperado el 18 de 11 de 2017.
- D'Adamo, O. y García, V. (2016). Comunicación política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión. *Comunicación y Hombre*, (12), 23-39.
- Dader, J. (2001). Ciberdemocracia: el mito realizable. En *Palabra clave*, (4), 35- 50. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64900403>
- Dader, J. L.; Cheng, L.; Campos, E.; Quintana, N. y Vizcaíno, L, R. (2014). Las webs de los partidos españoles durante la campaña para las elecciones generales de 2008. *Revista Trípodos*, 34, pp. 115-152.
- Dader, J. L.; Campos, E. y Quintana, N. (2013). Las webs de los partidos en la campaña de 2011: Una panorámica cualitativa de su actividad y un análisis cuantitativo de su transparencia. Vid. Crespo, I. (2011). Partidos, medios y electores en procesos de cambio.
- Dader, J.L. (2003). Ciberdemocracia y ciberparlamento: El uso del correo electrónico entre los parlamentarios españoles y los ciudadanos comunes (1999-2001). 99Telos, Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, 55, 86-96. [En línea]. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/experienciasimprimible.asp@idarticulo=1&rev=55.htm> [Consulta: 10 julio 2016]
- Dagnino, Evelina. (2006). Introducción: Para otra lectura de la disputa por la construcción democrática en América Latina. En: Evelina Dagnino, Alberto J Olvera, Aldo Panfichi. Coords. *La disputa por la construcción democrática en América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica
- De Ugarte, D (N. D.). Trilogía de las redes. El poder de las redes. Recuperado el 5 de febrero de 2016 de: <http://lasindias.org/el-poder-de-las-redes/#breve-historia-de-las-redes-sociales>
- Deen, H. S. y Hendricks, J. A. (2012). Social media and the millennial generation in the 2010 midterm election. *Social media: Usage and impact*. Lanham, Md.: Lexington Books, pp. 183-193.
- Dewey, J. (1984)
- Delgado, R. (2016) *El arte de seducir en 140 caracteres*; Alianza editorial. Barcelona
- *Democratic Governance and New Technology*. Londres: Routledge. Better public services through e-government. Report by the Comptroller and Auditor General (2002). Londres: National Audit Office.
- CARRACEDO, J. D. (2004).
- Díaz de Rada, Anders Y MOE, (2012). Hallvard. Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*



- Díaz Noci, J. (1996). *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*. Universidad del País Vasco.
- Domingo, David (2016). *Irrupción de Internet en el panorama electoral*. En P. Costa (Comp.) *Cómo ganar unas elecciones*. Barcelona: Paidós Comunicación. (Ortega 2017:146).
- Duque, Juan Manuel (2006) *Hacia la conquista del triunfo, política electoral colombiana*; Santillana, Pereira. 1ra Ed.
- *El Colombiano* (2010). *Los ganadores y los vencidos en la contienda electoral*. (Entrevista) 13 de junio de 2010. Hemeroteca Universidad de Antioquia.
- *El Colombiano* (2011). *Partido Liberal, el gran triunfador de la jornada*. (Crónica) 27 de octubre de 2011. Pagina 5-6-7. Hemeroteca Universidad de Antioquia.
- *El Espectador* (2012). *Llegó la hora de la verdad, análisis completo*. (Editorial) 11 de noviembre de 2012. Página 2 A. Hemeroteca Universidad de Antioquia
- *El Espectador* (2015). *Conectividad en América Latina, nuevos desafíos digitales*. (Reportaje) 12 de enero de 2015. Página 7 A y 8 B. Hemeroteca Universidad de Antioquia
- *El Mundo* (2011) *La recta final de todos contra todos*. (Reportaje) 1 de noviembre de 2011. Página 4B. Hemeroteca Universidad de Antioquia.
- *El Tiempo* (2011). *Análisis de elecciones locales y departamentales* (Reportaje). 31 de octubre de 2011, Página 7 D. Bogotá
- Espino, J. (2011). *Los políticos en Twitter. De la campaña 2.0 a la gestión 2.0*. Manuscrito no publicado. [En línea]. Disponible en: http://issuu.com/jesusespino/docs/los_pol_ticos_en_twitter__proyecto_m_ster_ [Consulta: 7 julio 2016]
- Esquivel Lozano, F. (2012). *Origen y evolución del marketing político*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Fages-Ramió, R. (2008). *Actitud 2.0: la política más allá de los blogs*. IV Congreso Internet, Derecho y Política (IDP). *Software social y Web 2.0: Implicaciones jurídicopolíticas*. *Revista de Internet, Derecho y Política*, 7. Universitat Oberta de Catalunya. Monográfico en línea de IDP, pp. 19-25.
- Faktor, S. (2013). *The 10 types of twitterers and how to tame their tweets*. Recuperado de: <http://www.forbes.com/sites/stevefaktor/2013/01/04/the-10-types-of-twitterers-and-how-to-tame-their-tweets-twitter-users/>
- Farhi, P. (2009). *The Twitter explosion*. *American Journalism Review*, 31, pp. 26-31.



- Fernández Hermana, L.A. (2010). Redes sociales ¿pasado o futuro? Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Fernández, C. (2008). Ciberpolítica: ¿cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?. (1. ed.). Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.
- Fiscalía General de la Nación (2015) Informe sobre las ciudades más inseguras de Colombia, pronóstico 2020; Presidencia.gov
- Flores Vivar, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. Recuperado el 10 de mayo de 2013, de: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15812486009.pdf>
- Fowler, J. H. (2011). El poder de las redes sociales. Recuperado de: <http://www.rtve.es/television/20110403/poder-redes-sociales/421888.shtml> (última consulta día: 27/01/2014).
- García Ortega, C., y Zugasti Azagra, R. (2012). Twitter en campaña: el caso de Mariano Rajoy en las elecciones generales de 2011. Comunicación presentada al I Congreso Internacional de Comunicación Política y Estrategias de Campaña, Madrid, julio. [En línea]. Disponible en: <http://www.alicecomunicacionpolitica.com/files/ponencias/250F50000aba2501342180026ponencia-1.pdf> [Consulta: 5 agosto 2017]
- García, Fernando (2001). Colombia: elecciones 2000. Bogotá: Centro Editorial Javeriano – CEJA, Pontificia Universidad Javeriana.
- García, J. F. (2001). Los espacios virtuales educativos en el ámbito de Internet: un refuerzo a la formación tradicional. (U. d. Salamanca, Ed.) Teoría de la Educación (Revista electrónica) (3), ND. Consultado en: http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_03/n3_art_garcia-garcia.htm.
- García-De T, E. et al. (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. El profesional de la información, 20(6), noviembre-diciembre, 611.
- Gaviria, Anibal, Fajardo, Sergio (2011). Acuerdo programático para Medellín y Antioquia; Medellín. Radicado en la Alcaldía de Medellín, 28 – 07 – 2011. N° 00678.
- González, O. (2007). Alta cultura y cultura popular en Perfecto Amor Equivocado. Espéculo (37).
- Gonzalo, N. (2011). Los edublogs como herramienta facilitadora en comunidades virtuales de aprendizaje. *Relada*, 5, pp. 248-256.
- Gómez, L (2016) Comunicación Política por Twitter, Colombia a un tuit de la democracia; Civiizar 03, julio de 2016. Pág.115- 125



- Grau, F.(2011). Twitter en una semana. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Habermas, J. (1991). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Habermas, J. (2000). La constelación posnacional. Ensayos políticos. Barcelona: Paidós.
- Hanf, K. y Toonen, J. (1985): Policy and implementation in Federal And Unitary Systems; Dordrecht, Reidel.
- Hong, S. (2013). Who benefits from Twitter? Social media and political competition in the U.S. House of Representatives. *Government Information Quarterly*, (30), 464-472.
- Hong, S. y Nadler, D. (2012). Which candidates do the public discuss online in an election campaign? The use of social media by 2012 presidential candidates and its impact on candidate salience. *Government Information Quarterly*, 29, pp. 455-461.
- Hrdinová, J.; Helbig, N. y Peters, C. S. (2010). Designing Social Media Policy for Government: Eight Essential Elements, Albany: The Research foundation of State University of New York.
- http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/RLCS_art931.pdf [Consulta: 14 junio 2012].
- Hund, S. E., y Arcila Calderón, C. (2011): “Los líderes de opinión n Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter”, *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIV, N° 1, 2011, 75-100.
- Innerarity, D. y Champeau, S. (2012). Internet y el futuro de la democracia. Barcelona: Planeta.
- Ipsos, Napoleón Franco (2015). Encuesta sobre candidatos a la Alcaldía de Medellín. <https://www.ipsos.com/es-co/ipsos-update-octubre-2015> [Consulta: 27-03-2017]
- Islas, O., & Arribas, A. (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos. En A. Piscitelli, Proyecto Facebook y la Posuniversidad. Madrid: Ariel S.A.
- Ivoskus, D. (2010). Cumbre mundial de comunicación política. (1 ed.). Buenos Aires: El Zorzal.
- Jackson, L. y Valentine, G. (2014). Emotion and politics in a mediated public sphere: Questioning democracy, responsibility and ethics in a computer mediated world. *Geoforum*, (52), 193-202.
- Jaramillo, M. (2010). Colombia avanza en Internet. (J. Méndez, Ed.) *Enter.co* (138), 20-21.
- Jimenez Cano, R. (2009). «Prohibido “twittear” desde la Comisión de Investigación de Madrid», *El País Digital*. Dirección:



http://www.elpais.com/articulo/internet/Prohibido/twittear/comision/investigacion/Madrid/elpepunc/20090304elpepunc_3/Tes Visitado el 25/09/2016.

- Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impacto on votes. *Computers in Human Behavior*, (34), 131-139.
- Laclau, E. (2004). *Misticismo, retórica y política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2008). *Debates y combates*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2014). *Los fundamentos retóricos de la sociedad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- LaRosa, Michael J. Mejía, G. R. (2015). *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*; Bogotá; Universidad Javeriana. Ed. 1
- Leal, Gloria E. (1997). *Estudios sobre el Estado y la política en Colombia*; Santillana. Bogotá. 2da Ed.
- Libreros, C. (2002) *¿Qué es la Seguridad Democrática? Semana*, 8ª edición.
- López García, G. (2006). “Comunicación digital y líneas de fractura en el paradigma de la agenda setting”. [En línea] En: *Doxa Comunicación* No. 4. España: Universidad de San Pablo – CEU
- López, G. G. (2003). *El ecosistema digital*. España: ND.
- Maarek, P. (1995). *Political Marketing and Communicotion*, John Libbey, Surrey.
- Maarek, P.J (2014), *Política 2.0, nuevas formas nuevas formas de marketing político y comunicación política*. *Trípodos*, 34. Pp. 13-23
- Macaffe, Andrew, (2013) *Race Against the Machine: How the Digital Revolution is Accelerating Innovation*". Huston, Lpf.
- MacQueen, K., McLellan, E., Kay, K. & Milstein, B. (1998). Codebook development for team-based qualitative analysis. *Cultural anthropology methods*, 10 (2), pp. 31-36.
- Mancera Rueda y Pano Alamán (2013), *El discurso político en Twitter, análisis de mensajes que trinan*. Barcelona 2015
- Mancera, A. (2009): *El articuento, una tradición de tradiciones promiscuas*. Madrid. P. 43.
- Martínez Carrazo, J.F (2011). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: Mc Graw Hill. Pág. 174
- Martínez Pandiani, G. (2014). *Marketing Político, Campañas, Medios y Estrategias Electorales*. (2ª ed.). Buenos Aires: Ugerman Editor.



- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. Forum qualitative social research, 1(2) Recuperado Octubre 10, 2002, de la World Wide Web: <http://qualitative-research.net/fqs/fqs-e/2-00inhalt-e.htm>
- Mazzoleni, G. (2010) La comunicación política. España: Alianza Editorial, pp. 17-50
- McQuail, D. (1985). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
- Medellín (2001). Plan de Desarrollo 2001 – 2003, Pensando en grande; Alcaldía de Medellín, Secretaría de Comunicaciones.
- Medellín (2012). Plan de Desarrollo 2012 - 2015, Medellín un hogar para la vida, Alcaldía de Medellín. Secretaría de Comunicaciones.
- Medellín (2014). Plan de Desarrollo 2012 - 2015, Medellín un hogar para la vida, Alcaldía de Medellín. Secretaría de Participación Ciudadana.
- Medina, G. (2012). Opinión pública. Comunicación política, democracia y medios. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia. pp. 15-38.
- Medina, M. (2002). Globalization, Development, and Municipal Solid Waste Management in Third
- Mejía, Germán. LaRosa, Michael J. (2015). Historia Concisa de Colombia (1810-2013); Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá
- Menna, L. (2011). Un acercamiento sociopragmático al uso de la lengua en Twitter, Tesis de Máster, Universitat de Barcelona. Recuperado en: <http://www.slideshare.net/lauramenna/degreedissertation-12525912>; 23/12/2012.
- Mercier, A. (2012). La comunicación política. Argentina: La Crujía.
- Mergel, I. (2012). Connecting to Congress: The use of Twitter by Members of Congress. *ZPB: The Journal for Political Consulting and Policy Advice*, pp. 108-114.
- Merlo Álvarez, Contreras Bárcena, y Puente Agueda (2014). Análisis de opiniones en Interet a través de la red social Twitter. *Anales de mecánica y electricidad*. 5, 54-59.
- Miller, Vincent (2017) Cultura fática y el status quo: reconsiderando el propósito del activismo en las redes sociales. *Convergencia: The International Journal of Research Into New Media Technologies*, 23 (3). pp. 251-269.
- Ministerio de Comunicaciones (2012). Análisis de políticas públicas y comunicaciones internas. Folio 7564, reserva. A21. Presidencia de Colombia.
- Ministerio de Educación Nacional. (2004). Ministerio de Educación Nacional - República de Colombia. Formar para la ciudadanía ¡sí es posible!:



- http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-75768_archivo_pdf.pdf [Consulta: 15-11-2010]
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, (2016). Exitoso cierre de E-xperience consolida a Colombia como líder en Gobierno Electrónico. Recuperado el 6 de diciembre de 2017, de Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: <http://www.mintic.gov.co/index.php/prensa/noticias/2783-exitoso-cierre-de-e-xperience-consolidaa-colombia-como-lider-en-gobierno-electronico>
 - Ministerio de TIC (2016). La revolución tecnológica y las nuevas herramientas de comunicación. <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-1058.html> [Consulta: 25-10-2017]
 - Moreno, I. (2003). Musas y Nuevas tecnologías: Relato hipermedia. Barcelona: Paidós.
 - Moya, E. (2013). El concepto de exclusión social, una mirada crítica. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
 - Napolitan, Joseph. (2016). ¿Cómo ganar las elecciones? Casa editorial Sente, Ecuador. 3ª edición.
 - Noelle-Neumann, E. (2011). La vigencia de la Espiral del Silencio en la 'sociedad red', Editorial UOC.
 - Noguera, J., (2010). “Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”, Revista Latina de Comunicación social, nº 65, 2010, pp. 176-186.
 - Nogueru, F (2002) El análisis de contenido como método de investigación; Revista de Educación,
 - Noticias Caracol. (2012). 40% de mala imagen de Colombia proviene de declaraciones de Uribe, según estudio. [Video]. <http://www.noticiascaracol.com/nacion/video-269341-40-de-mala-imagen-de-colombiaproviene-de-declaraciones-de-uribe-segun-estudio> [Consulta: 10-03-2013]
 - Octavio Islas, Amaia Arribas (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos; A. Piscitelli, I. Adaime& I. Binder (Comps). El proyecto Facebook y la postuniversidad. Pag. 147 -162
 - Olorunnisola, A (2012), influences of media on social movements: problematizing hyperbolic influences about impacts. Telematics and informatics, 30, pp. 275 – 288.
 - O'Reilly, T. (2005). ¿Qué es la web 2?0? Patrones de diseño y modelos de negocio para la próxima generación de software. Obtenido el 09.11 de 2016, de <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>



- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. *International Journal of Digital Economics*, 65: 17-37. Recuperado de: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/4578/1/MPRA_paper_4578.pdf [Fecha de consulta: junio 6 de 2017].
- Orihuela, J. (2007). Web 2.0: Cuando los usuarios se convirtieron en los medios y los medios no supieron en qué convertirse. Recuperado de www.dialnet.unirioja.es
- Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*. Barcelona: Alienta.
- Ossa, Julio César (2006). *Partidos y partidas, el nuevo siglo en la política colombiana*; Norma, Pereira
- Osteso, Miguel, Deltell Luis (2013). Análisis de la audiencia social por emdio de Twitter; Asociación científica ICONO 14.
- Paniagua, F.J. (2014). *Comunicación política y elecciones: nuevas prácticas en el escenario español*. Málaga: Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación.
- Park, C. (2013). Does Twitter motivate involvement in politics? Tweeting, opinión leadership, and political engagement. *Computers in Human Behavior*, (29), 1641-1648.
- Pasquino, G. (2011). *Nuevo curso de ciencia política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pérez, J. P. (2011). La interacción entre Internet y los medios convencionales en la creación de fenómenos mediáticos: Jesse Heiman goes viral. *Razón y Palabra* (76), ND.
- Pérez, R (2013). Los adolescentes y el uso social de las TICs. *Aportes*, Pp. 90-95
- Pérez, S. G. (1994). "Modelos o paradigmas de análisis de la realidad", En su obra: *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes*, 15-41, La Muralla, S. A., Madrid.
- Philippe Maarek, (2014) "Politics 2.0. New Forms of Digital Political Marketing and Political Communication", *Trípodos*, Barcelona, vol. 34, 2014, pp. 13-22.
- RAE. (2015). *Diccionario de la Lengua Española - Vigésima segunda edición*. Recuperado el 15 de Febrero de 2016, de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/>
- Ramirez, I. Gray, (2008): *El lenguaje de la derecha radical europea*. Eñ coljio de México; Jornadas.
- Registraduría (2011). Histórico de Resultados, elecciones locales <https://wsr.registraduria.gov.co/-Historico-de-Resultados.3637-.html> [Consulta: 02-09-2017]



- Registraduría (2016). Histórico de Resultados, elecciones locales <https://wsr.registraduria.gov.co/-Historico-de-Resultados,3635-.html> [Consulta: 02-09-2017]
- Reinghold, H (2011). Multitudes inteligentes, la próxima revolución social (Smart Bobs). (1. ed.) Barcelona: Gedisa.
- Rheingold, H. (2014). Uso de medios participativos y voz pública para fomentar el compromiso cívico. Serie de la Fundación John D. y Catherine T. MacArthur sobre Medios Digitales y Aprendizaje, pp. 97-118.
- Rincón, M. T. (2006). Cultura ciudadana, ciudadanía y trabajo social. *Prospectiva* (11), 46-65.
- Rincón, O. (2006). Mucho ciberactivismo...pocos votos. *Antanas Mockus y el Partido Verde colombiano. Nueva sociedad.* (235), 74-89.
- Rodríguez Andrés, R, y Ureña Uceda, D. (2011). Diez Razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo.* (10),
- Rodríguez Andrés, R. (2016). Hegemonías políticas en Antioquia, lo que debes saber. *Comunicación y Pluralismo.* (10), 89-116.
- Rodríguez Martínez, R., Codina, Ll. y Pedraza Jiménez, R., (2014). “Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación”, *El profesional de la información*, vol. 19, n° 1, 2014, pp. 35-44.
- Rodríguez Vives, L., Congosto, M. L., y Giura, Andreea. (2014). Análisis de las elecciones andaluzas del 25M en Twitter. [En línea]. Disponible <http://piensaycomunica.files.wordpress.com/2012/03/eleccionessandtwitter.pdf> [Consulta: 23 junio 2016]
- Rojas, R. (2012). Quiero ser como Obama (Me pido una red social). *Cuadernos de pensamiento político*, 21, 123-154. [En línea]. Disponible en: http://www.fundacionfaes.org/record_file/filename/2375/123-154_rubio.pdf [Consulta: 23 junio 2017]
- Ruiz Mosquera (2011). ‘Nuevos espacios de convergencia política: redes sociales’ Medellín; Universidad Pontificia Bolivariana.
- Said Hung, E., Serrano, A., García de Torres, E., Yezers’ka, L. & Calderín, M., S., (2013). “La gestión de los Social Media en los medios informativos iberoamericanos”, *Communication&Society/Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, n. 1, 2013, pp. 67-92.



- Said, E. & Arcila, C. (2011). Líderes de Opinión en Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter”, Comunicas; Bogotá.
- Said, E. & Arcila, C. (2011b). El desarrollo de los cibermedios en Venezuela. III Congreso de Investigadores Venezolanos de la Co - municación, Invecom 2011. Mérida, mayo.
- Sampedro Blanco, Víctor. (2003). Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo. Pág. 127
- Sampedro, V; Sánchez, J. y Poletti, M (2013). Ciudadanía y tecnopolítica electoral. Ideales y límites burocráticos a la participación digital. Revista Coherencia, Vol 10, pp. 105 – 136.
- Sánchez, U., Botero, L., & Giraldo, A. F. (2008). Modelos de comunicación digital. Medellín.
- Sartori, G. (2010). *Elementos de teoría política*. España: Alianza editorial.
- Sartori, Giovanni. (2005). Partidos y Sistema de Partidos; Duverger, Alianza Editorial.
- Secretaría de Tránsito y Transporte de Medellín (2018); Cámaras de Fotodetección, <https://www.medellin.gov.co/SIMM/fotodeteccion> recuperado el 04 de dic, 2018.
- Silla Vacía (2017): Jua Carlos Vélez Uribe, exsenador y excandidato a la Alcaldía de Medellín. <https://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/juan-carlos-velez-uribe>, recuperado 26 de febrero de 2018.
- Silla Vacía (2016): Perfil de Gabriel Jaime Rico, exconcejal de Medellín. <https://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/gabriel-jaime-rico> Recuperado 26 de febrero de 2018.
- Sixto, J. y Túñez, M. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. Revista Latina de ¡Comunicación Social, 66! [En línea]. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/RLCS_art931.pdf [Consulta: 14 junio 2016].
- Sobkowicks P.; Kaschesky, M. y Bouchard, G. (2012). Opinion mining in social media: modeling, simulating an forecasting political opinions in the web. *Government information*, 29, pp. 470 - 479
- Tarullo, R. (2018). El uso estratégico de la interacción en la comunicación de los políticos argentinos en Facebook. *Global Media Journal México*, 15(29), 152–178.
- Tarullo, R. (2018). La emoción en la comunicación política en Facebook: un análisis de los mensajes publicados en Facebook por los dirigentes políticos argentinos Cristina Fernández, Mauricio Macri, Sergio Massa y Daniel Scioli durante el período noviembre 2014-noviembre 201. *Austral Comunicación*, 7(1).



- Texeira, Rodrigo (2018) Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay.
- Thompson, G. y Muntigl, P. (2008). Systemic Functional Linguistics: an interpersonal perspective. En Antos, G. y Ventola, E. (eds.), *Handbook of Interpersonal Communication* (pp. 107-132). Berlin/New-York: Mouton de Gruyter.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, John. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Trejo Delarbe, R. (2011). ¿Hacia una política 2.0? Potencialidades y límites de la red de redes. *Nueva Sociedad*, (235), 62-73.
- Tumasjan, Andranik (2013). *Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment*, Technische Universität München; Leopoldstraße 139, 80804 Munich, Germany
- Túñez, M. y Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. [En línea]. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/RLCS_art931.pdf [Consulta: 14 junio 2016].
- Twitter. (Enero de 2017). Centro de Ayuda - Twitter. Recuperado el 18 de Marzo de 2017, de [Tendencias:https://support.twitter.com/groups/50-welcome-to-twitter/topics/203faqs/articles/349215-sobre-las-tendencias](https://support.twitter.com/groups/50-welcome-to-twitter/topics/203faqs/articles/349215-sobre-las-tendencias).
- Trendinalia Col, (2015). Tendencias, recuperado el 15 de 05 de 2017. <https://twitter.com/trendinaliaCO/status/1123683992866361349>
- Ureña, D. (2011). Decálogo para un candidato 2.0. *Cuadernos de Comunicación Evoca, Comunicación política 2.0*, 4, febrero, pp. 29-33.
- Ureña, D. (2015b). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y pluralismo*, 10, 89-116. [En línea]. Disponible en: http://www.masconsulting.es/wpcontent/uploads/2012/05/Art_ComunicacionPluralismo.pdf [Consulta: 10 julio 2017]
- Valentine, G. (2014): *Reflections on spatial normativities in public life and the future of social relations*, Junio 23; University of Birmingham
- Van Dijk, T. (Ed.) (2001) *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria*. Madrid: Gedisa.
- Van Dijk, T., Mendizábal, I. (1999b). *Análisis del discurso social y político*. Quito: Ediciones ABIYA-YALA.



- Van Peborge, E., (2010). *Odisea 2.0. Las marcas en los medios sociales*, La Crujía, Buenos Aires, 2010.
- Vilches, L; del Río, O; Simelio N; Soler, P; Velásquez T. (2014). *La investigación en comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Watts, D. (2006). *Seis grados de separación: La ciencia de las redes en la era del acceso*. (ND). Barcelona: Paidós.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: the rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research* 25. 2, 2001, págs. 227-252.
- Wolton, D. (2009). La communication politique: construction d'un modèle. *Revista Hermes*, (4), 27-42.
- Wolton, D. (1992). La comunicación política: construcción de un modelo. En: Ferry, Jean Marc. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Woolley, A.W., Aggarwal, I., and Malone, T.W. (2015). "Collective Intelligence and Group Performance." *Current Directions in Psychological Science* 24: 420–24.
- World Cities. El Colegio de la Frontera Norte [College of the northern border], Tijuana, Mexico. Unpublished paper.
- Worldometers (2016). Población mundial actualizada, Medellín <http://www.worldometers.info/es/> [Consulta: 19-06-2016]
- Yu, Harlan. Robinson, David G. (2012). *The New Ambiguity of "Open Government"*, Center for Information Technology Policy at Princeton University; UCLA.
- Zapata, R. (2001). *Ciudadanía, democracia y pluralismo cultural: hacia un nuevo contrato social*. Barcelona: Anthropos Editorial. Zuleta, E. (2001). *El Quijote, un nuevo sentido de la aventura*. Medellín: Hombre Nuevo.
- Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on twitter. *New Media & Society*, 13.
- Zappavigna, M. (2015). Searchable talk: The linguistic functions of hashtags in tweets about schapelle corby. *Global media journal: Australian edition*, 9.
- Zuluaga, Jimena (2012). "Internet: nuevas audiencias, ¿nuevos ciudadanos?" U. Eaffit, Medellín Colfuturo.



ANEXO 1

TABLA DE TRANSCRIPCIÓN DE TUIITS DE JUAN CARLOS VELEZ URIBE

*Más abajo están la de los demás candidatos

CÓDIGO	CADIDATO	FECHA	HORA	TUIT	TIPO DE TUIT	FOTO ANEXA
A1	Vélez Uribe	25/09/2015	7:30 a. m	Este 25 de octubre elige la mejor opción para #Medellín, #ConTodaSeguridad @CeDemocratico @cedemant @Juan_DaPosada	Consignas Otros candidatos/ Partido	NO
A2	Vélez Uribe	25/09/2015	8:45 a.m	Nuestra estrategia ha sido trabajar, trabajar y trabajar por #Medellín y lo seguirá siendo en mi administración, #ConTodaSeguridad.	Propuestas	NO
A3	Vélez Uribe	25/09/2015	10:09 a.m	#ConTodaSeguridad tenemos muchos retos, lograremos superarlos con nuestro plan de gobierno y capacidad de gestión.	Otro	SI
A4	Velez Uribe	25/09/2015	10:25 a.m	Recuperaremos la seguridad de #Medellín, mejoraremos la educación y crearemos oportunidades reales para todos.	Propuestas	SI
A5	Velez Uribe	25/09/2015	10:45 a.m	#AdemásDeSeguridad: recuperaremos el estadio Atanasio Girardot para ustedes y sus familias, #ConTodaSeguridad.	Propuestas	SI
A6	Velez Uribe	25/09/2015	11:45 a.m	#AdemásDeSeguridad: también nos la jugaremos por la educación, implementaremos la #JornadaÚnicaEscolar como debe ser	Propuestas	SI

A7	Velez Uribe	25/09/2015	12:01 p.m	#AdemásDeSeguridad: nuestra meta son 50.000 becas para el 2017 en carreras técnicas y tecnológicas. #VotaCD	Propuestas	SI
A8	Velez Uribe	25/09/2015	1:30 p.m	#AdemásDeSeguridad: cada día es una nueva oportunidad para compartir con la comunidad y promover el #DiálogoPopular	Propuestas	SI
A9	Velez Uribe	25/09/2015	1:35 p.m	Estamos en la 65 con calle 55, invitando a la ciudadanía a votar por los candidatos del @CeDemocratico. #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A10	Velez Uribe	25/09/2015	2:00 p.m	#AdemásDeSeguridad: recorreremos las calles de San Cristóbal, llevando nuestra propuesta por todo el corregimiento.	Agenda de Campaña	SI
A11	Velez Uribe	25/09/2015	3:15 p.m	No incurriré en guerra sucia contra los demás candidatos, más aún cuando hoy algunos quieren que caiga en su juego. No lo haré!!!	Consignas sobre Otros Candidatos/ Partido	NO
A12	Velez Uribe	25/09/2015	3:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: proponemos las posadas campesinas para que nuestros campesinos se beneficien del turismo.	Propuestas	SI
A13	Velez Uribe	25/09/2015	4:50 p.m	#AdemásDeSeguridad: revisaremos con Metrosalud posibilidad de pasar a nivel 2, Unidad Intermedia de San Cristobal	Propuestas	SI
A14	Velez Uribe	25/09/2015	5:20 p.m	#AdemásDeSeguridad: abriremos espacios en Plaza Minorista para que los campesinos vendan sus productos directamente.	Propuestas	SI
A15	Velez Uribe	25/09/2015	5:25 p.m	#AdemásDeSeguridad: recuerden nuestra jornada de pegatón, en este momento continuamos en el Parque El Poblado.	Agenda de Campaña	SI

A16	Velez Uribe	25/09/2015	6:00 p.m	Recuerda enviar tu #PropuestaGanadora al correo redes@juancarlosvelez.com #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO
A17	Velez Uribe	25/09/2015	6:30 p.m	Esta campaña la hemos hecho entre todos y nuestra administración será de todos y para todos.	Consignas sobre otros candidatos/partidos	NO
A18	Velez Uribe	25/09/2015	7:35 p. m	#ConTodaSeguridad: seremos implacables con los proveedores de drogas. Tendremos mano fuerte con el microtráfico en los colegios. #VotaCD	Propuestas	SI
A19	Velez Uribe	25/09/2015	9:05 p.m	#AdemásDeSeguridad: seremos una administración incluyente, trataremos a todos por igual. #Medellin es de todos.	Propuestas	SI
A20	Velez Uribe	25/09/2015	7:10 a.m	#AdemásDeSeguridad: promoveremos el respeto por la diferencia de pensamiento y la libertad de cultos. #VotaCD	Propuestas	SI
A21	Velez Uribe	25/09/2015	8:45 a.m	Llegamos al barrio Andalucía en la Comuna 2. Gracias por el caluroso recibimiento, #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A22	Velez Uribe	25/09/2015	9:30 a.m	Unas empanadas antes de continuar con nuestra siguiente parada, Andalucía en la Comuna 2.	Agenda de Campaña	SI
A23	Velez Uribe	25/09/2015	9:45 a.m	#AdemásDeSeguridad: nuestro compromiso con la comunidad es construir una #Medellín con oportunidades para todos.	Propuestas	SI
A24	Velez Uribe	26/09/2015	10:50 a.m	#ConTodaSeguridad protegeremos a los comerciantes de la zona de las vacunas y extorsiones. #VotaCD	Propuestas	SI

A25	Velez Uribe	26/09/2015	11:45 A.m	Comunidad de Aranjuez pide compromiso para combatir la extorsión y el microtráfico en la zona.	Propuestas	SI
A26	Velez Uribe	26/09/2015	1:10 p.m	Es satisfactorio encontrar en cada barrio de #Medellín tanto apoyo y cariño. #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A27	Velez Uribe	26/09/2015	2:45 p.m	En las calles de Aranjuez se refleja el apoyo de la comunidad con nuestro proyecto político.	Agenda de Campaña	NO
A28	Velez Uribe	26/09/2015	4:05 p.m	#AdemásDeSeguridad: comunidad solicita un alcalde cercano, que trabaje diariamente en la solución de sus problemas	Otro	SI
A29	Velez Uribe	26/09/2015	4:38 p.m	Crearemos una política pública de seguridad en Medellín para combatir el microtráfico, el hurto y la extorsión. Más policías capacitados en esos delitos.	Propuestas	NO
A30	Velez Uribe	26/09/2015	5:52 p.m	Aranjuez pide seguridad para el sector y oportunidades de empleo para los jóvenes de #Medellín.	Otro	SI
A31	Velez Uribe	26/09/2015	6:38 p.m	#AdemásDeSeguridad: nuestros adultos mayores tendrán subsidios de transporte y programas de apoyo. #VotaCD @cedemant	Propuestas	SI
A32	Velez Uribe	26/09/2015	8:10 p.m	La comunidad de Aranjuez interesados en conocer nuestras propuestas para #Medellín #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A33	Velez Uribe	27/09/2015	6:05 a.m	#ConTodaSeguridad tenemos un plan de gobierno creado por y para la comunidad: https://youtu.be/i981GL0SqUg	Noticias	NO
A34	Velez Uribe	27/09/2015	6:45 a.m	#ConTodaSeguridad, el deporte será fundamental en nuestra administración. #VotaCD	Propuestas	NO

A35	Velez Uribe	27/09/2015	7:50 a.m	#ConTodaSeguridad en nuestra administración, #Medellín progresará: https://youtu.be/3UmK2wKw3H8	Noticias	NO
A36	Velez Uribe	27/09/2015	9:10 a.m	Cada día más comprometidos con la comunidad. #ConTodaSeguridad haremos de #Medellin, una mejor ciudad.	Otro	SI
A37	Velez Uribe	27/09/2015	11:18 a.m	#AdemásDeSeguridad: vamos a demostrarle a Colombia, que #Medellín y #Antioquia son Uribistas, #ConTodaSeguridad	Otro	SI
A38	Velez Uribe	27/09/2015	1:35 p.m	Con @andresguerraho acompañamos a Santiago Jaramillo, candidato al @ConcejoMedellin, a su cierre de campaña.	Agenda de Campaña	SI
A39	Velez Uribe	27/09/2015	3:33 p.m	El uribista pura sangre no lo duda y el 25 de octubre vota @CeDemocratico #UribistaVotaCentroDemocrático!	Otro	NO
A40	Velez Uribe	27/09/2015	4:50 p.m	Nuestra campaña es noticia, Jaime Bayly habla sobre nuestras opciones para la Alcaldía de #Medellín: https://youtu.be/8FC3OAHqISY	Noticias	NO
A41	Velez Uribe	27/09/2015	6:25 p.m	Jornada maratónica de nuestros jóvenes. Dejando huella Uribista, #ConTodaSeguridad. #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A42	Velez Uribe	27/09/2015	8:01 p.m	#AdemásDeSeguridad: nuestra meta principal es establecer la Jornada Única Escolar, para preparar mejor a nuestros niños y jóvenes.	Propuestas	SI
A43	Velez Uribe	28/09/2015	7:09 a.m	#AdemásDeSeguridad: hablamos con comunidad de Colinas de Calasanz, en compañía de Estefanía López de @MovimientoMIRA	Agenda de Campaña	SI

A44	Velez Uribe	28/09/2015	8:45 a.m	Protegeremos a nuestros jóvenes, #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO
A45	Velez Uribe	28/09/2015	9:25 a.m	Gracias a @wendyML8 y @hannymendozae por la compañía, y a Juan Esteban Álvarez por la reunión.	Consignas sobre otros Candidatos/partidos	SI
A46	Velez Uribe	28/09/2015	11:00 a.m	¡Contamos contigo! #PropuestaGanadora #ConTodaSeguridad	Otro	NO
A47	Velez Uribe	28/09/2015	12:44 p.m	#ConTodaSeguridad la ayuda de los jóvenes a nuestra campaña es un activo invaluable ¡Gracias por su apoyo! #VotaCD	Otro	SI
A48	Velez Uribe	28/09/2015	2:32 p.m	#AdemásDeSeguridad: @EPMestamosahi seguirá siendo pública, #ConTodaSeguridad.	Noticias	SI
A49	Velez Uribe	28/09/2015	4:04 p.m	#AdemásDeSeguridad: la unión hace la fuerza, vamos con toda la energía y entusiasmo a trabajar duro por #Medellín.	Otro	NO
A50	Velez Uribe	28/09/2015	5:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: nuestra gran apuesta es la implementación de la #JornadaÚnicaEscolar. @cedemant	Propuestas	NO
A51	Velez Uribe	28/09/2015	5:58 p.m	#AdemásDeSeguridad: Está demostrado que #JornadaÚnicaEscolar incide en el mejoramiento de la calidad de la educación	Propuestas	SI
A52	Velez Uribe	28/09/2015	6:35 p.m	#AdemásDeSeguridad: hemos hecho un ejercicio de #DiálogoPopular constante en todos los barrios de #Medellín, #VotaCD	Propuestas	SI

A53	Velez Uribe	28/09/2015	8:33 p.M	#AdemásDeSeguridad: comenzamos reunión con cerca de 400 personas convocadas por Juan Esteban Álvarez.	Agenda de Campaña	SI
A54	Velez Uribe	29/09/2015	6:05 a.m	¡Los invitamos! Actividad programada por el grupo de juventudes. #VotaCD	Agenda de Campaña	NO
A55	Velez Uribe	29/09/2015	9:12 a. m	#AdemásDeSeguridad: indispensable recuperar espacio público a través de concertación con vendedores ambulantes	Propuestas	SI
A56	Velez Uribe	29/09/2015	10:30 a.m	Vamos a recuperar la seguridad de Medellín #ConTodaSeguridad	Agenda de Campaña	SI
A57	Velez Uribe	29/09/2015	11:11 a.m	El 25 de octubre debemos demostrar en las urnas, el apoyo a @CeDemocratico y a @AlvaroUribeVel, #ConTodaSeguridad	Otro	SI
A58	Velez Uribe	29/09/2015	1:45 p.m	Desde Manrique también nos trasmiten sus preocupaciones #AdemasDeSeguridad de empleo, educación y salud.	Agenda de Campaña	SI
A59	Velez Uribe	29/09/2015	3:53 p.m	Gracias por el cariño con que nos reciben; #ConTodaSeguridad juntos haremos de #Medellín una mejor ciudad	Otro	SI
A60	Velez Uribe	29/09/2015	5:10 p.m	Al recuperar seguridad en La Minorista, ciudadanos y extranjeros fortalecerán #CompraLocal, #ConTodaSeguridad.	Propuestas	SI
A61	Velez Uribe	29/09/2015	7:30 p.m	En La Minorista nos piden que recuperemos la seguridad del sector, #ConTodaSeguridad lo haremos #VotaCD	Agenda de Campaña	SI

A62	Velez Uribe	30/09/2015	6:10 a.m	#ConTodaSeguridad construiremos una ciudad para cumplir sueños, #VotaCD	Propuestas	NO
A63	Velez Uribe	30/09/2015	6:55 a.m	El 25 de octubre, el amor del pueblo colombiano, de Medellín y de Antioquia debe sentirse más que nunca. #VotaCD	Otro	SI
A64	Velez Uribe	30/09/2015	7:35 a.m	#AdemásDeSeguridad: comenzamos reunión con candidatos del @ConcejoMedellin y @andresguerraho. #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A65	Velez Uribe	30/09/2015	8:28 a.m	#ConTodaSeguridad Hoy en #Medellín el voto es de opinión. Votemos por un auténtico Programa Integral #VotaCD	Otro	SI
A66	Velez Uribe	30/09/2015	10:11 a.m	#AdemásDeSeguridad: comenzamos reunión con @oscardarioperez. Nos acompaña nuestro futuro gobernador, @andresguerraho	Agenda de Campaña	SI
A67	Velez Uribe	30/09/2015	11:32 a.m	#AdemásDeSeguridad: en Belén la comunidad pide un alcalde presente, que escuche sus necesidades. Así será, #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A68	Velez Uribe	30/09/2015	12:27 p.m	Hoy nos visitaron en nuestra sede Alejandro Palacio y Camilo Grajales de @transparenciaco, con ellos hablamos de campañas transparentes.	Consignas sobre otros candidatos	NO
A69	Velez Uribe	30/09/2015	1:35 p.m	#AdemásDeSeguridad: comenzamos el recorrido por el Parque Belén. La comunidad nos recibe con los brazos abiertos.	Agenda de Campaña	SI
A70	Velez Uribe	30/09/2015	4:23 p.m	#AdemásDeSeguridad, fortaleceremos las instituciones educativas y los programas formadores de maestros. #VotaCD	Propuestas	SI

A71	Velez Uribe	30/09/2015	6:15 p.m	#AdemásDeSeguridad: daremos a los maestros la importancia que deben tener, #ConTodaSeguridad. #VotaCD	Propuestas	NO
A72	Velez Uribe	30/09/2015	7:52 p.m	Mi posición frente a #ParquesdelRío ha sido la misma, terminaré lo contratado pero no continuaré las demás etapas. http://www.elcolombiano.com/me-la-tengo-que-jugar-por-bajar-las-tarifas-de-energia-EN2852600 ...	Noticias	NO
A73	Velez Uribe	30/09/2015	9:10 p.m	#ConTodaSeguridad apoyaremos a nuestros jóvenes a construir sus sueños. @marianamusic @PASABORDO @cedemant #VotaCD	Propuestas	NO
A74	Velez Uribe	01/10/2015	7:10 a.m	¡Los esperamos! #ConTodaSeguridad	Otro	NO
A75	Velez Uribe	01/10/2015	7:54 a.m	#LoQueEsConUribeEsConmigo	Otro	NO
A76	Velez Uribe	01/10/2015	8:38 a.m	El mejor mensaje para el país es que el próximo 25 de octubre, votemos masivamente por candidatos @CeDemocratico #LoQueEsConUribeEsConmigo	Consignas sobre otros candidatos/ Partido	NO
A77	Velez Uribe	01/10/2015	9:35 a.m	#AdemásDeSeguridad: cada día se suman más y más ciudadanos a nuestro proyecto para #Medellín. Vamos con todo #VotaCD	Otro	SI
A79	Velez Uribe	01/10/2015	12:05 p.m	#AdemásDeSeguridad: trabajamos día a día por una Alcaldía de propuestas claras, coherentes e integrales. #VotaCD	Propuestas	SI
A80	Velez Uribe	01/10/2015	1:25 p.m	#AdemásDeSeguridad: queremos educación, vivienda, empleo y salud de calidad para todos los medellinenses. #VotaCD	Propuestas	SI

A81	Velez Uribe	01/10/2015	3:21 p.m	#AdemásDeSeguridad: los planes de vivienda deben beneficiar a quienes más lo necesitan, trabajaremos en ello #VotaCD	Propuestas	SI
A82	Velez Uribe	01/10/2015	4:40 p.m	“Los uribistas son muy cautos y prudentes en lanzar gritos de victoria”: http://www.elmundo.com/movil/noticia_detalle.php?idx=264141& ... #ConTodaSeguridad	Noticias	NO
A83	Velez Uribe	01/10/2015	5:02 p.m	Cada día que pasa nos acercamos a nuestra meta, hacer de #Medellín una ciudad mejor	Propuestas	SI
A84	Velez Uribe	01/10/2015	7:12 p.m	Gracias Medellín, ya somos 80 mil en Facebook y #ConTodaSeguridad seremos más	Otro	NO
A85	Velez Uribe	02/10/2015	8:55 p.m	Hablamos de Movilidad y Educación, #AdemasDeSeguridad con Leonardo Correa Ferrucho, en el Ventanal de Antioquia: Emisora La Voz de la Raza	Propuestas	NO
A86	Velez Uribe	02/10/2015	7:10 a.m	Los delitos que más afectan a los ciudadanos es el Microtráfico, Extorsión y Hurto a Personas: Los enfrentaremos #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO
A87	Velez Uribe	02/10/2015	10:35 a.m	A las 10:00 p.m. estaré en el programa el Ventanal de Antioquia en la emisora la Voz de la Raza, 1200 AM para #Medellín y #Antioquia.	Agenda de Campaña	NO
A88	Velez Uribe	02/10/2015	1:12 p.m	Jaime Bayly habla de nuestro proyecto para Medellín, #ConTodaSeguridad" en YouTube - https://youtu.be/SJKFEMqdxRA	Noticias	NO
A89	Velez Uribe	02/10/2015	3:25 p.m	#AdemásdeSeguridad: ampliaremos la capacidad del Estadio Atanasio Girardot a través de alianzas público privadas o concesión	Propuestas	NO

A90	Velez Uribe	02/10/2015	4:12 p.m	Toda mi solidaridad con mi compañero @RicoGabriel, me enteré del momento difícil que atraviesa con su madre. Fuerza	Otros	NO
A91	Velez Uribe	02/10/2015	6:40 p.m	#ConTodaSeguridad protegeremos a nuestros ciudadanos y les devolveremos la tranquilidad, #VotaCD	Propuestas	NO
A92	Velez Uribe	02/10/2015	7:50 p.m	#AdemásDeSeguridad, síguenos en nuestras redes sociales y conoce de primera mano nuestra propuesta para #Medellín.	Propuestas	NO
A93	Velez Uribe	03/10/2015	6:18 a.m	#ConTodaSeguridad haremos de #Medellín, una ciudad competitiva que generará empleo para sus ciudadanos. #VotaCD	Propuestas	NO
A94	Velez Uribe	03/10/2015	7:25 a.m	Colombia #ConTodaSeguridad esta tarde vamos a ganar!!! . Estamos #ConLaTricolorPuesta	Otro	NO
A95	Velez Uribe	03/10/2015	9:50 a.m	#ConTodaSeguridad, día a día llegamos con nuestra propuesta a cada rincón de #Medellín, #VotaCD	Propuestas	SI
A96	Velez Uribe	03/10/2015	9:55 a.m	#AdemásDeSeguridad garantizaremos el libre acceso al deporte y la recreación a través de la articulación de entidades públicas y programas	Propuestas	NO
A97	Velez Uribe	03/10/2015	1:14 p.m	Comienza a notarse el trabajo que está haciendo @andresguerraho con la comunidad. Apoyo total, #VotaCD	Consignas sobre otros candidatos/partidos	NO
A98	Velez Uribe	03/10/2015	3:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: entendemos el deporte como apoyo emocional y psicológico para nuestros jóvenes, #VotaCD	Propuestas	NO
A99	Velez Uribe	03/10/2015	6:12 p.m	La seguridad es un valor democrático, #ConTodaSeguridad tendremos mano firme contra la delincuencia.	Propuestas	SI

A100	Velez Uribe	03/10/2015	7:40 p.m	Con nuestro programa de gobierno para #Medellín, podrás volver a soñar y a gozar con #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO
A101	Velez Uribe	03/10/2015	9:00 p.m	#AdemásDeSeguridad: creamos un programa de gobierno con la comunidad para superar los retos que tiene #Medellín	Propuestas	NO
A102	Velez Uribe	04/10/2015	11:35 a.m	#AdemásDeSeguridad, mejoraremos la calidad de vida de los medellinenses a través del deporte.	Propuestas	NO
A103	Velez Uribe	04/10/2015	5:17 p.m	#AdemásdeSeguridad: apoyaremos todas las ligas deportivas de #Medellín, e integraremos el Inder con Indeportes.	Propuestas	SI
A104	Velez Uribe	05/10/2015	8:32 a.m	#ConTodaSeguridad con Juan Carlos Vélez Uribe podremos ...	Otro	NO
A105	Velez Uribe	05/10/2015	8.55 a.m	Envía tu #PropuestaGanadora hasta el 12 octubre, al correo redes@juancarlosvelezuribe.com. ¡Contamos contigo!	Otro	NO
A106	Velez Uribe	05/10/2015	10:12 a.m	Cada día trabajamos por un mejor mañana para #Medellín y #Antioquia. En equipo lo logaremos, #FelizJueves	Propuestas	SI
A107	Velez Uribe	05/10/2015	11:05 A.m	#AdemásDeSeguridad: síguenos en nuestras redes y conoce de primera mano nuestra propuesta para #Medellín.	Otros	NO
A108	Velez Uribe	05/10/2015	2:43 p.m	#ConTodaSeguridad disminuirémos la tasa de delitos contra la vida, la integridad personal y el patrimonio económico de los medellinenses.	Propuestas	NO
A109	Velez Uribe	05/10/2015	6:02 p.m	#AdemásDeSeguridad: crearemos campañas para reducir las emisiones de CO2, #VoteCD	Propuestas	SI

A110	Velez Uribe	05/10/2015	6:34 p.m	#Medellín será una ciudad en la que todos sus jóvenes realizarán sus sueños, #ConTodaSeguridad. #VotaCD	Propuestas	SI
A111	Velez Uribe	05/10/2015	7:23 p.m	#AdemasDeSeguridad, haremos de los 7 cerros tutelares de #Medellín grandes Jardines Botánicos al aire libre. #VotaCD	Propuestas	SI
A112	Velez Uribe	05/10/2015	9:00 p.m	#ConTodaSeguridad seremos una administración de puertas abiertas, dispuesta a escuchar y trabajar con la comunidad.	Propuestas	NO
A113	Velez Uribe	06/10/2015	2:15 p.m	Seguimos trabajando con toda la energía, #ConTodaSeguridad	Otra	NO
A114	Velez Uribe	06/10/2015	3:05 p.m	#AdemásDeSeguridad: lideraremos campañas para mejorar la calidad del aire y controlar las emisiones de ruido	Propuestas	SI
A115	Velez Uribe	06/10/2015	3:10 p.m	#AdemásDeSeguridad: compartimos con los estudiantes de la @UdeM61 nuestras propuestas que fueron muy bien acogidas.	Agenda de Campaña	SI
A116	Velez Uribe	07/10/2015	7:22 a.m	Nuestro objetivo común es recuperar la seguridad con las instituciones del Estado, #ConTodaSeguridad #VotaCD	Propuestas	SI
A117	Velez Uribe	07/10/2015	7:58 a.m	Nuestro objetivo común es recuperar la seguridad con las instituciones del Estado, #ConTodaSeguridad #VotaCD	Propuestas	SI
A118	Velez Uribe	07/10/2015	8:43 a.m	#AdemásDeSeguridad: hablamos con @KienyKe sobre nuestras propuestas para #Medellín: https://www.youtube.com/watch?v=GZp2dYKUSnY ... #VotaCD	Noticias	NO
A119	Velez Uribe	07/10/2015	10:12 a.m	#AdemasDeSeguridad lideraremos proyectos de reforestación en zonas afectadas por la expansión poblacional e industrial que vive Medellín	Propuestas	NO

A120	Velez Uribe	07/10/2015	11:28 a.m	#AdemásDeSeguridad: apoyaremos a nuestros emprendedores, promoveremos la economía y la compra local. #VotaCD	Propuestas	SI
A121	Velez Uribe	07/10/2015	12:55 p.m	#ConTodaSeguridad: este es el equipo de @CeDemocratico y juntos recuperaremos la seguridad en #Medellín y #Antioquia	Propuestas	SI
A122	Velez Uribe	07/10/2015	1:34 p.m	#ConTodaSeguridad tendremos en el 2019 una #Medellín segura, con educación de calidad y oportunidades para todos	Propuestas	NO
A123	Velez Uribe	07/10/2015	2:49 p.m	#ConTodaSeguridad el trabajo en equipo fortalece en los momentos difíciles e impulsa al éxito	Otro	si
A124	Velez Uribe	07/10/2015	4:05 p.m	Con el apoyo de las JAL y la comunidad, estableceremos las prioridades de cada comunidad #AdemasDeSeguridad #VotaCD	Propuestas	SI
A125	Velez Uribe	07/10/2015	5:18 p.m	Felices con adhesión de @hannymendozae a nuestro proyecto para #Medellín. #ConTodaSeguridad haremos un gran equipo	Mención a otros candidatos/ partidos	SI
A126	Velez Uribe	07/10/2015	6:09 p.m	#AdemásDeSeguridad: Gracias a Gustavo Rodríguez y @jtolozac del @MovimientoMIRA por el apoyo y acompañamiento.	Mención a otros candidatos/ Partidos	SI
A127	Velez Uribe	07/10/2015	6:40 p.m	#ConTodaSeguridad: trabajaremos día y noche para acabar con barreras invisibles, debemos proteger a nuestros niños.	Propuestas	NO
A128	Velez Uribe	07/10/2015	7:50 p.m	#AdemásDeSeguridad: invertir en educación es sembrar futuro, por ello implementaremos la #JornadaÚnicaEscolar	Propuestas	SI
A129	Velez Uribe	08/10/2015	8:22 a.m	#AdemásDeSeguridad: he trabajado fuertemente con mi equipo y con la comunidad para administrar a #Medellín	Propuestas	SI
A130	Velez Uribe	08/10/2015	10:14 a.m	#AdemásDeSeguridad: compartiendo con docentes y directivos de @UnacColombia nuestras propuestas para #Medellín	Propuestas	SI

A131	Velez Uribe	08/10/2015	2:13 p.m	Cuéntanos tu #PropuestaGanadora seleccionaremos la mejor, la estudiaremos para ser acogida en nuestra administración	Propuestas	NO
A132	Velez Uribe	08/10/2015	4:18 p.m	Gracias a Moda y Diseño por el regalo, este es el cariño que nos anima a trabajar cada día por una #Medellín mejor.	Otro	SI
A133	Velez Uribe	08/10/2015	5:50 p.m	#AdemásDeSeguridad: ahora en las instalaciones de ECAR, sus empleados nos piden apoyo en seguridad y educación.	Agenda de Campaña	SI
A134	Velez Uribe	08/10/2015	7:12 p.m	#AdemásDeSeguridad: me comprometo a priorizar la educación de calidad como eje de principal en la recuperación de valores ciudadanos.	Propuestas	NO
A135	Velez Uribe	09/10/2015	6:03 p.m	#AdemásDeSeguridad: me comprometo a crear estímulos para inversión y empleo. #VotaCD	Propuestas	NO
A136	Velez Uribe	10/10/2015	7:57 a.m	#AdemásDeSeguridad: como alcalde me comprometo a fortalecer y mejorar el servicio de salud.	Propuestas	SI
A137	Velez Uribe	10/10/2015	8:15 a.m	#AdemásDeSeguridad: Llegamos a la empresa Moda y Diseño a compartir nuestras propuestas para #Medellín. #VotaCD	Agenda de campaña	SI
A138	Velez Uribe	10/10/2015	8:25 a.m	Hablamos con Federico Cardona Pabón de @cidcca, sobre la creación de espacios accesibles para personas con discapacidad en #Medellín	Propuestas	NO
A139	Velez Uribe	10/10/2015	9:40 a.m	Apoyo a @andresguerraho para Gobernación en @elcolombiano	Noticias	NO
A140	Velez Uribe	10/10/2015	11:45 a.m	#AdemásDeSeguridad: mejoraremos la calidad de atención en urgencias, mejorando y ampliando horarios en centro de salud de @Metrosalud.	Propuestas	NO
A141	Vélez Uribe	10/10/2015	3:58 p.m	#AdemásDeSeguridad: De 100 suicidios que se producen en #Medellín, más de 40 son de jóvenes, esto debe cambiar.	Noticias	SI

A142	Velez Uribe	10/10/2015	5:15 p.m	#AdemásDeSeguridad: en materia de salud, es indispensable una cultura de prevención y vida saludable. #VotaCD	Propuestas	SI
A143	Velez Uribe	10/10/2015	9:01 p.m	#AdemásDeSeguridad: Otra gran apuesta en educación es la formación virtual. Entregaremos 50 mil becas de este tipo.	Propuestas	SI
A144	Velez Uribe	11/10/2015	8:12 a.m	#AdemásDeSeguridad: La #JornadaÚnicaEscolar mejora la calidad de la educación al enfatizar en competencias laborales	Propuestas	NO
A145	Velez Uribe	11/10/2015	8:55 a.m	#Medellín tiene problemas de seguridad que persisten de manera estructural y que debemos afrontar: el hurto, el microtráfico y la extorsión.	Propuestas	NO
A146	Velez Uribe	11/10/2015	10:17 a.m	#AdemásDeSeguridad: próximos a comenzar reunión en el Instituto Ferrini. #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A147	Velez Uribe	11/10/2015	11:45 a.m	#AdemasDeSeguridad:Crearemos oportunidades de ingreso para los más vulnerables a través de programas sociales	Propuestas	SI
A148	Velez Uribe	11/10/2015	1:23 p.m	#ConTodaSeguridad comenzamos cada día con la determinación de hacer de #Medellín, una ciudad mejor. #FelizMartes	Propuestas	SI
A149	Velez Uribe	11/10/2015	3:18 p.m	En la recta final contamos con el acompañamiento de @carlosaperez consultor ganador en la elección anterior. Refuerzo para el triunfo	Consignas sobre otros candidatos/partidos	NO
A150	Velez Uribe	11/10/2015	3:22 p.m	#DebateMedellín: contra la corrupción tendremos mayor control interno, universidades haciendo veeduría y apoyo al clima organizacional.	Propuestas	NO
A151	Velez Uribe	11/10/2015	5:01 p.m	#DebateMedellín: La plusvalía que está en la ley debe implementarse en la ciudad, con esto mejoramos la justicia social. #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO

A152	Velez Uribe	11/10/2015	5:18 p.m	La delincuencia y el mejoramiento de la movilidad no se logra persiguiendo a los motociclistas. #ConTodaSeguridad #VoteCD	Propuestas	NO
A153	Velez Uribe	11/10/2015	8:00 p.m	Queremos que los niños y jóvenes no consuman droga, haremos campañas de prevención pero aprehenderemos a quienes la vendan.	Propuestas	NO
A154	Velez Uribe	12/10/2015	11:09 a.m	No vamos a armar a la ciudadanía, vamos a pedirles que nos ayuden con información para ser más eficaces #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO
A155	Velez Uribe	12/10/2015	11:45 a.m	Me encargaré personalmente de la seguridad de la ciudad. Vamos a erradicar el microtráfico, el fleteo y la extorsión.	Propuestas	NO
A156	Velez Uribe	12/10/2015	2:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: cuando el apoyo es tanto, las responsabilidades son más grandes. ¡Gracias #Medellín!	Otro	NO
A157	Velez Uribe	12/10/2015	5:12 p.m	Simplificaremos trámites para empresas. #ConTodaSeguridad incentivaremos la creación de nuevas fuentes de trabajo	Propuestas	NO
A158	Velez Uribe	12/10/2015	5:25 p.m	#AdemásDeSeguridad: no habrá despidos masivos, mensaje para los empleados de @AlcaldiadeMed #VotaCD	Propuestas	NO
A159	Velez Uribe	12/10/2015	6:22 p.m	Hablamos con @RedMasNoticias sobre nuestra propuesta de #Seguridad, #Educación y #Competitividad	Agenda de Campaña	SI
A160	Velez Uribe	12/10/2015	7:10 p.m	#AdemásDeSeguridad:es indispensable apoyar a @andresguerraho para que sea el próximo gobernador de #Antioquia #VotaCD	Consignas sobre otros candidatos / partidos	NO
A161	Velez Uribe	12/10/2015	8:50 p.m	#AdemásDeSeguridad: @andresguerraho tiene las cualidades necesarias para gobernar a #Antioquia con éxito #VotaCD	Consignas sobre otros candidatos/ partidos	SI

A162	Velez Uribe	12/10/2015	9:01 p.m	#AdemásDeSeguridad: el habitante de calle consumidor, lo trataremos para controlarle la adicción. Con ellos el reto es más exigente #VotaCD	Propuestas de Campaña	NO
A163	Velez Uribe	13/10/2015	7:13 a.m	#AdemásDeSeguridad: habitantes de calle con problemas de salud mental, los trataremos en el Hospital Mental para que recuperen sus vidas.	Propuestas	SI
A164	Velez Uribe	13/10/2015	8:15 a.m	#ConTodaSeguridad: trabajaremos con la comunidad a través de sistema de comunicación enlazado con la policía. #VotaCD	Propuestas	SI
A165	Velez Uribe	13/10/2015	8:23 A.m	#NoAlParqueDelRio, termino lo contratado y continuo recuperando espacios para las familias.	Propuestas	NO
A166	Velez Uribe	13/10/2015	8:55 a.m	#AdemásDeSeguridad: en la empresa Envía hablamos de programas para educar a conductores, motociclistas y peatones	Propuestas	SI
A167	Velez Uribe	13/10/2015	10:50 a.m	#AdemásDeSeguridad: continuamos trabajando entusiasmados, pero seguros de que la meta es ganar el 25 de octubre.	Otro	SI
A168	Velez Uribe	13/10/2015	11:05 a.m	Iniciamos felices la semana. El trabajo en equipo y la constancia, #ConTodaSeguridad valdrán la pena, #FelizLunes	Otro	SI
A169	Velez Uribe	13/10/2015	11:40 a.m	#ConTodaSeguridad el agradecimiento y cariño del pueblo colombiano por @AlvaroUribeVel, jamás le será arrebatado	Consignas sobre otros candidatos/ partidos	NO
A170	Velez Uribe	13/10/2015	3:23 p,m	#ConTodaSeguridad nuestro proyecto para #Medellín busca que sea una ciudad segura, con educación de calidad, incluyente y competitiva #VotaCD	Propuestas	NO
A171	Velez Uribe	13/10/2015	6:18 p.m	#AdemásDeSeguridad:El adulto mayor necesita más apoyo. Recuperaremos la dignidad y la importancia de nuestros abuelos	Propuestas	SI

A172	Velez Uribe	13/10/2015	6:34 p.m	#AdemásDeSeguridad: En #Medellín tendremos viviendas dignas y de calidad. No más viviendas de 40 metros. #VotaCD	Propuestas	NO
A173	Velez Uribe	13/10/2015	7:00 p.m	#AdemásDeSeguridad: estamos en Ciudadela Nuevo Occidente con @AlvaroUribeVel y @andresguerraho. #VotaCD	Agenda de campaña	SI
A174	Velez Uribe	14/10/2015	9:12 a.m	#AdemásDeSeguridad: quiero que los jóvenes de #Medellín estudien; porque la mejor forma de crear futuro es a través de la educación" #VotaCD	Propuestas de campaña	NO
A175	Velez Uribe	14/10/2015	10:25 a.m	#AdemásDeSeguridad: seré alcalde para servir y para mejorar las necesidades reales de la comunidad #SíSePuede	Otro	SI
A176	Velez Uribe	14/10/2015	10:52 a.m	#AdemásDeSeguridad: @Regina_Zuluaga incansable a nuestro lado. Sumamos para generar bienestar no para propiciar odios	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A177	Velez Uribe	14/10/2015	11:15 a.m	Muy agradecido con @MovimientoMIRA por su apoyo. #SíSePuede recuperar la seguridad en #Medellín, #ConTodaSeguridad	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A178	Velez Uribe	14/10/2015	12:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: disfrutando con @MargaritaRepo unas hojuelas en Castilla. Muy agradecidos con su apoyo. #VotaCD	Consigna sobre otros candidatos/partidos	SI
A179	Velez Uribe	14/10/2015	1:56 p.m	EN DIRECTO en #Periscope: Juan Carlos Vélez Uribe con el Movimiento Político MIRA en el barrio Kennedy https://www.periscope.tv/w/aOGYpTcONTIxOTd8MW5BSkv2b0JB Tm54TGZEQz53UYKzKOZO64-Is-mh1I72rU_Jwk-RY_C18qB6 ...	Noticias	NO
A180	Velez Uribe	14/10/2015	2:43 p.m	#AdemásDeSeguridad: tendremos para nuestros jóvenes: Universidad Virtual, Fondo Emprender y Tarjeta Joven. #VotaCD	Propuestas	SI

A181	Velez Uribe	14/10/2015	3:15 p.m	#AdemásDeSeguridad: empresas que empleen a personas discapacitadas, tendrán hasta un 30% de descuentos tributarios	Propuestas	SI
A182	Velez Uribe	14/10/2015	5:22 p.m	#ConTodaSeguridad apoyaremos a la comunidad de Castilla, dicen que "vacunas" acaban con economía del sector. #VotaCD	Otro	SI
A183	Velez Uribe	14/10/2015	7:15 p.m	#AdemásDeSeguridad: ejecutaremos programas de protección animal #DiaMundialDeLosAnimales #VotaCD	Propuestas	NO
A184	Velez Uribe	14/10/2015	7:50 p.m	#AdemásDeSeguridad: iniciamos recorrido por el barrio Castilla, cerca a la Cancha Maracaná. #DiálogoPopular #VotaCD	Agenda de Campaña	SI
A185	Velez Uribe	14/10/2015	8:52 p.m	Incentivaremos programa de Adopción Responsable para animales abandonados; #AdemasDeSeguridad en nuestro Plan de Gobierno	Propuestas	NO
A186	Velez Uribe	14/10/2015	8:57 p.m	#AdemasDeSeguridad, incentivaremos el respeto, protección y cuidado de los animales en #Medellin #DiaDeLosAnimales	Propuestas	NO
A188	Velez Uribe	15/10/2015	4:55 p.m	#AdemásDeSeguridad: recomiendo ir a @MerCampesinos y comprar los productos de nuestros campesinos. #compralocal	Otro	NO
A189	Velez Uribe	15/10/2015	6:18 p.m	#AdemásDeSeguridad: Tenemos un plan para que pequeños y medianos productores exhiban sus productos	Propuestas	NO
A190	Velez Uribe	15/10/2015	7:09 p.m	#AdemásDeSeguridad: Llegamos a @MerCampesinos a saludar a los visitantes, hablamos con ellos de nuestras propuestas.	Agenda de Campaña	SI
A191	Velez Uribe	15/10/2015	8:10 p.m	#AdemásDeSeguridad, la esperanza de un futuro prometedor para #Medellín está cada vez más cerca, #FelizDomingo	Otro	NO
A192	Velez Uribe	15/10/2015	9:45 p.m	#ConTodaSeguridad: haremos de #Medellín, una ciudad amigable para las futuras generaciones. #VotaCD	Propuestas	NO
A193	Velez Uribe	16/10/2015	6:35 a.m	#AdemásDeSeguridad: en Bendito Seas exponemos #JornadaÚnicaEscolar y Universidad Virtual. #VotaCD	Agenda de Campaña	SI

A194	Velez Uribe	16/10/2015	7:43 a.m	#AdemásDeSeguridad: entregaremos 50 mil subsidios de transporte para adultos mayores. #VotaCD	Propuestas de campaña	SI
A195	Velez Uribe	16/10/2015	10:12 a.m	#AdemásDeSeguridad: gracias a Guillermo García y Ricardo Pereira por convocar la reunión. #VotaCD	Agenda de campaña	SI
A196	Velez Uribe	16/10/2015	10:56 a.m	#AdemásDeSeguridad: en San Joaquín hablamos de la importancia de recuperar espacios públicos para las familias	Agenda de Campaña	SI
A197	Velez Uribe	16/10/2015	1:13 p.m	#AdemásDeSeguridad: así es como explicamos a la comunidad, nuestra propuesta para fotomultas https://www.facebook.com/jcvelezuribe/videos/1646887582217943/ ...	Noticias	NO
A198	Velez Uribe	16/10/2015	2:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: continuaremos y mejoraremos los programas de vivienda para los más vulnerables.	Propuestas	SI
A199	Velez Uribe	16/10/2015	4:15 p.m	#AdemásDeSeguridad: en Manrique nos recibieron con los brazos abiertos. Fue una tarde muy productiva, mil gracias.	Agenda de Campaña	SI
A200	Velez Uribe	16/10/2015	5:10 p.m	#ConTodaSeguridad en todos los barrios de la ciudad recibimos muestras de apoyo y cariño ¡Gracias #Medellín!	Otro	SI
A201	Velez Uribe	16/10/2015	7:02 p.m	#AdemásDeSeguridad:incentivamos el #DiálogoPopular por toda la ciudad. La comunidad preocupada por seguridad y empleo	Otro	NO
A202	Velez Uribe	16/10/2015	7:56 p.m	EN DIRECTO en #Periscope: El candidato a la Alcaldía de Medellín Juan Carlos Vélez Uribe en la 45, Manrique. https://www.periscope.tv/w/aOBIPzc0NTIxOTd8MVJER2xWYmF6bWp4TO38zO-ihvqS__tv7_xPBGelSqftcMIIU7rLfwA4vk-8 ...	Noticias	NO
A203	Velez Uribe	17/10/2015	11:02 a.m	#AdemásDeSeguridad: a esta hora comenzamos recorrido por Manrique Oriental con candidatos al @ConcejoUribeMed.	Agenda de Campaña	SI

A204	Velez Uribe	17/10/2015	11:40 a.m	#ConTodaSeguridad trabajaré día y noche para recuperar la seguridad de #Medellín, sabemos cómo hacerlo.	Propuestas	NO
A205	Velez Uribe	17/10/2015	11:57 a.m	#AdemásDeSeguridad: la Administración Municipal debe escuchar a las JAL, por el bien de cada comunidad.	Otro	NO
A206	Velez Uribe	17/10/2015	2:09 p.m	#AdemásDeSeguridad: trabajaremos en equipo con las Juntas Administradoras Locales	Propuestas	NO
A207	Velez Uribe	17/10/2015	4:55 p.m	Comenzamos reunión con @Fabiohrivera @duquenicolas y comunidad del 12 de Octubre. Estamos muy felices de estar aquí	Agenda de campaña	SI
A208	Velez Uribe	17/10/2015	5:18 p.m	#AdemasdeSeguridad garantizaremos los recursos en el Plan de Desarrollo para mantener el programa #BuenComienzo	Propuestas	SI
A209	Velez Uribe	17/10/2015	6:40 p.m	#AdemásDeSeguridad: preparados para recorrer el barrio 12 de octubre con @Regina_Zuluaga y @Fabiohrivera.	Agenda de campaña	SI
A210	Velez Uribe	17/10/2015	7:10 p.m	#AdemásDeSeguridad, otras prioridades en mi administración serán: #JornadaÚnicaEscolar, empleo, movilidad y salud.	Propuestas	SI
A211	Velez Uribe	17/10/2015	7:34 p.m	#AdemásDeSeguridad: en zona industrial de Belén, ante 500 personas, explicamos nuestro plan de vivienda.	Agenda de campaña	SI
A212	Velez Uribe	17/10/2015	7:38 p.m	#Medellín reclama acción, pide que nos unamos para hacerlo bien y ahora. #ConTodaSeguridad juntos lo lograremos	Propuestas	NO
A213	Velez Uribe	17/10/2015	8:12 p.m	Vamos con #ConTodaSeguridad a trabajar en equipo con la comunidad para recuperar el rumbo de #Medellín	Propuestas	SI
A214	Velez Uribe	17/10/2015	8:42 p,m	#AdemásDeSeguridad: daremos a #Medellín lo que quiere y necesita: seguridad, educación de calidad, empleo y salud	Propuestas	NO

A215	Velez Uribe	17/10/2015	10:05 p.m	En Belén @jcvelezuribe expone sus propuestas. Medellín sabe que este es el alcalde que necesita #ConTodaSeguridad	Agenda de Campaña	SI
A216	Velez Uribe	18/10/2015	5:23 p.m	#AdemásDeSeguridad: Siendo alcalde, volveré a los barrios con los consejos comunales para trabajar con la comunidad	Propuestas	SI
A217	Velez Uribe	18/10/2015	7:36 p,m	#ConTodaSeguridad: "fronteras invisibles" ahora son "fronteras neutrales" de tres combos, y los comerciantes tienen que pagar tres "vacunas"	Propuestas	NO
A218	Velez Uribe	19/10/2015	7:18 a.m	#AdemásDeSeguridad: Con @Regina_Zuluaga en el Parque de Belén. Cerca de 350 personas escuchan nuestras propuestas.	Agenda de campaña	SI
A219	Velez Uribe	19/10/2015	8:15 a.m	#AdemásDeSeguridad: Nuestra propuesta de Educación para #Medellin . https://www.youtube.com/watch?v=QCKPxfBcTog&feature=youtu.be ... @CeDemocratico @cedemant @AlvaroUribeVel	Noticias	NO
A220	Velez Uribe	19/10/2015	9:32 a.m	#ConTodaSeguridad comprometidos con Medellín, Antioquia y Colombia.	Otro	NO
A221	Velez Uribe	19/10/2015	10:24 a.m	Es perentorio ganar con @AlvaroUribeVel: http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/es-perentorio-ganar-con-uribe-NN2816528 ...	Noticias	NO
A222	Velez Uribe	19/10/2015	11:45 a.m	#AdemásDeSeguridad: Apoyamos tu salud, el #CancerDeMama se puede prevenir. Véncelo examinándote regularmente.	Propuestas	NO
A224	Velez Uribe	19/10/2015	1:09 p.m	#AdemásDeSeguridad: el Plan de Infraestructura y Movilidad, mejorará el desplazamiento de personas con discapacidad	Propuestas	SI

A225	Velez Uribe	19/10/2015	3:12 p.m	#AdemásDeSeguridad: el 62% de los niños de #Medellín van a pie a sus colegios, para ellos construiremos andenes amplios y seguros.	Propuestas	NO
A226	Velez Uribe	19/10/2015	4:23 p.m	Recibimos a @BernardoAGuerra en nuestra reunión. Lucha contra inseguridad y corrupción es un hecho, #ConTodaSeguridad	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A227	Velez Uribe	19/10/2015	5:15 p.m	#AdemasDeSeguridad, el respeto empieza por casa. Escuchamos atentamente la intervención de @andresguerraho	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A228	Velez Uribe	20/10/2015	7:23 a.m	Con @andresguerraho, estamos reunidos con más de 600 personas para hablar #AdemasDeSeguridad, de empleo y salud	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A229	Velez Uribe	20/10/2015	8:45 a.m	#AdemásDeSeguridad: llegamos al centro de #Medellín con nuestra propuesta de seguridad, educación y competitividad	Agenda de campaña	SI
A230	Velez Uribe	20/10/2015	8:50 a.m	Nuestra campaña la ha caracterizado el #DiálogoPopular, en nuestra administración seguiremos cercanos a la comunidad	Propuestas	NO
A231	Velez Uribe	20/10/2015	9:34 a.m	En Buenos Aires nos preguntan por @AlvaroUribeVel, le envían sus saludos y cariño. Ese es el sentir de #Medellín	Agenda de Campaña	SI
A232	Velez Uribe	20/10/2015	11:56 a.m	#AdemásDeSeguridad: #DiálogoPopular como sólo los candidatos del @CeDemocratico sabemos hacerlo.	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A233	Velez Uribe	20/10/2015	12:40 p.m	#AdemásDeSeguridad: comenzamos recorrido por el barrio Buenos Aires con candidatos del @ConcejoUribeMed.	Agenda de campaña	SI

A234	Velez Uribe	20/10/2015	1:18 p.m	Utilizaremos tecnología para prevenir y disminuir la delincuencia. #ConTodaSeguridad ningún delincuente pasará por alto la justicia.	Propuestas	SI
A235	Velez Uribe	20/10/2015	2:78 p.m	#AdemásDeSeguridad: estructuraremos un plan vial que dé continuidad a los ejes norte sur y oriente occidente del Valle de Aburrá	Propuestas	SI
A236	Velez Uribe	20/10/2015	3:45 p.m	#AdemásDeSeguridad: mejoraremos la movilidad del peatón, el ciclista, el motociclista y el conductor.	Propuestas	SI
A237	Velez Uribe	20/10/2015	4:18 p.m	#AdemásDeSeguridad: mejoraremos circulación de peatones en #Medellín, recuperando espacio público para ellos.	Propuestas	SI
A238	Velez Uribe	20/10/2015	5:34 p.m	#AdemásDeSeguridad:Fortalecer unidades intermedias y centros de salud de @Metrosalud con tecnología y recurso humano	Propuestas	SI
A239	Velez Uribe	20/10/2015	6:34 p.m	Recuperar la seguridad en #Medellín es nuestra prioridad, para ello debemos trabajar en educación, empleo y salud.	Propuestas	SI
A240	Velez Uribe	20/10/2015	8:13 p.m	#ConTodaSeguridad trabajaré diariamente por mi ciudad.	Otro	NO
A241	Velez Uribe	21/10/2015	9:34 a.m	Con María V del @elcolombiano hablamos sobre #seguridad, #educación, #salud, temas de nuestro programa de gobierno.	Noticias	SI
A242	Velez Uribe	21/10/2015	10:13 a.m	#AdemásDeSeguridad: garantizaremos que el primer acuerdo de pago de las fотomultas para conductores y motociclistas, sean sin fiador	Propuestas	NO
A243	Velez Uribe	21/10/2015	10:59 a.m	#AdemásDeSeguridad: Lo que tenemos que hacer con recursos es invertirlos en #educación. Diálogo de candidatos @AlcaldiaMed #CUEE	Propuestas	NO
A244	Velez Uribe	21/10/2015	11:46 a.m	#AdemásDeSeguridad: es importante que temas de ciencias, tecnología e innovación sean incluidos en los programas de gobierno de cada ciudad.	Propuestas	NO

A245	Velez Uribe	21/10/2015	2:09 p.m	Comenzamos foro con candidatos en la Universidad Empresa Estado. Transmisión en directo por: dhttp://goo.gl/Rgl400	Agenda de Campaña	NO
A246	Velez Uribe	21/10/2015	3:45 p.m	Hurtos aumentaron 48.2% en #Medellín. Hay quienes dicen que la #seguridad ha mejorado en la ciudad.	Noticias	NO
A247	Velez Uribe	21/10/2015	6:35 p.m	En nuestro plan de gobierno están contemplados los sueños de cada medellinense, #felizviernes	Propuestas	NO
A248	Velez Uribe	22/10/2015	8:23 a.m	#AdemásDeSeguridad	Otro	NO
A249	Velez Uribe	22/10/2015	9:45 a.m	#AdemásDeSeguridad, queremos una #Medellín Cultural	Propuestas	SI
A250	Velez Uribe	22/10/2015	11:12 a.m	#AdemásDeSeguridad: erradicaremos, no desplazaremos, erradicaremos las plazas de vicio de los parques de #Medellín.	Propuestas	NO
A251	Velez Uribe	22/10/2015	12:00 p.m	#AdemásDeSeguridad: estoy feliz porque los que están aquí, quieren al @CeDemocratico. Muchas gracias por su presencia	Otro	SI
A252	Velez Uribe	22/10/2015	1:18 p.m	#AdemásDeSeguridad, los pilares del @CeDemocratico son aplicables a la solución de los problemas de #Medellín.	Consignas sobre otros candidatos/partido	NO
A253	Velez Uribe	22/10/2015	3:43 p.m	#AdemásDeSeguridad: en reunión con los candidatos de @AlvaroUribeVel y @cedemant	Consigna sobre otros candidatos/partidos	SI
A254	Velez Uribe	22/10/2015	7:13 p.m	#AdemásDeSeguridad: fortaleceremos y afianzaremos las redes de música	Propuestas	SI

A255	Velez Uribe	23/10/2015	9:10 a.m	Me preocupa el clima organizacional de @EPMestamosahi porque eso daña una entidad, fue un reto en la Aeronáutica.	Otro	SI
A256	Velez Uribe	23/10/2015	9:45 a.m	Fundación @EPMestamosahi debe seguir apuntándole a la educación, #ConTodaSeguridad ese es el camino.	Otro	SI
A257	Velez Uribe	23/10/2015	10.12 a.m	#AdemásDeSeguridad:daremos exención en impuestos a empresas que contraten personas con discapacidad, mayores de 40 y jóvenes sin experiencia	Propuestas	SI
A258	Velez Uribe	23/10/2015	11:34 a.m	#AdemásDeSeguridad: daremos exención en impuestos a empresas que contraten jóvenes sin experiencia	Propuestas	SI
A259	Velez Uribe	23/10/2015	12:09 p.m	#AdemasDeSeguridad: en reunión con trabajadores del sector textil hablamos sobre mejoramiento del sistema de salud	Agenda de campaña	SI
A260	Velez Uribe	23/10/2015	1:40 p.m	#AdemásDeSeguridad: textileros solicitan crear distrito de la confección para generar empleo, producción y exportación de nuestros productos	Otro	SI
A261	Velez Uribe	23/10/2015	2:23 p.m	#AdemásDeSeguridad, en #Medellín la creación y desarrollo artístico tendrá todo el apoyo de nuestra administración	Propuestas	SI
A262	Velez Uribe	23/10/2015	4:55 p.m	#ConTodaSeguridad quiero ver el centro de #Medellin abierto hasta las 9 de la noche. Recuperaremos la #Seguridad	Propuestas	SI
A263	Velez Uribe	23/10/2015	5:23 p.m	#ConTodaSeguridad mejoraremos la capacidad de reacción y recuperaremos la confianza en nuestra fuerza pública	Propuestas	SI
A264	Velez Uribe	23/10/2015	5:45 p.m	#ConTodaSeguridad el apoyo de la comunidad es indispensable para combatir la inseguridad en #Medellín	Otro	SI
A265	Velez Uribe	23/10/2015	5:58 p.m	#AdemasDeSeguridad: nuestro compromiso es que la atención en urgencias se preste en un tiempo no mayor a 2 horas	Propuestas	SI

A266	Velez Uribe	23/10/2015	6:34 p.m	#AdemásDeSeguridad: Fortaleceremos la protección del patrimonio cultural de Medellín	Propuestas	NO
A267	Velez Uribe	23/10/2015	7:28 p.m	#AdemasdeSeguridad enfatizaremos en el cuidado de la #Familia y la formación en valores de nuestros #Jovenes	Propuestas	NO
A268	Velez Uribe	23/10/2015	8:53 p.m	Grupo MIRA adhiere a nuestra campaña a la Alcaldía de Medellín #ConTodaSeguridad ¡Bienvenidos! @jtolozac @Baena	Consigna sobre otros candidatos/partidos	SI
A269	Velez Uribe	23/10/2015	9:15 p.m	#AdemásDeSeguridad: los artistas tendrán un papel relevante en nuestra administración	Otro	NO
A270	Velez Uribe	24/10/2015	7:32 a.m	#AdemásDeSeguridad: Mi intención es hacer un buen trabajo por #Medellín. Dialogar con los sectores y encontrar soluciones #ConTodaSeguridad	Propuestas	NO
A271	Velez Uribe	24/10/2015	9:45 a.m	"Si algo aprendí de @AlvaroUribeVel es la necesidad de escuchar y de mantener el diálogo constante con la comunidad"	Otro	NO
A272	Velez Uribe	24/10/2015	10:13 a.m	#AdemásDeSeguridad: crearé un programa de artes integradas para la primera infancia, Articularte.	Propuestas	SI
A273	Velez Uribe	24/10/2015	11:23 a.m	Este proyecto de ciudad es de todos. Es la #Medellín que construimos con y para ustedes, #FelizJueves	Otro	NO
A274	Velez Uribe	24/10/2015	1:34 p.m	#AdemásDeSeguridad ejecutaremos un programa de educación para adultos y así erradicar el analfabetismo.	Propuestas	NO
A275	Velez Uribe	24/10/2015	5:34 p.m	#AdemásdeSeguridad: la Alcaldía la ganamos con propuestas y argumentos, no con campaña negra.	Consigna sobre otros candidatos/partidos	SI

A276	Velez Uribe	24/10/2015	7:28 p.m	#AdemásDeSeguridad: La propuesta nuestra es una propuesta incluyente, donde todos aportamos para construir, no para destruir	Propuestas	SI
A277	Velez Uribe	24/10/2015	8:23 p.m	#AdemásDeSeguridad: transportadores quieren apoyar medidas ambientales y comunicación constante con la administración	Propuestas	NO
A278	Velez Uribe	24/10/2015	8:34 p.m	#AdemásDeSeguridad, mi trayectoria profesional y personal estará al servicio de #Medellín.	Otro	NO
A279	Velez Uribe	24/10/2015	9:24 p.m	#AdemásDeSeguridad ofreceremos becas para que nuestros jóvenes estudien un segundo idioma en el exterior.	Propuestas	SI
A280	Velez Uribe	24/10/2015	9:40 p.m	Honraré y respetaré todos mis compromisos, y eso incluye el Pacto Etico Electoral firmado por todos los candidatos ante la Iglesia Católica.	Propuestas	NO
A281	Velez Uribe	24/10/2015	10:01 p.m	#AdemásdeSeguridad: No incurriré en guerra sucia. Soy respetuoso de mis compañeros de lucha, he sido coherente y he cumplido el acuerdo.	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A282	Velez Uribe	24/10/2015	10:34 p.m	#AdemásdeSeguridad: quiero formar a los jóvenes en competencias laborales para alejarlos de la delincuencia.	Propuestas	SI
A283	Velez Uribe	25/10/2015	6:34 a.m	#AdemásdeSeguridad: la comunidad pide un Alcalde que los acompañe y defienda sus derechos.	Otro	NO
A284	Velez Uribe	25/10/2015	7:23 a.m	#AdemásdeSeguridad: entregaré más subsidios a los adultos mayores, censados hay 350 mil y no todos reciben apoyo.	Propuestas	SI
A285	Velez Uribe	25/10/2015	8:54 a.m	#AdemásdeSeguridad: una de mis metas es que los medellinenses no pasen más de dos horas en el servicio de urgencias.	Propuestas	NO

A286	Velez Uribe	25/10/2015	9.18 a.m	#AdemásDeSeguridad: con @andresguerraho exponemos nuestras propuestas a empleados de la empresa Galaxy Temporal.	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A287	Velez Uribe	25/10/2015	9:54 a.m	#AdemásDeSeguridad: los comerciantes de Asoguayaquil apoyan nuestras propuestas para #Medellín	Otro	SI
A288	Velez Uribe	25/10/2015	10:12 a.m	#AdemásDeSeguridad: en este momento hablamos con los integrantes de Asoguayaquil sobre sus necesidades.	Agenda de campaña	SI
A289	Velez Uribe	25/10/2015	10:43 A.M	#ConTodaSeguridad @Fabiohrivera trabajaremos por una #Medellín segura, por una ciudad con oportunidades reales.	Consigna sobre otros candidatos/partidos	NO
A290	Velez Uribe	25/10/2015	11:05 A.M	#ConTodaSeguridad haremos del centro de #Medellín un lugar seguro, por el que los ciudadanos caminen tranquilos, sintiéndose protegidos	Propuestas	SI
A291	Velez Uribe	25/10/2015	11:10 A.M	Sabemos del compromiso social que ha caracterizado al Concejal @Fabiohrivera, con él alcanzaremos grandes objetivos en este tema.	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI
A292	Velez Uribe	25/10/2015	11:56 a.m	También el actual Concejal y Presidente del @ConcejoMedellin, Fabio Humberto Rivera Rivera, adhiere a nuestra campaña a la Alcaldía	Consignas sobre otros candidatos/partidos	SI

TABLA DE TRANSCRIPCIÓN DE TUI TS DE GABRIEL JAIME RICO

CÓDIGO	CANDIDATO	FECHA	HORA	TUIT	TIPO DE TUIT	TEXTO ANEXO
B1	GABRIEL JAIME RICO	25/09/2015	11:00a m.	#EsoEsRico Una invitación muy especial a la comunidad sorda, para que nos acompañen el día de mañana desde las 3:00 p.m. https://www.facebook.com/GabrielJaimeRico/videos/10153618207094643/ ...	Agenda de campaña	NO
B2	GABRIEL JAIME RICO	25/09/2015	12:00 a. m.	#EsoEsRico Una invitación muy especial que les hago, para que me acompañen este domingo 27 de septiembre.	Agenda de campaña	NO
B3	GABRIEL JAIME RICO	25/09/2015	1:00 p. m.	Juntos haremos el San Antonio de Prado que queremos y Juntos construiremos #MásMedellín.	Propuestas	NO
B4	GABRIEL JAIME RICO	25/09/2015	2:00 p. m.	Masivo el acompañamiento que nos brindan en San Antonio de Prado. Gracias infinitas a cada uno de ustedes. #EsoEsRico	Agenda de Campaña	NO
B5	GABRIEL JAIME RICO	25/09/2015	3:00 p. m.	Qué honor tener este acompañamiento en San Antonio de Prado, el corregimiento que me vio nacer. Vamos por más #EsoEsRico	Agenda de Campaña	NO
B6	GABRIEL JAIME RICO	25/09/2015	5:00 p. m.	En la vereda La Florida de San Antonio de Prado encontramos floricultores que día a día embellecen nuestra ciudad. Más y mejor calidad de vida para todos	Agenda de Campaña	NO
B7	GABRIEL JAIME RICO	26/09/2015	7:00 a. m.	Aquí el plan de Gobierno de @RICOGabriel http://xn--juntospomedellinsb.com.co/programa/juntospomedellin.com.co/programa/ Juntos por Medellín, Mas Medellín. #EsoEsRico	Noticias	NO

B8	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	8:00 a. m.	Este domingo te invito a que conozcas cómo construiremos juntos #MásMedellín. Ven con tus amigos y familiares. #EsoEsRico	Agenda de Campaña	SI
B9	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	9:00 a. m.	Están todos cordialmente invitados a nuestro lanzamiento de la Gran Alianza por Medellín. Cada día somos más	Agenda de campaña	SI
B10	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	10:00 a. m.	Están todos cordialmente invitados a nuestro lanzamiento de la Gran Alianza por Medellín. Más Medellín. #EsoEsRico	Agenda de Campaña	SI
B11	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	12:00 a. m.	Están todos cordialmente invitados a nuestro lanzamiento de la Gran Alianza por Medellín. #EsoEsRico	Agenda de campaña	SI
B12	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	12:30 a. m.	Cada día sumamos voluntades, convicciones y sueños de una mejor ciudad. Eso es #MásMedellín	Otro	NO
B13	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	1:00 p. m.	A esta hora felices compartiendo con la comuna 1 en la Divina Providencia	Agenda de Campaña	NO
B14	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	2:00 p. m.	Agradecido con la gente que escucha nuestras propuestas. A esta hora seguimos sin tregua por Más Medellín.	Otro	NO
B15	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	4:00 p. m.	Vamos a trabajar de la mano de las mujeres, su compromiso y entrega son fundamentales en el desarrollo de la ciudad.	Propuestas	NO
B16	GABRIEL JAIME RICO	26/09/ 2015	6:00 p. m.	Me siento honrado y orgulloso de ver a más de 1.500 mujeres reunidas brindándome su apoyo. #RicoAlcalde.	Otro	NO
B17	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	7:00 a. m.	Cada día sumamos voluntades, convicciones y sueños de una mejor ciudad. Eso es #MásMedellín	Otro	NO

B18	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	8:00 a. m.	Me siento honrado y orgulloso de ver a más de 1.500 mujeres reunidas brindándome su apoyo. #RicoAlcalde.	Otro	NO
B19	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	9:00 a. m.	A esta hora felices compartiendo con la comuna 1 en la Divina Providencia #EsoEsRico	Agenda de Campaña	NO
B20	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	10:00 a. m.	Agradecido con la gente que escucha nuestras propuestas. A esta hora seguimos sin tregua por Más Medellín. #EsoEsRico	Propuestas	NO
B21	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	11:00 a. m.	#EsoEsRico Vamos a trabajar de la mano de las mujeres, su compromiso y entrega son fundamentales en el desarrollo de la ciudad.	Propuestas	NO
B22	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	11:30 a. m.	Debemos crear espacios de disfrute y aprendizaje para los motociclistas, que practican, entre otros, el stunt. #EsoEsRico	Propuestas	NO
B23	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	12:00 p. m.	Alegría total es lo que se vive en el Reinado del Adulto Mayor. Debemos trabajar fuertemente por ellos. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B24	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	1:00 p. m.	En la Comuna 1 son cientos los ciudadanos que nos apoyan y que quieren que trabajemos juntos por esta ciudad amada.	Propuestas	NO
B25	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	1:30 p. m.	Mi compromiso con el adulto mayor es de vida, por eso propongo crear la Secretaría del Adulto Mayor. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B26	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	2:00 p. m.	Para mi es un honor estar en el Reinado del Adulto Mayor. Todas las reinas están divinas. Vamos a construir más Medellín.	Agenda de Campaña	NO
B27	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	3:00 p. m.	Vamos a construir una ciudad más próspera y con más oportunidades. En equipo lo lograremos. #RicoAlcalde #MásMedellín	Propuestas	NO

B28	GABRIEL JAIME RICO	27/09/ 2015	4:00 p. m.	No quiero que nuestros ciudadanos tengan que madrugar a las 2:00 a.m para coger un ficho para una cita médica. Medellín 24 horas de salud. #EsoEsRico	Propuestas	NO
B29	GABRIEL JAIME RICO	28/09/ 2015	8:00 a. m.	#EsoEsRico Los comunales nos expresan su apoyo y compromiso, para trabajar juntos por el futuro de nuestros barrios.	Otro	NO
B30	GABRIEL JAIME RICO	28/09/ 2015	9:00 a. m.	La calidad de la educación también es renovar y modernizar la infraestructura de la ciudad para la ciencia, la tecnología y la innovación.	Propuestas	NO
B31	GABRIEL JAIME RICO	28/09/ 2015	10:00 a. m.	Las ideas del @PartidoLiberal son sociales, así como las propuestas de nuestro programa de gobierno. Vamos a trabajar por Medellín. #EsoEsRico	Consignas sobre otros candidatos/pa rtidos	NO
B32	GABRIEL JAIME RICO	28/09/ 2015	11:00 a. m.	Más de 2000 liberales hoy nos dicen "Gabriel Jaime Rico Alcalde". Gracias por su apoyo y compromiso. #EsoEsRico	Consignas sobre otros candidatos/ partidos	NO
B33	GABRIEL JAIME RICO	29/09/ 2015	12:00 a. m.	En mi administración las mujeres serán más protagonistas. Este domingo firmaremos nuestro pacto de gobernanza con ellas.	Propuestas	SI
B34	GABRIEL JAIME RICO	29/09/ 2015	1:00 p. m.	#EsoEsRico El hambre no tiene vacaciones, por eso alimentaremos los niños y las niñas del programa buen comienzo todo el año con esquema nutritivo. Necesitamos más Medellín	Propuestas	NO
B35	GABRIEL JAIME RICO	29/09/ 2015	2:00 p. m.	La calidad de la educación implica mejorar las condiciones de vida de los docentes, por eso dignificaremos su atención en salud y vivienda. #EsoEsRico	Propuesta	NO
B36	GABRIEL JAIME RICO	29/09/ 2015	3:00 p. m.	Gran cubrimiento de medios a nuestra convención de candidatos, que hoy reafirman su apoyo a nuestra propuesta.	Noticia	NO

B37	GABRIEL JAIME RICO	29/09/ 2015	4:00 p. m.	La calidad de la educación es más que infraestructura, debemos invertir en mejorar y fortalecer las condiciones laborales de los docentes #EsoEsRico	Propuestas	NO
B38	GABRIEL JAIME RICO	30/09/ 2015	8:00 p. m.	#EsoEsRico Para garantizar una educación de calidad, debemos estimular a los docentes evitando la sobrecarga académica.	Propuestas	NO
B39	GABRIEL JAIME RICO	30/09/ 2015	9:00 p. m.	Fortaleceremos la educación virtual 24 horas, para que a través de ella se tenga acceso a formación académica pertinente y efectiva. Necesitamos más educación	Propuestas	NO
B40	GABRIEL JAIME RICO	30/09/ 2015	10:00 p. m.	Cada día estamos más fuertes, aumenta nuestro apoyo político y ciudadano. #RicoAlcalde.	Otro	NO
B41	GABRIEL JAIME RICO	30/09/ 2015	12:00 a. m.	Iniciamos nuestra Convención de candidatos a las diferentes corporaciones, que día a día ratifican su apoyo. Cada día somos más.	Agenda de campaña	NO
B42	GABRIEL JAIME RICO	30/09/ 2015	12:30 p. m.	Grupo de líderes y líderes en Comuna 6 que creen que @RICOGabriel #RicoAlcalde y @Bayercarlos al Concejo	Agenda de campaña	NO
B43	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	8:00 a. m.	Aquí seguimos por Más Medellín! Gracias por el gran apoyo de esta noche.	Otro	NO
B44	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	9:00 a. m.	Y para tí, ¿Qué es #LoRicoDeMiSeleccion? #RicoAlcalde	Otro	NO
B45	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	10:00 a. m.	Los Invito a compartir nuestra pasión por la selección Colombia, usando del HT #LoRicoDeMiSeleccion	Otro	NO
B46	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	12:00 p. m.	Por todas las calles vemos el apoyo de cientos de ciudadanos que quieren construir Más Medellín #RicoAlcalde.	Agenda de Campaña	NO

B47	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	1:00 p. m.	Hoy nuestros corazones se unen alrededor de la tricolor. Apoyemos juntos a la selección. ¡Vamos Colombia! #EsoEsRico	Otro	NO
B48	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	1:30 p. m.	La calidad de la educación no es intensificar la carga horaria y laboral de los docentes actuales, es apoyar la labor pedagógica del docente. #EsoEsRico	Propuestas	NO
B49	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	2:00 p. m.	Los liberales hacen parte de nuestro gran proyecto de ciudad. #Juntos vamos a construir #MásMedellín.	Consignas sobre otros candidatos/partidos	NO
B50	GABRIEL JAIME RICO	01/10/ 2015	3:00 p. m.	Los invito a compartir en redes sociales nuestro proyecto de ciudad, usando el HT #RicoAlcalde.	Otro	NO
B51	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	8:00 a. m.	Tengo un fuerte compromiso con la comunidad con discapacidad. Más espacios aptos para ellos y apoyo a emprendedores. #EsoEsRico	Propuestas	NO
B52	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	9:00 a. m.	#EsoEsRico Les comparto la nota de @ElColombiano sobre nuestro programa de gobierno y la visión que tenemos de ciudad: http://ow.ly/T83BM	Noticias	NO
B53	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	10:00 a. m.	Soy el único candidato que incluye en su programa el tema del postconflicto. #Debate360 #RicoAlcalde.	Noticias	NO
B54	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	11:00 a. m.	Esta campaña ha sido rara. No se debate de Salud, de Deportes, de Cultura ciudadana. Todo lo volvieron seguridad.	Propuestas	NO
B55	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	12:00 a. m.	Hoy desde las 4:30 p.m estaré presente en el #GranDebate360 por los 1020am. Compartiremos nuestra visión de ciudad.	Agenda de Campaña	NO
B56	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	1:00 p. m.	Los comerciantes de la Plaza Minorista me reciben con un #RicoAlcalde. Cada vez son más los que nos apoyan.	Agenda de Campaña	NO

B57	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	1:30 p. m.	Visitamos los locales de la Plaza Minorista. Nos alegra recibir tanto apoyo de sus comerciantes #RicoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
B58	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	3:00 p. m.	Hoy compartimos algunas de nuestras propuestas en #DebateMedellin. Los invito a visitar http://www.juntospormedellin.com.co para conocerlas todas.	Propuestas	NO
B59	GABRIEL JAIME RICO	02/10/ 2015	4:00 p. m.	Debemos fortalecer el compromiso entre el gobierno local y la policía. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B60	GABRIEL JAIME RICO	03/10/ 2015	7:00 a. m.	Tenemos que darle la participación a la ciudadanía, con apoyos de redes de veedurías. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B61	GABRIEL JAIME RICO	03/10/ 2015	7:30 a. m.	Debemos implementar los planes parciales sin sacar la gente del territorio, debe ser con ellos. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B62	GABRIEL JAIME RICO	03/10/ 2015	8:00 a. m.	No más fottomultas, en Medellín es un negocio. Debemos implementar un programa de cultura de movilidad #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B63	GABRIEL JAIME RICO	03/10/ 2015	9:00 a. m.	Tendremos un plan de semaforización efectivo, generando la ola verde, mejorando la movilidad. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B64	GABRIEL JAIME RICO	03/10/ 2015	10:00 a. m.	Implementaremos escampaderos exclusivos para motociclistas. Así como carriles exclusivos en donde sea conveniente .	Propuestas	NO
B65	GABRIEL JAIME RICO	03/10/ 2015	11:00 a. m.	Debemos crear una campaña para la cultura del motociclista. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B66	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	12:00 a. m.	Yo no hago transacciones con nadie. Los principios no se negocian. #RicoAlcalde	Otro	NO

B67	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	1:00 p. m.	Tengo una gran vocación de servicio y por ello quiero servirle a los 2 millones y medio de habitantes #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B68	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	1:30 p. m.	Quiero gobernar para toda la ciudad, indistingo de credo, identidad de género e identidad sexual. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B69	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	2:00 p. m.	Tendremos un plan anticorrupción para la policía. Además cada policía tendrá una cámara personal #EsoEsRico	Propuestas	NO
B70	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	2:30 p. m.	Crearemos un bloque de búsqueda integrado por la Fiscalía, la policía y el INPEC #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B71	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	3:00 p. m.	Los valores deben empezar desde la familia, trabajaremos con ellas. #RicoAlcalde #DebateMedellin.	Propuestas	NO
B72	GABRIEL JAIME RICO	04/10/ 2015	3:30 p. m.	Los mejores bachilleres de nuestros barrios más humildes van a ir al exterior a estudiar su segunda lengua #RicoAlcalde #DebateMedellin	Propuestas	NO
B73	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	4:00 p. m.	Desde las 8:30 p.m estaremos en el debate de @Teleantioquia compartiendo nuestra visión de ciudad. #RicoAlcalde.	Agenda de Campaña	NO
B74	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	4:30 p. m.	Seguimos para adelante, con la frente en alto y con la firme convicción de servirle a Medellín. #RicoAlcalde	Otro	NO
B75	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	5:00 p. m.	Vamos a darlo todo todo por esta ciudad que tanto amamos. Feliz comienzo de semana para todos! #EsoEsRico	Otro	NO
B76	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	5:30 p. m.	Un grupo de jóvenes bailan nuestra canción: "Juntos si podemos, juntos soñaremos juntos!" Gracias por su apoyo! #EsoEsRico	Otro	NO
B77	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	8:00 a. m.	Feliz con ellos porque son mi motivo para lograr Más Medellín. Una tarde con la gente del 13 de Noviembre.	Agenda de Campaña	NO

B78	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	8:30 a. m.	Tenemos un fuerte compromiso con las más de 25.000 familias sin agua potable. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B79	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	9:00 a. m.	Le agradezco a Dios por permitirme ver estos paisajes tan hermosos. Mi vista desde Bello Oriente. #RicoAlcalde.	Agenda de Campaña	NO
B80	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	10:00 a. m.	Seguimos visitando uno a uno los 249 barrios de Medellín. Queremos escuchar sus necesidades. Hoy desde Bello Oriente	Agenda de Campaña	NO
B81	GABRIEL JAIME RICO	05/10/ 2015	10:30 a. m.	Los animales también son habitantes de Medellín, por eso nuestro programa de gobierno los incluye y les da la importancia. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B82	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	12:00 a. m.	Nuestra propuesta animalista ya es TT en Twitter. Son muchos los que creen en ella y nos apoyan. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B83	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	12:30 a. m.	No me imagino un mundo sin animales y para que eso no ocurra, debemos protegerlos, por eso mi compromiso con ellos. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B84	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	12:40 a. m.	Cambio Radical comprometido y vibrante con nuestra propuesta de Más Medellín! @PCambioRadical #RicoAlcalde	Consignas sobre otros candidatos/pa rtidos	NO
B85	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	1:00 p. m.	Los animales nos enseñan el amor verdadero e incondicional, por eso mi compromiso de protegerlos. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B86	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	1:30 p. m.	Mi compromiso con la protección de los animales inicia desde mi casa. Mis gatos, perros, caballos, son mis grandes maestros #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B87	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	1:40 p. m.	Queremos dotar los espacios públicos de programas e infraestructuras que promuevan la salud animal. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO

B88	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	1:50 p. m.	En nuestro equipo de trabajo tenemos un grupo de animalistas que legitiman nuestras propuestas. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B89	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	2:00 p. m.	Queremos que Medellín sea una ciudad Eco Cultural, desarrollaremos un programa para ello. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B90	GABRIEL JAIME RICO	06/10/ 2015	2:30 p. m.	Buscaremos la cooperación público privada para que en nuestra ciudad haya un sistema de salud animal. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B91	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	3:00 p. m.	Nuestros animales merecen todo el amor y respeto. Velaremos por su bienestar y protección. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B92	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	3:30 p. m.	En nuestro programa de gobierno tenemos propuestas para medio ambiente y animales. ¿Ya las conoces? http://www.juntospormedellin.com.co #RicoAlcalde.	Noticias	NO
B93	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	4:00 p. m.	Desde gatos y perros, hasta conejos y caballos, hacen parte de mi gran familia. #RicoAlcalde.	Otro	NO
B94	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	4:30 p. m.	Tendremos un programa de quebradas para el hábitat saludable. Allí también hay fauna que proteger #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B95	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	4:40 p. m.	Queremos promover la salud de nuestros animalitos, por eso desarrollaremos programas para su protección #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B96	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	4:50 p. m.	En mi Gobierno vamos a desmontar las fotomultas, son un negocio de privados que perjudica a la población #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B97	GABRIEL JAIME RICO	07/10/ 2015	4:59 p. m.	Diseñaremos Eco Rutas en la zona rural de Medellín, para el disfrute de nuestros animales y nosotros. #RicoAlcalde	Propuestas	NO

B98	GABRIEL JAIME RICO	08/10/ 2015	5:00 p. m.	Crearemos el Consejo de Gobernanza Democrática Ambiental de Medellín #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B99	GABRIEL JAIME RICO	08/10/ 2015	5:50 p. m.	Juntos implementaremos un programa educativo de prevención y denuncia de delitos ambientales y fauna. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B10 0	GABRIEL JAIME RICO	09/10/ 2015	7:00 a. m.	Crearemos un programa en educación y respeto a la vida y salud animal. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B10 1	GABRIEL JAIME RICO	10/10/ 2015	8:00 a. m.	Tendremos diferentes programas ambientales públicos saludables. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B10 2	GABRIEL JAIME RICO	11/10/ 2015	8:30 a. m.	En nuestra administración nacerá SAM - Sistema de Salud Animal de Medellín -. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B10 3	GABRIEL JAIME RICO	12/10/ 2015	9:00 a. m.	En nuestro hogar tenemos muchos hijos, la mayoría de ellos son peluditos. #RicoAlcalde por los derechos animales	Propuestas	NO
B10 4	GABRIEL JAIME RICO	13/10/ 2015	9:30 a. m.	Desarrollaremos un programa educativo sobre tenencia responsable de seres no humanos. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B10 5	GABRIEL JAIME RICO	14/10/ 2015	10:00 a. m.	Crearemos el primer Hospital Público Veterinario del país. #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B10 6	GABRIEL JAIME RICO	15/10/ 2015	10:00 a. m.	Si tu, como yo, quieres una ciudad preocupada por el bienestar y cuidado de los animales, te invito a unirte al HT #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B10 7	GABRIEL JAIME RICO	16/10/ 2015	10:30 a. m.	Invitado en Belén Aguas Frías a hacer el saque de honor en uno de los juegos que más disfruto	Agenda de Campaña	NO

B10 8	GABRIEL JAIME RICO	17/10/ 2015	12:00 a. m.	Gracias a @Bayercarlos @jhonberrioC61 @CarlosMarioMont por su apoyo e invitación el día de hoy. #RicoAlcalde.	Consignas sobre otros candidatos/Pa rtidos	NO
B10 9	GABRIEL JAIME RICO	18/10/ 2015	12:20 a. m.	A esta hora más de 5.000 personas dicen #RicoAlcalde. Día a día aumenta el apoyo ciudadano a nuestra propuesta.	Agenda de campana	NO
B11 0	GABRIEL JAIME RICO	19/10/ 2015	12:39 a. m.	La institucionalidad nos sigue ratificando su apoyo. Gracias @Guillermopavega y @LinaGarciaGanan por su invitación.	Otro	NO
B11 1	GABRIEL JAIME RICO	20/10/ 2015	12:50 a. m.	La delincuencia no se combate repitiendo la palabra seguridad. Esta es nuestra propuesta. http://youtu.be/WMCurMXjVx4	Noticias	NO
B11 2	GABRIEL JAIME RICO	21/10/ 2015	12:59 a. m.	Queremos una ciudad incluyente, con más y mejores espacios y políticas para la comunidad discapacitada #RicoAlcalde	Propuestas	NO
B11 3	GABRIEL JAIME RICO	22/10/ 2015	1:00 p. m.	Conversando con la comunidad discapacitada, compartiendo nuestras propuestas. Queremos brindarles más calidad de vida	Propuestas	NO
B11 4	GABRIEL JAIME RICO	22/10/ 2015	1:30 p. m.	Crearemos el programa de apoyo a los artistas con discapacidad. Tenemos un gran compromiso con el arte y la cultura. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B11 5	GABRIEL JAIME RICO	25/10/ 2015	1:40 p. m.	Conversamos con la comunidad del sanalejo. Tenemos un fuerte compromiso con los artesanos. #RicoAlcalde.	Agenda de Campana	NO
B11 6	GABRIEL JAIME RICO	25/10/ 2015	1:50 p. m.	Nos encantan las orquídeas y queremos que nuestro hogar siempre esté florecido. #RicoAlcalde	Otro	NO
B11 7	GABRIEL JAIME RICO	25/10/ 2015	2:00 p. m.	Tengo toda la convicción de servirle a esta ciudad que tanto amo. #RicoAlcalde.	Propuestas	NO
B11 8	GABRIEL JAIME RICO	25/10/ 2015	2:30 p. m.	Como no sentirme feliz al ver tanto acompañamiento. Somos muchos los que queremos tener Más Medellín #RicoAlcalde	Otro	NO

TABLA DE TRASNCRIPCIÓN DE TUI TS DE FEDERICO GUTIERREZ

CÓDIGO	CANDIDATO	FECHA	HORA	TUIT	TIPO DE TUIT	FOTO ANEXA
C1	FEDERICO	25/09/2015	7:32 a. m	No ha habido, no hay, ni habrá alianza. No. Es un no rotundo. Mi coherencia y mis principios no están en juego.	Noticias	No
C2	FEDERICO	25/09/2015	10:32 a.M	Hasta el final y a ganar. #CREEMOS	Otros	NO
C3	FEDERICO	25/09/2015	1:03 P.M	Hasta el final y a ganar. No ha habido, no hay, ni habrá alianza. #CREEMOS	Noticias	no
C4	FEDERICO	25/09/2015	4:15 P.M	Recargado para este mes que falta de campaña. Vamos con toda. Saliendo de debate @USBmed ! #CREEMOS	Agenda de Campaña	SI
C5	FEDERICO	25/09/2015	5:55 p.m	Hola @jennygiraldo , cómo estás? 1. Quiero la Paz. 2. Me cuesta creerle a las Farc. Continúo.... @valde29	Otro	NO
C6	FEDERICO	25/09/2015	8:23 p.m	COMUNICADO A LA OPINIÓN PÚBLICA: Hasta el final y a ganar. #CREEMOS	Noticias	No
C7	FEDERICO	26/09/2015	6:15 a.m	Y ahí estamos en la peluquería de Víctor, al lado del Parque Gaitán en Manrique. Cada día somos más los que #CREEMOS	Agenda de Campaña	SI
C8	FEDERICO	26/09/2015	8:10 a. m	Gracias por todo @_stephyortiz ! Un abrazo. #CREEMOS	Otro	NO
C9	FEDERICO	26/09/2015	9:20 a . M	Mientras pegamos microperforados voy volanteando. En la tierra de la libertad decimos #CREEMOS. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C10	FEDERICO	26/09/2015	10:00 a. m.	Y seguimos. Desde las 10 estuvimos en Buenos Aires; y ahora en el Poblado. No paramos de multiplicar nuestras ideas.	Agenda de Campaña	SI

C11	FEDERICO	26/09/2015	10:30 a. m.	En la calle, todos los días, día y noche, con sol y lluvia, porque mi responsabilidad es con vos. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C12	FEDERICO	26/09/2015	11:00 a. m.	Ampliar sistema integrado d transporte, incluyendo El Poblado. Conectar comunas 14, 15 y 16 por debajo d Aeropuerto.	Propuestas	SI
C13	FEDERICO	26/09/2015	12:30 a. m.	"Federico, mi voto está con vos". Aquí seguimos sumando y multiplicando. Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Otro	SI
C14	FEDERICO	26/09/2015	1:00 p. m.	A las 4pm estaremos con la Pegatón de microperforados en el Mall La Mota y a las 5 en El Tesoro. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C15	FEDERICO	26/09/2015	1:30 p. m.	Consolidar el sistema integrado de transporte público. Construiremos el tranvía de la 80. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C16	FEDERICO	26/09/2015	2:00 p. m.	Llegamos a Alejandro Echavarría, Buenos Aires, transformaremos realidades con los PUI. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C17	FEDERICO	27/09/2015	12:00 a. m.	Hay que construir sobre lo realizado, podemos mejorar y tener una ciudad para todos. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C18	FEDERICO	27/09/2015	2:00 p. m.	Trabajaré por una Medellín más segura, más legal y más equitativa. Esa es la ciudad en la que Creemos. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C19	FEDERICO	27/09/2015	2:30 p. m.	Empieza nuestro recorrido por Buenos Aires. No paramos #CREEMOS. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C20	FEDERICO	27/09/2015	3:00 p. m.	Hablando con vecinos de las Torres de Bomboná. Una de nuestras prioridades es recuperar el Centro. #CREEMOS	Propuestas	SI
C21	FEDERICO	27/09/2015	3:30 p. m.	Desde las 10am en Buenos Aires, recorramos juntos Medellín. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI

C22	FEDERICO	27/09/2015	4:00 p. m.	Gracias @hectorabadf por creer en Medellín y en nuestro proyecto. Un honor y una responsabilidad para mí.Cada vez somos más los que #CREEMOS	Otro	NO
C23	FEDERICO	27/09/2015	5:00 p. m.	Muchas gracias @ElbaceRestrepo por el apoyo . Somos más los que #CREEMOS @elcolombiano http://m.elcolombiano.com/me-voy-con-fico-DC2859234 ...	Noticias	SI
C24	FEDERICO	27/09/2015	5:30 p. m.	Hoy arrancamos en la Plaza de Mercado de la América y terminamos en San Javier. #CREEMOS	Agenda de Campaña	NO
C25	FEDERICO	27/09/2015	6:30 p. m.	Muy buena energía la que se siente en nuestros recorridos x Medellín. Terminando en San Javier (Comuna 13) #CREEMOS	Agenda de Campaña	SI
C26	FEDERICO	27/09/2015	10:00 a. m.	Seguimos: desde las 10 am, recorriendo comunas 12 y 13, multiplicando el inmenso apoyo de la gente. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C27	FEDERICO	27/09/2015	8:14 p. m.	Cada vez somos más los que creemos. Sumar para multiplicar. Vamos a ganar! #FedericoAlcalde	Otro	SI
C28	FEDERICO	27/09/2015	10:00 p. m.	Los jóvenes son presente y futuro. Oportunidades y todo el apoyo ¡Aliado con ellos; aliado con vos! #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C29	FEDERICO	28/09/2015	8:15 a. m.	Mañana recorramos juntos Buenos Aires y más tarde gran pegatón de microperforados. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C30	FEDERICO	28/09/2015	10:00 a. m.	Apoyo a nuestros jóvenes: educación superior de calidad y pertinente; oportunidades laborales y para emprendimiento.	Propuestas	SI
C31	FEDERICO	28/09/2015	11:00 a. m.	Nací en una familia humilde; clase media baja y me ha tocado luchar contra todo; por eso con sol y con lluvia. Nuestro trabajo por Medellín no para #FedericoAlcalde	Otro	SI

C32	FEDERICO	28/09/2015	8:00 p. m.	De día y de noche. Con sol y con lluvia. Nuestro trabajo por Medellín no para y no parará. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C33	FEDERICO	29/09/2015	7:00 a. m.	Vista desde La Torre, San Javier. Esta ciudad motiva a trabajar cada día por lograr lo que #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	SI
C34	FEDERICO	29/09/2015	8:30 a. m.	Sin palabras para describir recibimiento que nos da comunidad en San Javier, comuna 13. Mil gracias. Vamos a ganar!	Agenda de Campaña	SI
C35	FEDERICO	29/09/2015	9:45 a. m.	Desde La Torre, en la 13, vemos a una ciudad que enamora. Por ella trabajaré día y noche.	Agenda de Campaña	SI
C36	FEDERICO	29/09/2015	11:00 a. m.	Aquí seguimos, ahora en la comuna 13, San Javier. Ejemplo de esperanza y fortaleza. Esa es Medellín.	Agenda de Campaña	SI
C37	FEDERICO	29/09/2015	5:00 p. m.	No dejaré de trabajar ni un solo día por nuestra ciudad y su gente. Mi responsabilidad es con vos. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C38	FEDERICO	30/09/2015	7:00 a. m.	Programas de capacitación y oportunidades laborales para nuestras madres cabeza de familia. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C39	FEDERICO	30/09/2015	8:30 a. m.	Cada vez somos más los que creemos. Sumar para multiplicar. Aliado con vos!	Otro	SI
C40	FEDERICO	30/09/2015	10:00 a. m.	Crearemos un sistema de información del sistema de transporte. Desde app y paraderos se conocerán rutas y horarios.	Propuestas	NO
C41	FEDERICO	30/09/2015	12:00 a. m.	Todo nuestro respaldo para garantizar las mejores condiciones laborales de quienes día día dan su vida por nosotros.	Propuestas	SI
C42	FEDERICO	30/09/2015	2:00 p. m.	Llegamos a San Javier, terminaremos el PUI de la Comuna 13, no se debió parar. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI

C43	FEDERICO	01/10/2015	7:00 a. m.	Medellín necesita un alcalde que se preocupe por el Medio Ambiente; por eso propongo crear un corredor verde con 20 mil nuevos árboles.	Otro	SI
C44	FEDERICO	01/10/2015	8:00 a. m.	Llegamos a Santa Lucía. ¡Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C45	FEDERICO	01/10/2015	9:00 a. m.	Ni la lluvia nos detiene. El amor por esta ciudad y las ganas d trabajar por ella y su gente están por encima d todo	Otro	SI
C46	FEDERICO	01/10/2015	9:30 a. m.	"Federico, los taxistas contamos con vos". Gratitud y compromiso. ¡Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Otro	SI
C47	FEDERICO	01/10/2015	10:00 a. m.	Siempre #CREEMOS. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C48	FEDERICO	01/10/2015	10:30 a. m.	Trabajaré por vos, por cada uno de los ciudadanos. Es mi compromiso y mi pasión. Una convicción. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C49	FEDERICO	01/10/2015	11:30 a. m.	Paramos en un semáforo para compartir nuestra propuesta. Así es como nos gusta trabajar y como lo haré como Alcalde.	Propuestas	SI
C50	FEDERICO	01/10/2015	3:00 p. m.	Si sale el sol, si llueve, siempre #CREEMOS en una mejor ciudad para todos. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C51	FEDERICO	02/10/2015	7:00 a. m.	Ahora subiendo por San Juan, llegándole a la gente, y contándole, uno a uno, nuestras ideas. #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI

C52	FEDERICO	02/10/2015	8:00 a. m.	#CREEMOS es un sueño de todos, donde las buenas ideas y propósitos para la ciudad tienen espacio. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C53	FEDERICO	02/10/2015	8:30 a. m.	Cada día somos más los que #CREEMOS. #FedericoAlcalde, recorremos La América y San Javier.	Agenda de Campaña	SI
C54	FEDERICO	02/10/2015	9:00 a. m.	El mejor fiambre se encuentra en la Plaza de Mercado de la América. Delicioso. Listo para seguir nuestro recorrido.	Agenda de Campaña	SI
C55	FEDERICO	02/10/2015	10:00 a. m.	Vamos por San Juan hasta la iglesia de La América. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C56	FEDERICO	02/10/2015	11:00 a. m.	En La América la población está repartida en 43.034 hombres y 53.244 mujeres. #FedericoAlcalde #CREEMOS	Otro	NO
C57	FEDERICO	02/10/2015	2:00 p. m.	Según proyecciones del DANE, La América posee unas 96.278 personas que representa el 4% de la población de Medellín. #FedericoAlcalde	Noticias	NO
C58	FEDERICO	02/10/2015	4:00 a. m.	El estrato socioeconómico que predomina en La América es el 4 (medio-bajo), el cual comprende el 43 % de las viviendas. #FedericoAlcalde	Otro	NO
C59	FEDERICO	02/10/2015	6:00 p. m.	Muchas gracias @gloriahrr53 ! Un abrazo. #CREEMOS Federico Gutiérrez añadió	Otro	NO
C60	FEDERICO	03/10/2015	8:00 a. m.	No paramos, acompáñanos mañana en nuestro recorrido por La América y San Javier. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C61	FEDERICO	03/10/2015	8:30 a. m.	Cómo Alcalde seguiré trabajando por Medellín desde la calle y con la gente. Esa es mi pasión. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI

C62	FEDERICO	03/10/2015	9:00 a. m.	Llegamos a San Cayetano, gracias por tanto cariño, se siente #CREEMOS. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C63	FEDERICO	03/10/2015	10:00 a. m.	"Federico, yo estoy con vos". Aquí seguimos, porque mi responsabilidad es con vos. ¡Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Otro	SI
C64	FEDERICO	03/10/2015	12:00 a. m.	Llevamos 8 horas caminando y hablando con la gente. No vamos a parar. Vamos a ganar! #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C65	FEDERICO	03/10/2015	3:00 p. m.	Llevaremos oportunidades a nuestros jóvenes, que les garantice educación y empleo, y con ello un horizonte cierto.	Propuestas	NO
C66	FEDERICO	04/10/2015	7:00 a. m.	Con @cristianrtp recorriendo Aranjuez. #CREEMOS en la renovación del Concejo, vota por la lista. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C67	FEDERICO	04/10/2015	8:00 a. m.	Según proyecciones del DANE, Aranjuez posee 162.252 habitantes, equivaldría al 6,5% de Medellín. #FedericoAlcalde	Noticias	SI
C68	FEDERICO	04/10/2015	8:30 a. m.	El estrato socioeconómico con mayor porcentaje en Aranjuez es el 3 (medio-bajo), comprende el 54,5 % de las viviendas. #FedericoAlcalde	Otro	NO
C69	FEDERICO	04/10/2015	9:00 a. m.	#CREEMOS En las personas, la mayoría queremos una ciudad mejor, lideraremos la seguridad. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C70	FEDERICO	04/10/2015	10:00 a. m.	#CREEMOS en una ciudad que siempre sale adelante por encima de las adversidades. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C71	FEDERICO	04/10/2015	10:30 a. m.	No paramos. Desde las 10 caminando sector Nororiental de Medellín y contando nuestra propuesta. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI

C72	FEDERICO	04/10/2015	12:00 a. m.	Llegamos a Aranjuez (Comuna 4) #CREEMOS! #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C73	FEDERICO	05/10/2015	7:00 a. m.	Fortalecer red Metrosalud. Ampliar horarios de atención. Consolidar atención primaria e invertir en otros niveles.	Propuestas	SI
C74	FEDERICO	05/10/2015	8:30 a. m.	Centro de salud de Aranjuez, preocupa mucho la imagen que compartimos. No podemos seguir así. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C75	FEDERICO	05/10/2015	10:00 a. m.	Sin palabras para agradecer cariño y apoyo de la gente en Medellín. Gracias de verdad, mi responsabilidad es con vos	Otro	SI
C76	FEDERICO	05/10/2015	10:30 a. m.	para Aranjuez, con todo el animo y fuerza. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C77	FEDERICO	05/10/2015	11:00 a. m.	#CREEMOS en una ciudad que brille por la esperanza de sus hijos. #FedericoAlcalde	Otro	NO
C78	FEDERICO	05/10/2015	12:00 a. m.	No paramos, nuestra motivación es cada sonrisa y abrazo. #CREEMOS y lo haremos bien. #FedericoAlcalde	Otro	NO
C79	FEDERICO	05/10/2015	1:00 p. m.	Nos acompaña @NoticiasUno en nuestro recorrido desde Acevedo, vamos para Aranjuez. Seguimos! #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C80	FEDERICO	05/10/2015	2:30 p. m.	Los principales problemas en la comuna 2 son Salud, Educación, Vivienda. #CREEMOS en la lucha contra la desigualdad. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C81	FEDERICO	05/10/2015	5:00 p. m.	Para el año 2015, según proyecciones del DANE, la comuna 2 posee unos 111.452 habitantes. #FedericoAlcalde	Noticias	NO

C82	FEDERICO	06/10/2015	6:00 a. m .	El área total de la Comuna 2 Santa Cruz es de 219.52 hectáreas, las cuales representan el 0.54% del total de la ciudad. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C83	FEDERICO	06/10/2015	7:30 a. m.	Llegamos a la estación Popular, escuchar es nuestra prioridad en estos recorridos. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C84	FEDERICO	06/10/2015	8:30 a. m.	El estrato 2 es predominante en la comuna 2, 26.071 viviendas de 30.137. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C85	FEDERICO	06/10/2015	9:00 a. m.	La comuna 2 Santa Cruz está ubicada en la parte nororiental de Medellín. #FedericoAlcalde	Otro	NO
C86	FEDERICO	06/10/2015	10:00 a. m.	Vamos bajando a Acevedo, falta mucho por hacer en lo fundamental, las personas. Lo haremos bien. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C87	FEDERICO	06/10/2015	11:00 a. m.	Para la mujer y para la tercera edad, nuestra gratitud y nuestro compromiso de atención y protección prioritaria.	Otro	SI
C88	FEDERICO	06/10/2015	12:00 a. m.	Recuperación de quebradas y espacios públicos. Aquí en el parque lineal La Herrera. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C89	FEDERICO	06/10/2015	2:00 p. m.	Uno a uno, dando la mano y mirando a los ojos, sigo en la calle contándole a Medellín lo q creo y lo q vamos a hacer	Agenda de campaña	NO

C90	FEDERICO	06/10/2015	6:00 PM .	Emoción ver nuestros niños jugar Pony Fútbol. Soy un convencido del deporte como herramienta social y opción de vida	Propuesta	SI
C91	FEDERICO	07/10/2015	7:00 a. m.	La independencia permite mirar a los ojos con la confianza que lo haremos bien. ¡Aliado con vos!	Otro	SI
C92	FEDERICO	07/10/2015	8:00 a. m.	Gracias por CREER. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	SI
C93	FEDERICO	07/10/2015	8:30 a. m.	Llegaremos a todo el territorio con inversión social y oportunidades. Más importante mapa social que mapa político.	Propuestas	SI
C94	FEDERICO	07/10/2015	9:00 a. m.	Rios de gente que suman y multiplican esta realidad, porque los que creemos somos más. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C95	FEDERICO	07/10/2015	10:00 a. m.	En el sector de La Silla, Santo Domingo, uno de los lugares más aporreados por la violencia. Hoy lugar de esperanza.	Agenda de Campaña	NO
C96	FEDERICO	07/10/2015	11:00 a. m.	Medellín necesita un alcalde que lidere la ciudad. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C97	FEDERICO	07/10/2015	12:00 a. m.	Apoyaremos la proyección del cable complementario a la línea k, en la zona Nororiental de Medellín. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C98	FEDERICO	08/10/2015	2:00 p. m.	Oportunidades para crear empresas y nuevos empleos será una constante. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C99	FEDERICO	08/10/2015	5:00 p. m.	Seguimos recorrido por Medellín. Vamos por Biblioteca España en Comuna 1. Se siente: vamos a ganar. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI

C100	FEDERICO	09/10/2015	1:00 p. m.	Para el año 2015, según proyecciones del DANE, la comuna 1 posee unas 130.369 personas. #FedericoAlcalde	Noticia	SI
C101	FEDERICO	09/10/2015	3:00 p. m.	Nos vemos desde las 10 en el Parque Biblioteca España, recorreremos la zona nororiental. Vamos! #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C102	FEDERICO	09/10/2015	4:00 p. m.	Mañana recorreremos comunas 1, 2 y 4 Invitados! #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C103	FEDERICO	09/10/2015	1:30 p. m.	Gracias @gdvalencia ! Me gusta l bicicleta. He trabajado por este tema. 80-100 km nuevos de ciclorutas. #CREEMOS	Propuestas	NO
C104	FEDERICO	09/10/2015	4:00 p. m.	Al aire en @CaracolRadio 750 AM y 90,3 FM. #CREEMOS	Agenda de Campaña	NO
C105	FEDERICO	09/10/2015	5:00 p. m.	"El 25 de octubre ganaremos y el 1 de enero me vuelvo a poner los tennis y me voy a seguir caminando la ciudad", conversando con @Chamorrock	Otro	SI
C106	FEDERICO	09/10/2015	6:00 p. m.	Y aquí estamos con nuestro amigo @Chamorrock en @los40colombia sintonícenlo ya en 99.4fm	Agenda de Campaña	SI
C107	FEDERICO	10/10/2015	7:00 p. m.	Haremos obras inteligentes, no gobernaré para ganar premios, lo haré para que la gente de Medellín viva bien. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C108	FEDERICO	10/10/2015	3:00 p. m.	Construiremos más andenes de buena calidad, entre 80 y 100km de ciclorutas, un sistema transporte integrado al 100%. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C109	FEDERICO	10/10/2015	10:00 p. m.	A las 10:30 firmaremos el pacto por la movilidad sostenible. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI

C110	FEDERICO	10/10/2015	5:00 p. m.	Gracias @CardenasG_Laura ! Un abrazo	Otro	SI
C111	FEDERICO	10/10/2015	4:00 p. m.	Gracias @HassNassar por la invitación a @EnjaqueDiaTV ! Buen espacio, lástima que demás candidatos a la Alcaldía le teman al debate.	Consignas sobre otros candidatos/ partidos	NO
C112	FEDERICO	11/10/2015	5:00 p. m.	Que no quepa la menor duda: vamos a recuperar la seguridad, protegeremos al ciudadano y reconstruiremos la confianza. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C113	FEDERICO	11/10/2015	12:00 a. m.	Llegando. Ya sabían que voy en camino GRACIAS	Agenda de Campaña	NO
C114	FEDERICO	11/10/2015	3:00 p. m.	Todos sabemos donde están los problemas del centro, lideraremos su transformación. Lo haremos. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C115	FEDERICO	11/10/2015	7:00 a. m.	Empezamos el día con toda, desde las 7am estaremos en @UdeA y a las 11am recorreremos el centro. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C116	FEDERICO	11/10/2015	12:00 a. m.	"Le tengo más miedo a un político corrupto que a un jefe de banda". Lucharé de manera frontal contra este mal. #DebateMedellín	Propuestas	SI
C117	FEDERICO	11/10/2015	2:00 p. m.	Priorizar e invertir en una movilidad sostenible. Impulsaremos el tiquete único e integrado. #DebateMedellín	Propuestas	SI
C118	FEDERICO	12/10/2015	6:00 a. m.	¡Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Otro	NO
C119	FEDERICO	12/10/2015	7:15 a.m	#CREEMOS en esta ciudad, podemos mirar a los ojos con la tranquilidad que da la independencia. #FedericoAlcalde	Otro	NO

C120	FEDERICO	12/10/2015	8:45 a.m	No estoy cantando, estoy hablando sobre nuestras propuestas para Medellín. Y ojo pues que a las 8:30... https://instagram.com/p/8eTUztvVto/	Agenda de Campaña	SI
C121	FEDERICO	12/10/2015	9:10 a.m	A las 8:30 pm estaré en el debate de candidatos a la Alcaldía por @Teleantioquia ! No te lo pierdas. #CREEMOS	Agenda de Campaña	SI
C122	FEDERICO	12/10/2015	07:34 p.m	Voy rumbo al debate de @teleantioquia . Es a las 8:30 pm en Directo. Entramos en la recta final de la... https://instagram.com/p/8ehipbvVjf/	Agenda de Campaña	NO
C123	FEDERICO	12/10/2015	8:50 p.m	Vamos a invertir socialmente para darle oportunidades educativas a nuestros jóvenes q les permita tener un horizonte cierto.	Propuestas	NO
C124	FEDERICO	12/10/2015	8:55 p.m	Vamos a fortalecer la cultura ciudadana y cultura de legalidad para controvertir la cultura mafiosa q persiste en la ciudad.	Propuestas	NO
C125	FEDERICO	12/10/2015	9:08 p.m	Recuperar territorios al tiempo que a ellos llevamos nuestra oferta institucional: inversión social y prevención del delito	Propuestas	SI
C126	FEDERICO	12/10/2015	9:15 a.m	Vamos a combatir a las estructuras ilegales protegiendo al ciudadano sin ponerlos en riesgo.	Propuestas	SI
C127	FEDERICO	12/10/2015	9:45 a.m	Vamos a reorganizar y consolidar un sistema integrado de transporte público que mejore condiciones de vida.	Propuestas	NO
C128	FEDERICO	13/10/2015	11:57 a.m	Priorizar e invertir en una movilidad sostenible. Impulsaremos el tiquete único e integrado.	Propuestas	NO

C129	FEDERICO	13/10/2015	1:23 p.m	"Le tengo más miedo a un político corrupto que a un jefe de banda". Lucharé de manera frontal contra este mal. #Creemos	Propuestas	SI
C130	FEDERICO	13/10/2015	2:47 p.m	En el Centro Comercial Cisneros, cada día somos más los que #CREEMOS. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C131	FEDERICO	13/10/2015	4:23 p.m	El centro tendrá su propio Proyecto Urbano Integral, #CREEMOS y lo haremos posible. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C132	FEDERICO	13/10/2015	5:07 p.m	Por Carabobo hasta el Palacio Nacional. Seguimos! #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C133	FEDERICO	13/10/2015	8.34 p.m	Empezamos el día con toda, desde las 7am estaremos en @UdeA y a las 11am recorreremos el centro. #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C134	FEDERICO	13/10/2015	9:32 p.m	Haremos una intervención integral en seguridad para el centro, lo recuperaremos. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C135	FEDERICO	14/10/2015	4:12 p.m	La tranquilidad de los ciudadanos es prioridad, recuperaremos el centro, es el espacio de todos. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C136	FEDERICO	14/10/2015	7:12 p.m	La tranquilidad de los ciudadanos es prioridad, recuperaremos el centro, es el espacio de todos. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C137	FEDERICO	15/10/2015	8:25 a.m	Mi responsabilidad es con vos, no con los partidos. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	SI
C138	FEDERICO	15/10/2015	10:40 a.m	Llevamos mucho tiempo en la calle, escuchar no es una cuestión de campaña, así creamos nuestro plan de gobierno.	Otro	SI
C139	FEDERICO	15/10/2015	12:52 p.m	Crearemos grupos especiales para combatir los diferentes delitos, el centro debe ser prioridad. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO

C140	FEDERICO	15/10/2015	3:22 p.m	De la mano de todos en Medellín haremos una mejor ciudad, conservaremos lo bueno y mejoraremos. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C141	FEDERICO	15/10/2015	5:18 p.m	Todos sabemos donde están los problemas del centro, lideraremos su transformación. Lo haremos. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C142	FEDERICO	15/10/2015	8:33 p.m	Mi responsabilidad es con vos, no con los partidos. #CREEMOS #FedericoAlcalde "	Otro	SI
C143	FEDERICO	16/10/2015	10:25 a.m	En debate en @360RadioCo 1020 AM. #CREEMOS	Agenda de Campaña	NO
C144	FEDERICO	16/10/2015	11:56 a.m	Mañana firmaré el pacto por la Movilidad Sostenible. #CREEMOS en una mejor ciudad. Invitados! #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C145	FEDERICO	16/10/2015	1:57 p. m	Casas de pique, una vergüenza, que reafirma que mientras bajan homicidios aumentan otros delitos como desaparición.	Noticias	SI
C146	FEDERICO	16/10/2015	1:58 p.m	Que no quepa la menor duda: vamos a recuperar la seguridad, protegeremos al ciudadano y reconstruiremos la confianza. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C147	FEDERICO	16/10/2015	2:25 p.m	Toda mi solidaridad con Pascual Gaviria @rabodeajip ! Fuera los violentos, fuera los corruptos, fuera los cobardes. Adelante.	Otro	SI
C148	FEDERICO	16/10/2015	3:12 p.m	De la mano de todos en Medellín haremos una mejor ciudad, conservaremos lo bueno y mejoraremos. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI

C149	FEDERICO	16/10/2015	3:28 p.m	Gracias @HassNassar por la invitación a @EnjaqueDiaTV ! Buen espacio, lástima que demás candidatos a la Alcaldía le teman al debate.	Otro	NO
C150	FEDERICO	16/10/2015	6:12 p.m	Mi responsabilidad es con Medellín. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	SI
C151	FEDERICO	16/10/2015	7:34 p.m	A las 10:30 firmaremos el pacto por la movilidad sostenible. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	SI
C152	FEDERICO	16/10/2015	8:55 p.m	Desde las 8:30 entregando nuestra propuesta para Taxistas. #CREEMOS es una ciudad para todos. #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C153	FEDERICO	17/10/2015	9:10 a.m	Combatiré el transporte pirata y estaré muy atento a las normas que garantizan competencia sana. Con los Taxistas #FedericoAlcalde	Propuesta	SI
C154	FEDERICO	17/10/2015	10:34 a.m	Amigo taxista, mi responsabilidad es con vos, con una movilidad sostenible para Medellín. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C155	FEDERICO	17/10/2015	2:56 p.m	No permitiré que las fotomultas sigan siendo un negocio, las que considero son una trampa las reubicaré, su función no es multar sino educar	Propuestas	NO
C156	FEDERICO	17/10/2015	6:12 p.m	#CREEMOS en la movilidad sostenible, en los medios de transporte alternativos y un mejor ambiente. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C157	FEDERICO	17/10/2015	7:15 p.m	#CREEMOS en la movilidad sostenible, en los medios de transporte alternativos y un mejor ambiente. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI

C158	FEDERICO	18/10/2015	4:34 p.m	Estaré permanentemente dispuesto a la concertación para llegar a acuerdos de medidas en materia de taxis. #CREEMOS	Propuestas	SI
C159	FEDERICO	19/10/2015	7:12 a.m	Evaluaré la posibilidad que normativamente el límite de velocidad para taxis en autopista y regional sea 80Kms/hora.	Propuestas	SI
C160	FEDERICO	19/10/2015	8:35 a.m	Gestionaré las medidas para facilitar el pago de las fotomultas a través de acuerdos viables, sin exigir fiador.	Propuestas	SI
C161	FEDERICO	19/10/2015	9:12 a.m	Firmamos pacto por la movilidad sostenible: Medio ambiente, peatón, bicicleta, carro eléctrico... #CREEMOS	Propuestas	SI
C162	FEDERICO	19/10/2015	11:45 a.m	Construiremos más andenes de buena calidad, entre 80 y 100km de ciclorutas, un sistema transporte integrado al 100%. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C163	FEDERICO	19/10/2015	11:53 a.m	Haremos obras inteligentes, no gobernaré para ganar premios, lo haré para que la gente de Medellín viva bien. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C164	FEDERICO	19/10/2015	1:09 p.m	La movilidad uno de los temas centrales del Pacto por la Sostenibilidad Urbana	Propuestas	NO
C165	FEDERICO	19/10/2015	3:45 p.m	Con mis amigos de @oxigenomedallo @hzzfm1 y @djfidofm hablando de Medellín. Además oyendo buen Reguetón. #CREEMOS	Agenda de Campaña	SI
C166	FEDERICO	19/10/2015	4:12 p.m	Y aquí estamos con nuestro amigo @Chamorrock en @los40colombia sintonícenlo ya en 99.4fm	Agenda de Campaña	SI

C167	FEDERICO	19/10/2015	5:17 p.m	"El 25 de octubre ganaremos y el 1 de enero me vuelvo a poner los tennis y me voy a seguir caminando la ciudad", conversando con @Chamorrock	Propuestas	SI
C168	FEDERICO	19/10/2015	7:56 p.m	Gracias @gdvalencia ! Me gusta l bicicleta. He trabajado por este tema. 80-100 km nuevos de ciclorutas. #CREEMOS	Propuestas	SI
C169	FEDERICO	20/10/2015	12:45 p.m	Mañana recorreremos comunas 1, 2 y 4	Propuestas	SI
C170	FEDERICO	20/10/2015	2:37 p.m	👉 Invitados! #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	NO
C171	FEDERICO	20/10/2015	2:45 p.m	Nos vemos desde las 10 en el Parque Biblioteca España, recorreremos la zona nororiental. Vamos! #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C172	FEDERICO	20/10/2015	2:52 p. m	Para el año 2015, según proyecciones del DANE, la comuna 1 posee unas 130.369 personas. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C173	FEDERICO	20/10/2015	6:18 p.m	La comuna 1 representa el 5,29% de la población de Medellín, repartida en 61.768 hombres y 68.601 mujeres. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C174	FEDERICO	20/10/2015	9:10 p.m	El grupo poblacional más numeroso es entre los 0 y 15 años, que comprende el 26,8% de la comuna 1. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C175	FEDERICO	21/10/2015	7:23 a.m	Desde el Parque Biblioteca España, empezamos nuestro recorrido por las comunas 1, 2 y 4. #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C176	FEDERICO	21/10/2015	8: 12 a.m	#CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	NO
C177	FEDERICO	21/10/2015	10:34 a.m	Hoy con más de 150 voluntarios, #CREEMOS en una Medellín para todos, digna. #FedericoAlcalde	Otro	NO

C178	FEDERICO	21/10/2015	1:34 p.m	Quiero mi Medellín incluyente, igualitaria y con nuevas oportunidades de educación y empleo	Propuestas	SI
C179	FEDERICO	21/10/2015	2:55 p.m	Iniciando recorrido en Santo Domingo	Agenda de Campaña	SI
C180	FEDERICO	21/10/2015	4:12 p.m	Los principales problemas en la comuna 1 son Salud, Educación y Vivienda. Lo haremos bien. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C181	FEDERICO	21/10/2015	6:18 p.m	Legalización y mejoramiento de las viviendas de la comuna 1. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C182	FEDERICO	21/10/2015	9:10 p.m	Atención Primaria en Salud, atención domiciliaria, brigadas de salud y una red de atención de urgencias ágil y segura. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C183	FEDERICO	21/10/2015	9:56 p.m	Vamos a ganar las elecciones. #Creemos	Otro	NO
C184	FEDERICO	22/10/2015	4:12 p.m	Seguimos recorrido por Medellín. Vamos por Biblioteca España en Comuna 1. Se siente: vamos a ganar. #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C185	FEDERICO	23/10/2015	7:34 a.m	Apoyaremos la proyección del cable complementario a la línea k, en la zona Nororiental de Medellín. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C186	FEDERICO	23/10/2015	9:12 a.m	Cuando era más joven me decían que era imposible ganar el concejo, lo logré con esfuerzo; hoy les digo que es posible ganar la alcaldía #FedericoAlcalde	Otro	SI
C187	FEDERICO	23/10/2015	9: 14 a.m	Nuestros voluntarios son el pulmón de esta campaña, lo haremos bien por la ciudad. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Propuestas	SI

C188	FEDERICO	23/10/2015	9:33 a.m	En el sector de La Silla, Santo Domingo, uno de los lugares más aporreados por la violencia. Hoy lugar de esperanza.	Agenda de Campaña	SI
C189	FEDERICO	23/10/2015	1:09 p.m	Fortalecer la asistencia escolar de los niños que vienen con Buen Comienzo y pasan a la Educación escolar. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C190	FEDERICO	23/10/2015	2:18 p.m	Rios de gente que suman y multiplican esta realidad, porque los que creemos somos más. #FedericoAlcalde	Otro	NO
C191	FEDERICO	24/10/2015	9:46 a.m	¡Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Otro	NO
C192	FEDERICO	24/10/2015	10:34 a.m	Llegaremos a todo el territorio con inversión social y oportunidades. Más importante mapa social que mapa político.	Propuestas	NO
C193	FEDERICO	24/10/2015	3:34 p.	De la mano de todos los ciudadanos gobernaremos la ciudad. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	NO
C194	FEDERICO	24/10/2015	8:12 p.m	Gracias por CREER. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	SI
C195	FEDERICO	24/10/2015	8:34 p.m	La independencia permite mirar a los ojos con la confianza que lo haremos bien. ¡Aliado con vos! #FedericoAlcalde	Otro	NO
C196	FEDERICO	24/10/2015	8:56 p.m	Emoción ver nuestros niños jugar Pony Fútbol. Soy un convencido del deporte como herramienta social y opción de vida	Propuestas	NO
C197	FEDERICO	24/10/2015	9: 18 p.m	Uno a uno, dando la mano y mirando a los ojos, sigo en la calle contándole a Medellín lo q creo y lo q vamos a hacer	Propuestas	NO

C198	FEDERICO	24/10/2015	9: 24 p.m	Recuperación de quebradas y espacios públicos. Aquí en el parque lineal La Herrera. #FedericoAlcalde	Propuestas	SI
C199	FEDERICO	24/10/2015	10: 34 p.m	Para la mujer y para la tercera edad, nuestra gratitud y nuestro compromiso de atención y protección prioritaria.	Otro	SI
C200	FEDERICO	25/10/2015	6:54 a.m	Inicamos una jornada definitiva. #creemos en la victoria	Agenda de Campaña	NO
C101	FEDERICO	25/10/2015	7:12 a.m	Salgo par mi puesto de votación aejercer el derecho ciudadano. Vamos a conquistar Medellín #FicoAlcalde	Agenda de Capaña	NO
C202	FEDERICO	25/10/2015	8:05 a.m	Llegamos a la estación Popular, escuchar es nuestra prioridad en estos recorridos. #CREEMOS #FedericoAlcalde	Agenda de Campaña	NO
C203	FEDERICO	25/10/2015	8: 23 a.m	Ejerciendo mi derecho al voto. #creemos #Federicoalcalde	Agenda de Campaña	NO
C204	FEDERICO	25/10/2015	9:12 a.m	Vamos con toda	Otro	SI
C205	FEDERICO	25/10/2015	10: 37 a.m	#CREEMOS #FedericoAlcalde	Otro	SI
C206	FEDERICO	25/10/2015	11:23 a.m	Llegó el momento de elegir a un hombre que guíe con amor la tierra de la libertad. #Federicoalcalde	Otro	NO
C207	FEDERICO	25/10/2015	1:38 p.m	En la tierra de la libertad decimos #CREEMOS. #FedericoAlcalde	Otro	NO

C208	FEDERICO	25/10/2015	2:56 p.m	No paramos, nuestra motivación es cada sonrisa y abrazo. #CREEMOS y lo haremos bien. #FedericoAlcalde	Otro	SI
C209	FEDERICO	25/10/2015	3:12 p.m	#CREEMOS en una ciudad que brille por la esperanza de sus hijos. #FedericoAlcalde	Propuestas	NO
C210	FEDERICO	25/10/2015	3:45 p.m	Llegó el tiempo de demostrar que en la tierra de la libertad quien decide eres tu... ¡Somos más los que Creemos!	Otro	NO
C211	FEDERICO	25/10/2015	3:58 p.m	En la calle, con la alegría de nuestra gente, demostrando que cada vez somos más los que Creemos. #FedericoAlcalde	Agenda de campaña	SI
C212	FEDERICO	25/10/2015	4:12 p.m	Sin palabras para agradecer cariño y apoyo de la gente en Medellín. Gracias de verdad, mi responsabilidad es con vos	Otro	SI
C213	FEDERICO	25/10/2015	5:18 p.m	Aguardamos resultados en la sede de Campaña con todos los medellinenses. Mi compromiso es con vos.	Agenda de Campaña	SI
C214	FEDERICO	25/10/2015	6:20 p.m	Feliz, creímos y acá está el resultado. No te rindas, cumple tus sueños. #creemos	Otro	SI
C215	FEDERICO	25/10/2015	10:43 p.m	GRACIAS		NO

ANEXO II

TABLA DATOS COMPLEMENTARIOS JUAN CARLOS VELEZ

*Más abajo encontrarás los demás candidatos

TABLA DE DATOS COMPLEMENTARIOS								
CÓDIGO	LINK	VIDEO ANEXO	HT	#RETIRO	#FAVORITOS	PREGUNTAS	RESPUESTAS	PALABRA CLAVE
A1	NO	NO	#ConTodaSeguridad	7	3	0	0	Mejor
A2	NO	NO	#ConTodaSeguridad - #Medellín	16	10	3	2	Trabajar
A3	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	5	1	1	Gestión
A4	NO	NO	#Medellín	16	4	0	0	Seguridad
A5	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásdeSeguridad	32	16	5	2	Familias
A6	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásdeSeguridad	25	11	3	0	Educación
A7	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	29	12	0	0	Becas
A8	NO	NO	#AdemasDeSeguridad #DiálogoPopular	19	8	4	0	Diálogo
A9	NO	NO	#VotaCD	18	8	3	2	Ciudadanía
A10	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	28	10	0	0	Recorremos
A11	NO	NO	NO	66	44	13	6	Guerra Sucia
A12	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	12	3	0	Campesinos

A13	SI	NO	#AdemásDeSeguridad	11	8	0	0	Revisaremos
A14	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	8	0	0	Campesinos
A15	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	6	5	1	1	Pegatón
A16	SI	NO	#AdemásDeSeguridad #PropuestaGanadora	14	6	3	1	Propuesta Ganadora
A17	NO	NO	NO	7	5	0	0	Todos
A18	NO	NO	#ConTodaSeguridad	26	16	0	0	Microtráfico
A19	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	85	50	1	0	Incluyente
A20	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	74	48	2	0	Respeto
A21	NO	NO	#VotaCD	23	15	0	0	Gracias
A22	NO	NO	NO	21	11	0	0	Empanadas
A23	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	17	11	0	0	Construir
A24	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	11	12	1	1	Protegeremos
A25	NO	NO	NO	15	11	3	2	Compromiso
A26	NO	NO	NO	7	7	0	0	Apoyo
A27	NO	NO	NO	11	10	1	1	Apoyo
A28	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	11	2	0	Solución
A29	si	NO	#DiálogoPupular #VotaCD	13	11	1	1	Incluyente
A30	NO	NO	#Medellín	16	14	0	0	Seguridad
A31	SI	SI	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	22	13	4	2	Subsidios
A32	SI	NO	#VotaCD	13	12	0	0	Conocer
A33	https://youtu.be/i981GL0SqUg	SI	#ConTodaSeguridad	15	5	0	0	Plan de gobierno

A34	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	15	14	2	0	Deporte
A35	https://youtu.be/3UmK2wKw3H8	Si	#ConTodaSeguridad	14	10	0	0	Administración
A36	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	40	21	1	1	Medellín
A37	NO	NO	#ConTodaseguridad #Medellin #Antioquia #AdemásDeSeguridad	39	18	4	3	Urivistas
A38	NO	NO	NO	19	15	0	0	Campaña
A39	NO	NO	#UribistaVotoCentroDemocrático	98	57	3	2	Vota
A40	https://youtu.be/8FC3OAHqISY	Si	#Medellín	17	5	0	0	Campaña
A41	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	112	57	3	0	Jóvenes
A42	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	14	7	1	0	Equipo
A43	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	31	22	0	0	Comunidad
A44	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	9	1	0	Jóvenes
A45	NO	NO	NO	16	12	0	0	Compañía
A46	NO	NO	#ConTodaSeguridad #PropuestaGanadora	17	16	3	0	Propuesta
A47	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	14	6	0	0	Gracias
A48	NO	NO	#ConTodaSeguridad	14	8	6	2	Pública
A49	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellin	26	4	2	0	Trabajar
A50	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	16	10	0	0	Apuesta

A51	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	11	16	1	1	Mejoramiento
A52	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #DiálogoPopular #Medellín	15	11	0	0	Diálogo
A53	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	9	0	0	Reunión
A54	NO	NO	#VotaCD	15	11	2	0	Actividad
A55	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	9	4	2	Recuperar
A56	NO	NO	#ConTodaSeguridad	17	15	1	1	Ciudad
A57	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	9	0	0	Apoyo
A58	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	5	0	0	Preocupaciones
A59	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	14	10	1	1	Cariño
A60	NO	NO	#CompraLocal #ConTodaSeguridad	14	11	2	0	Seguridad
A61	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	8	0	0	Seguridad
A62	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	20	13	1	0	Construiremos
A63	NO	NO	#VotaCD	35	22	3	1	Amor
A64	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	15	9	1	0	Reunión
A65	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	26	11	0	0	Programa
A66	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	7	0	0	Reunión
A67	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	9	2	0	0	Seguridad
A68	NO	NO	NO	8	3	0	0	Campañas Transparentes

A69	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	9	1	0	Comunidad
A70	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	16	13	0	0	Educación
A71	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #ConTodaSeguridad #VotaCD	18	11	0	0	Maestros
A72	http://www.elcolombiano.com/me-la-tengo-que-jugar-por-bajar-las-tarifas-de-energia-EN2852600 ...	NO	NO	13	6	5	0	Posición
A73	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	8	0	0	Jóvenes
A74	NO	NO	#ConTodaSeguridad	20	11	2	0	Seguridad
A75	NO	NO	#LoQueEsConUribeEsConmigo	57	20	0	0	Uribe
A76	NO	NO	#LoQueEsConUribeEsConmigo	69	29	5	0	Votaremos
A77	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellón #VotaCD	16	8	2	0	Ciudadanos
A78	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	8	3	0	0	Madres
A79	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	9	2	1	Trabajamos
A80	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	15	10	3	0	Calidad
A81	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	11	10	0	0	Vivienda

A82	http://www.elmundo.com/movil/noticia_detalle.php?idx=264141& ...	NO	NO	19	12	3	1	Uribistas
A83	NO	NO	#Medellín	32	21	1	0	Medellín
A84	NO	NO	#ConTodaSeguridad	17	14	4	2	Facebook
A85	NO	NO	NO	11	6	0	0	Emisora
A86	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	10	2	0	Delitos
A87	NO	NO	#Medellín #Antioquia	9	2	1	0	Medellín
A88	https://youtu.be/SJKFEMqdxRA	Si	#ConTodaSeguridad	49	24	2	0	Campaña
A89	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	24	18	0	0	Estadio
A90	NO	NO	#Medellín #ConTodaSeguridad #VotaCD	50	24	0	0	Medellín
A91	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	10	1	0	Protegeremos
A92	NO	NO	#ConTodaSeguridad	9	4	0	0	Redes Sociales
A93	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín #VotaCD	24	15	2	0	Empleo
A94	NO	NO	#ConTodaSeguridad #ConLaTricolorPuesta	21	13	0	0	Ganar
A95	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín #VotaCD	13	9	1	0	Medellín
A96	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	7	0	0	Deporte

A97	NO	NO	#ConTodaSeguridad	111	45	2	2	Apoyo
A98	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	24	13	3	1	Jóvenes
A99	NO	NO	#ConTodaSeguridad	23	14	0	0	Seguridad
A100	NO	NO	#ConTodaSeguridad	28	9	6	1	Gobierno
A101	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	27	17	1	0	Gobierno
A102	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	24	15	0	0	Deporte
A103	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	20	19	3	0	Deporte
A104	NO	NO	#ConTodaSeguridad	45	26	0	0	Podemos
A105	NO	NO	#PropuestaGanadora	21	12	4	2	Propuesta
A106	NO	NO	#Medellín #Antioquia #FelizJueves	53	27	2	2	Equipo
A107	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	17	11	0	0	Redes Sociales
A108	NO	NO	#ConTodaSeguridad	15	14	4	1	Seguridad
A109	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	11	0	0	Crearemos
A110	NO	NO	#Medellín #ConTodaSeguridad	45	23	0	0	Jóvenes
A111	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín #VotaCD	18	13	1	0	Aire
A112	NO	NO	#ConTodaSeguridad	24	17	0	0	Administración
A113	NO	NO	#ConTodaSegurida	16	12	1	0	Energía
A114	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	9	0	0	Aire
A115	NO	NO	#AdemásDeSegurida	11	10	0	0	Estudiantes
A116	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Vota CD	22	16	1	0	Seguridad

A117	https://www.youtube.com/watch?v=GZp2dYKUSnY ...	SI	#VotaCD #AdemásDeSeguridad #Medellín	14	7	0	0	Propuestas
A118	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	10	7	0	0	Reforestación
A119	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	13	11	3	0	Emprendedores
A120	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín #Antioquia	32	19	2	0	Juntos
A121	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	22	8	0	0	Seguridad
A122	NO	NO	#ConTodaSeguridad	23	32	0	0	Trabajo
A123	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	13	5	0	0	Esperanza
A124	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	23	16	0	0	Comunidad
A125	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	23	8	1	2	Proyecto
A126	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	4	0	0	Apoyo
A127	NO	NO	#ConTodaSeguridad	23	18	2	1	Niños
A128	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	14	12	5	2	Jóvenes
A129	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	12	7	0	0	Equipo
A130	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	14	7	2	2	Propuestas
A131	NO	NO	#PropuestaGanadora	25	16	3	3	Propuesta

A132	NO	NO	#Medellín	13	14	0	0	Regalo
A133	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	8	1	0	Empleados
A134	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	8	0	0	Seguridad
A135	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	13	10	2	0	Empleo
A136	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad #Medellín	13	10	0	0	Salud
A137	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	10	2	0	Compartir
A138	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad #Medellín	14	6	0	0	Discapacidad
A139	NO	NO	#medellín	11	7	0	0	Apoyo
A140	http://www.elcolombiano.com/elecciones-	NO	NO	22	12	0	0	Salud
A141	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	20	8	3	0	Subsidios
A142	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	13	5	1	0	Salud
A143	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	16	9	0	0	Educación
A144	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	6	1	1	Educación
A145	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	20	10	2	1	Medellín
A146	NO	NO	#Medellín	16	12	0	0	Reunión
A147	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	9	7	0	0	Oportunidades
A148	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	12	2	1	Medellín
A149	NO	NO	NO	20	14	0	0	Triunfo
A150	NO	NO	#DebateMedellín	33	18	4	0	Universidades

A151	NO	NO	#DebateMedellín #ConTodaSeguridad	26	15	3	0	Plusvalía
A152	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	36	20	0	0	Movilidad
A153	NO	NO	NO	50	30	0	0	Jóvenes
A154	NO	NO	#ConTodaSeguridad	65	32	2	0	Ciudadanía
A155	NO	NO	NO	45	20	0	0	Seguridad
A156	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	57	35	0	0	Gracias
A157	NO	NO	#ConTodaSeguridad	27	10	2	0	Creación
A158	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	130	53	5	2	Empleados
A159	NO	NO	#Educación #Seguridad #Competividad	17	12	1	0	Competitividad
A160	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Antioquia	45	18	0	0	Gobernador
A161	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Antioquia	23	11	2	0	Gobernador
A162	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	8	0	0	Consumidor
A163	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	8	6	0	0	Salud
A164	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	14	9	1	1	Educación
A165	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	12	0	0	Familias
A166	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	23	15	2	0	Empresa
A167	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	14	9	0	0	Ganar
A168	NO	NO	#FelizLunes	23	16	1	1	Constancia
A169	NO	NO	#ConTodaSeguridad	43	26	3	0	Agradecimiento
A170	NO	NO	#ConTodaSeguridad	17	9	1	0	Medellín
A171	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	5	0	0	Abuelos

A172	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Medellín	15	8	0	0	Vivienda
A173	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD	21	6	1	0	Seguridad
A174	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Medellín	9	6	0	0	Educación
A175	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	11	2	1	Bienestar
A176	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	34	15	2	0	Seguridad
A177	NO	NO	#SíSePuede #Medellín	21	13	0	0	Apoyo
A178	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD	18	9	1	0	Políticos
A179	https://www.periscope.tv/w/aOGYpTc0NTIxOTd8MW5BSkV2b0JBTm54TGZEQz53UYKzKOZO64-Is-mh1172rU_Jwk-RY_C18qB6 ...	NO	#Periscope	13	9	0	0	Jóvenes
A180	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	31	19	2	0	Empresa
A181	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	9	1	1	Seguridad
A182	NO	NO	#ConTodaSeguridad	15	16	2	0	Comunidad
A183	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	25	18	1	0	Protección
A184	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	36	12	2	0	Diálogo
A185	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	6	0	0	Gobierno
A186	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #DíaDeLosAnimales	31	13	2	0	Medellín
A187	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	14	9	0	0	Campesinos
A188	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	7	1	0	Productores

A189	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #CompraLocal	19	14	2	1	Propuestas
A190	NO	NO	#ademásDeSeguridad #FelizDomingo #Medellín	30	23	1	0	Esperanza
A191	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	14	8	2	0	Medellín
A192	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	56	19	0	0	Universidades
A193	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	23	31	0	0	Subsidios
A194	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	15	8	0	0	Seguridad
A195	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	9	3	2	Familias
A196	https://www.facebook.com/jcvelezuribe/videos/1646887582217943/ ...	SI	#AdemásDeSeguridad	34	12	0	0	Comunidad
A197	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	11	1	0	Vivienda
A198	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	37	28	3	0	Gracias
A199	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	16	14	0	0	Gracias
A200	NO	NO	#DiálogoPopular #AdemásDeSeguridad	47	31	4	1	Seguridad
A201	https://www.periscope.tv/w/aOBIPzc0NTIxOTd8MVJER2xWYmF6bWp4TO38zO-ihvqS__tv7_xPBGelSqftcMIU7rLfwA4vk-8 ...	SI	#AdemásDeSeguridad	26	15	0	0	Alcaldia
A202	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	23	18	1	0	Seguridad

A203	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	9	0	0	Medellín
A204	NO	NO	NO	9	6	0	0	Comunidad
A205	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	8	0	0	Equipo
A206	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	11	2	0	Reunión
A207	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	8	1	1	Desarrollo
A208	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	14	2	0	Seguridad
A209	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	34	19	0	0	Empleo
A210	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	23	16	0	0	Vivienda
A211	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	16	9	1	0	Juntos
A212	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	18	13	1	1	Equipo
A213	NO	NO	#AdemásSeguridad #Medellín	19	23	2	1	Medellín
A214	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásDeSeguridad	34	17	0	0	Medellín
A215	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	8	0	0	Comunidad
A216	NO	NO	#ConTodaSeguridad	18	10	0	0	Fronteras
A217	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	9	1	0	Propuestas
A218	https://www.youtube.com/watch?v=QCKPxfBcTog&feature=youtu.be	SI	#ConTodaSeguridad	22	15	1	1	Medellín
A219	NO	NO	NO	14	7	0	0	Seguridad

A220	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/es-perentorio-ganar-concuribe-NN2816528 ...	NO	#AdemásDeSeguridad	18	13	1	0	Ganar
A221	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	31	23	2	0	Salud
A222	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	7	0	0	Movilidad
A223	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	13	0	0	Medellín
A224	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	7	1	0	Corrupción
A225	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	20	26	0	0	Respeto
A226	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	5	0	0	Salud
A227	NO	NO	#Medellín #AdemásDeSeguridad	13	9	1	0	Medellín
A228	NO	NO	#DiálogoPopular	25	17	0	0	Diálogo
A229	NO	NO	#Medellín	69	40	4	0	Medellín
A230	NO	NO	#DiálogoPopular #AdemásdeSeguridad	38	25	1	0	Diálogo
A231	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	9	0	0	Recorrido
A232	NO	NO	#ConTodaSeguridad	11	13	1	0	Delincuencia
A233	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	39	25	2	2	Plan de gobierno
A234	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	28	16	0	0	Seguridad
A235	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	122	54	6	0	Pública
A236	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	25	17	0	0	Salud
A237	NO	NO	#ConTodaSeguridad	36	12	0	0	Seguridad
A238	NO	NO	#ConTodaSeguridad	18	13	1	0	Ciudad
A239	NO	NO	#Educación #Salud	8	5	0	0	Gobierno
A240	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	8	0	0	Fotomultas
A241	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	16	0	0	Seguridad
A242	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	11	1	0	Gobierno
A243	dhhttp://goo.gl/Rgl4O0	SI	NO	65	23	0	0	Universidades

A244	NO	NO	#Medellín #Seguridad	37	45	3	2	Medellín
A245	NO	NO	#FelizViernes	19	12	0	0	Gobierno
A246	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	27	16	0	0	Seguridad
A247	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	53	32	2	2	Medellín
A248	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	12	0	0	Medellín
A249	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	24	21	0	0	Gracias
A250	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	14	1	0	Problemas
A251	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	9	0	0	Reunión
A252	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	8	1	0	Música
A253	NO	NO	NO	16	13	0	0	Aeronáutica
A254	NO	NO	#ConTodaSeguridad	57	15	8	3	Educación
A255	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	61	23	1	0	Impuestos
A256	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	14	0	0	Impuestos
A257	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	85	34	6	0	Salud
A258	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	16	1	1	Empleo
A259	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	16	14	2	1	Administración
A260	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	23	18	4	2	Seguridad
A261	NO	NO	#ConTodaSeguridad	47	28	1	1	Confianza
A262	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	31	56	2	0	Apoyo
A263	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	12	0	0	Atención
A264	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	54	31	1	0	Patrimonio
A265	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	48	22	2	2	Familias
A266	NO	NO	#ConTodaSeguridad	20	15	0	0	Medellín
A267	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	67	53	3	0	Administración

A268	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásDeSeguridad	34	23	1	0	Medellín
A269	NO	NO	No	93	67	3	0	Comunidad
A270	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	45	23	0	0	Seguridad
A271	NO	NO	#FelizJueves #Medellín	19	34	1	1	Medellín
A272	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	18	0	0	Educación
A273	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	35	23	0	0	Propuestas
A274	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	59	21	4	2	Todos
A275	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	69	45	4	3	Administración
A276	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	18	3	0	Servicios
A277	NO	NO	No	112	59	4	1	Jóvenes
A278	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	92	56	4	1	Candidatos
A279	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	45	23	0	0	Compañeros
A280	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	11	0	0	Delincuencia
A281	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	21	0	0	Comunidad
A282	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	53	38	1	0	Subsidios
A283	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	34	17	0	0	Urgencias
A284	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	8	0	0	Empleados
A285	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	17	9	0	0	Propuestas
A286	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	12	1	0	Necesidades
A287	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	46	23	0	0	Medellín
A288	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	38	23	1	0	Medellín
A289	NO	NO	NO	16	13	0	0	Objetivos
A290	NO	NO	NO	53	48	3	1	Campaña

Gabriel Jaime Rico

CÓDIGO T	LINK	VIDEO ANEXO	Hasg Tagh #	RETUIT	FAVORITOS	PREGUNTAS	RESPUESTAS	PALABRA CLAVE
B1	SI	NO	#EsoEsRico	8	7	1	1	Invitación
B2	NO	NO	#EsoEsRico	30	19	2	2	Invitación
B3	NO	NO	#MásMedellín	11	8	1	1	Compromiso
B4	NO	NO	#EsoEsRico	13	9	1	1	Compromiso
B5	NO	NO	#EsoEsRico	9	6	0	0	Gracias
B6	NO	NO	#EsoEsRico	10	4	2	2	Gracias
B7	NO	NO	#EsoEsRico	7	6	1	0	Compromiso
B8	NO	NO	#EsoEsRico	9	3	0	0	Invitación
B9	NO	NO	#EsoEsRico	36	14	0	0	Invitación
B10	NO	NO	#EsoEsRico	7	5	2	2	Invitación
B11	NO	NO	#EsoEsRico	23	3	2	2	Invitación
B12	NO	NO	#MásMedellín	23	9	3	2	Compartir
B13	NO	NO	NO	19	14	12	1	Gracias
B14	NO	NO	NO	22	15	5	2	Compromiso
B15	NO	NO	NO	19	10	2	1	Apoyo
B16	NO	NO	#RicoAlcalde	22	13	2	1	Multiplificación
B17	NO	NO	#MásMedellín	23	9	1	0	Gracias
B18	NO	NO	#RicoAlcalde	9	6	0	0	Gracias
B19	NO	NO	#EsoEsRico	19	14	4	3	Ganar
B20	NO	NO	#EsoEsRico	22	15	4	4	Gracias
B21	NO	NO	#EsoEsRico	19	10	6	4	Trabajo
B22	NO	NO	#EsoEsRico	16	9	5	0	Compromiso
B23	NO	NO	#RicoAlcalde	22	15	4	3	Alegría
B24	NO	NO	NO	12	11	3	3	Trabajo
B25	NO	NO	#RicoAlcalde	22	12	4	0	Compromiso

B26	NO	NO	NO	10	7	3	2	Alegría
B27	NO	NO	#RicoAlcalde #MásMedellín	12	6	1	1	Compromiso
B28	NO	NO	#EsoEsRico	20	8	2	1	Compromiso
B29	NO	NO	#EsoEsRico	14	10	2	1	Satisfacción
B30	NO	NO	#EsoEsRico	7	6	0	0	Calidad
B31	NO	NO	#EsoEsRico	11	5	0	0	Trabajo
B32	NO	NO	#EsoEsRico	23	14	0	0	Gracias
B33	NO	NO	#EsoEsRico	12	8	0	0	Pacto
B34	NO	NO	#EsoEsRico	11	2	1	1	Compromiso
B35	NO	NO	#EsoEsRico	12	11	2	2	Alianza
B36	NO	NO	#EsoEsRico	45	16	2	2	Compromiso
B37	NO	NO	#EsoEsRico	45	8	1	1	Alianza
B38	NO	NO	#EsoEsRico	38	8	0	0	Educación
B39	NO	NO	#EsoEsRico	13	6	0	0	Educación
B40	NO	NO	#RicoAlcalde	18	8	3	2	Fuerza
B41	NO	NO	NO	17	7	2	2	Apoyo
B42	NO	NO	#RicoAlcalde	15	9	1	1	Apoyo
B43	NO	NO	NO	9	8	1	1	Gracias
B44	NO	NO	#RicoAlcalde	34	10	2	2	Selección
B45	NO	NO	#LoRicodDeMiSelección	8	8	3	2	Pasión
B46	NO	NO	#RicoAlcalde	10	6	2	2	Apoyo
B47	NO	NO	#EsoEsRico	11	6	12	1	Apoyo
B48	NO	NO	#EsoEsRico	17	6	2	2	Educación
B49	NO	NO	#MásMedellín	26	16	2	2	Alianza
B50	NO	NO	#RicoAlcalde	17	11	3	2	Ganar
B51	NO	NO	#EsoEsRico	23	11	4	3	Compromiso

B52	SI	NO	#EsoEsRico	13	6	2	2	Alianza
B53	NO	NO	#RicoAlcalde	29	19	2	2	Compromiso
B54	NO	NO	NO	24	17	1	1	Seguridad
B55	NO	NO	#GranDebate	6	4	2	2	Ganar
B56	NO	NO	#RicoAlcalde	16	11	0	0	Apoyo
B57	NO	NO	#RicoAlcalde	19	9	2	2	Apoyo
B58	NO	NO	#DebateMedellín	43	21	0	0	Apoyo
B59	NO	NO	#RicoAlcalde	32	13	1	1	Compromiso
B60	NO	NO	#RicoAlcalde	28	12	0	0	Participación
B61	NO	NO	#RicoAlcalde	56	19	0	0	Apoyo
B62	NO	NO	#RicoAlcalde	57	21	0	0	Apoyo
B63	NO	NO	#RicoAlcalde	48	15	2	2	Apoyo
B64	NO	NO	NO	77	15	2	2	Apoyo
B65	NO	NO	#RicoAlcalde	70	26	2	2	Acompañamiento
B66	NO	NO	#RicoAlcalde	90	18	5	1	Seguridad
B67	NO	NO	#RicoAlcalde	68	20	2	2	Vocación
B68	NO	NO	#RicoAlcalde	64	18	2	2	Identidad
B69	NO	NO	#EsoEsRico	15	12	6	3	Apoyo
B70	NO	NO	#RicoAlcalde	14	19	3	0	Apoyo
B71	NO	NO	#RicoAlcalde #debateMedellín	12	20	2	2	Valores
B72	NO	NO	#RicoAlcalde #DebateMedellín	19	26	3	2	Futuro
B73	NO	NO	#RicoAlcalde	52	17	2	2	Fuerza
B74	NO	NO	#RicoAlcalde	6	7	0	0	Fuerza
B75	NO	NO	#EsoEsRico	9	7	2	0	Felicidad

B76	NO	NO	#EsoEsRico	14	8	2	0	Fuerza
B77	NO	NO	#EsoEsRico	10	4	3	0	Felicidad
B78	NO	NO	#RicoAlcalde	12	4	5	0	Compromiso
N79	NO	NO	#RicoAlcalde	13	7	0	0	Gracias
B80	NO	NO	#RicoAlcalde	16	7	3	0	Apoyo
B81	NO	NO	#RicoAlcalde	23	11	2	0	Respeto
B82	NO	NO	#RicoAlcalde	18	9	3	0	Apoyo
B83	NO	NO	#RicoAlcalde	18	6	2	0	Apoyo
B84	NO	NO	#RicoAlcalde	5	11	4	0	Compromiso
B85	NO	NO	#RicoAlcalde	14	16	2	0	Compromiso
B86	NO	NO	#RicoAlcalde	52	10	3	3	Compromiso
B87	NO	NO	#RicoAlcalde	11	8	3	0	Compromiso
B88	NO	NO	#RicoAlcalde	23	11	2	2	Servicio
B89	NO	NO	#RicoAlcalde	28	8	2	2	Gobierno
B90	NO	NO	#RicoAlcalde	24	10	3	1	Apoyo
B91	NO	NO	#RicoAlcalde	17	18	2	0	Saludable
B92	SI	NO	#RicoAlcalde	117	22	6	0	Saludable
B93	NO	NO	#RicoAlcalde	26	14	1	0	Bienestar
B94	NO	NO	#RicoAlcalde	21	19	0	0	Ganar
B95	NO	NO	#RicoAlcalde	71	14	0	0	Democrático
B96	NO	NO	#RicoAlcalde	16	14	0	0	Educación
B97	NO	NO	#RicoAlcalde	14	16	1	0	Educación
B98	NO	NO	#RicoAlcalde	5	15	3	0	Educación
99	NO	NO	#RicoAlcalde	32	13	2	0	Saludable
B100	NO	NO	#RicoAlcalde	25	15	2	0	Saludable
B101	NO	NO	#RicoAlcalde	12	16	2	2	Responsabilida d
B102	NO	NO	#RicoAlcalde	30	19	3	1	Saludable

B103	NO	NO	#RicoAlcalde	7	21	1	0	Bienestar
B104	NO	NO	#RicoAlcalde	28	15	4	0	Honor
B105	NO	NO	#RicoAlcalde	15	18	2	2	Gracias
B106	NO	NO	#RicoAlcalde	33	16	0	0	Apoyo
B107	NO	NO	#RicoAlcalde	12	10	0	0	Gracias
B108	NO	NO	#RicoAlcalde	93	12	0	0	Seguridad
B109	NO	NO	#RicoAlcalde	12	9	2	0	Seguridad
B110	NO	NO	#RicoAlcalde	18	11	2	0	Seguridad
B111	SI	SI	#RicoAlcalde	11	9	4	0	Seguridad
B112	NO	NO	#RicoAlcalde	7	7	0	0	Inclusión
B113	NO	NO	#RicoAlcalde	6	5	0	0	Compromiso
B114	NO	NO	#RicoAlcalde	8	5	1	1	Compromiso
B115	NO	NO	#RicoAlcalde	13	15	2	2	Compromiso
B116	NO	NO	#RicoAlcalde	8	8	0	0	Apoyo
B117	NO	NO	#RicoAlcalde	74	22	1	0	Convicción
B118	NO	NO	#RicoAlcalde	29	34	0	0	Ganar

FEDERICO GUTIERREZ

CÓDIGO T	LINK	VIDEO ANEXO	Hasg Tagh #	RETUIT	FAVORITOS	PREGUNTAS	RESPUESTAS	PALABRA CLAVE
C1	No	No	NO	23	15	7	7	Alianza
C2	NO	NO	#Creemos	16	12	3	2	Ganar
C3	NO	NO	#Creemos	27	15	2	2	Ganar
C4	NO	NO	#Creemos	29	20	0	0	Campaña
C5	NO	NO	NO	10	5	1	1	Paz
C6	NO	NO	#creemos	77	41	13	11	Ganar
C7	NO	NO	#Creemos	13	9	0	0	Peluquería

C8	NO	NO	#Creemos	3	5	5	5	Gracias
C9	NO	NO	#Creemos	18	18	6	6	Volanteo
C10	NO	NO	#Creemos	21	15	0	0	Multiplicación
C11	NO	NO	#Creemos	22	9	10	10	Responsabilidad
C12	NO	NO	#Creemos	21	14	8	6	Ampliación
C13	NO	NO	#Creemos	18	11	5	3	Multiplicación
C14	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	11	6	10	8	Campaña
C15	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	26	16	11	11	Responsabilidad
C16	NO	NO	#Creemos	11	8	4	2	Transformación
C17	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	7	9	7	Mejoramiento
C18	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	30	15	7	7	Trabajo
C19	NO	NO	#Creemos	13	5	2	1	Ganar
C20	NO	NO	#Creemos	23	12	8	6	Seguridad
C21	NO	NO	#Creemos	20	7	9	9	Servicio
C22	NO	NO	#Creemos	44	41	7	2	Gracias
C23	SI	NO	NO	18	17	0	0	Gracias
C24	NO	NO	#Creemos	13	8	4	1	Alianza
C25	NO	NO	#Creemos	23	13	6	5	Energía
C26	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	10	0	0	Multiplicación
C27	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	22	14	0	0	Multiplicación
C28	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	20	8	0	0	Alianza

C29	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	13	2	5	5	Alianza
C30	NO	NO	NO	12	5	4	2	Alianza
C31	NO	NO	NO	17	9	0	0	Transformación
C32	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	12	0	0	Esfuerzo
C33	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	16	14	10	10	Ganar
C34	NO	NO	NO	17	9	2	2	Ganar
C35	NO	NO	NO	19	10	5	3	Trabajo
C36	NO	NO	NO	16	6	0	0	Alianza
C37	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	21	13	0	0	Responsabilidad
C38	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	13	4	2	2	Compromiso
C39	NO	NO	NO	16	6	0	0	Alianza
C40	NO	NO	NO	5	4	2	1	Compromiso
C41	NO	NO	NO	18	9	5	4	Ganar
C42	NO	NO	NO	17	8	3	3	Compromiso
C43	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	8	1	1	Alianza
C44	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	16	5	7	5	Responsabilidad
C45	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	10	5	5	Ganar
C46	NO	NO	NO	14	4	10	10	Compromiso

C47	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	18	6	2	1	Credibilidad
C48	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	27	13	4	0	Compromiso
C49	NO	NO	NO	21	9	11	9	Credibilidad
C50	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	16	7	0	0	Credibilidad
C51	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	15	2	2	2	Compromiso
C52	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	18	8	2	2	Compromiso
C53	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	17	5	2	1	Confianza
C54	NO	NO	NO	17	9	12	12	Compromiso
C55	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	11	4	4	4	Compromiso
C56	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	12	7	6	5	Compromiso
C57	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	14	6	4	1	Gestión
C58	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	11	5	0	0	Gestión

C59	NO	NO	#Creemos	8	4	6	2	Gracias
C60	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	16	10	0	0	Compromiso
C61	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	35	22	4	4	Trabajo
C62	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	21	14	7	5	Gracias
C63	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	19	9	3	3	Responsabilidad
C64	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	28	13	1	1	Ganar
C65	NO	NO	NO	23	12	3	1	Compromiso
C66	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	17	10	1	1	Compromiso
C67	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	8	3	2	Responsabilidad
C68	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	19	10	4	1	Responsabilidad
C69	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	17	9	5	5	Liderazgo
C70	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	21	11	7	4	Compañía

C71	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	16	6	7	5	Ganar
C72	NO	NO	#Creemos	16	8	5	5	Ganar
C73	NO	NO	NO	17	12	8	4	Compromiso
C74	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	21	12	5	3	Compromiso
C75	NO	NO	NO	18	11	3	2	Gracias
C76	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	17	7	0	0	Ganar
C77	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	16	7	4	3	Esperanza
C78	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	15	7	2	1	Motivación
C79	NO	NO	#Creemos	16	11	12	11	Ganar
C80	NO	NO	#Creemos	11	3	6	2	Compromiso
C81	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	10	6	7	5	Compromiso
C82	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	5	3	3	Compromiso
C83	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	12	6	4	4	Compromiso
C84	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	8	13	11	Esperanza

C85	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	9	6	2	2	Compromiso
C86	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	13	8	2	2	Ganar
C87	NO	NO	NO	14	8	12	8	Gracias
C88	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	9	8	1	1	Compromiso
C89	NO	NO	NO	15	12	5	5	Ganar
C90	NO	NO	NO	12	9	9	9	Motivación
C91	NO	NO	NO	16	6	4	3	Ganar
C92	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	9	4	3	3	Gracias
C93	NO	NO	NO	13	3	2	2	Compromiso
C94	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	11	3	3	Multiplicación
C95	NO	NO	NO	15	6	4	3	Ganar
C96	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	14	6	12	12	Ganar
C97	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	9	8	2	2	Liderazgo
C98	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	15	6	2	2	Compromiso
C99	NO	NO	#Creemos	12	2	2	2	Compromiso
C100	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	14	8	3	2	Ganar

C101	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	14	7	4	4	Compromiso
C102	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	12	7	5	Ganar
C103	NO	NO	#Creemos	21	14	0	0	Ganar
C104	NO	NO	#Creemos	8	7	1	1	Gracias
C105	NO	NO	NO	9	8	0	0	Aire
C106	NO	NO	NO	35	20	3	3	Ganar
C107	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	10	9	4	2	Ganar
C108	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	48	32	4	2	Ganar
C109	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	30	17	3	4	Ganar
C110	NO	NO	NO	16	14	5	4	Ganar
C111	NO	NO	NO	8	8	3	3	Ganar
C112	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	36	37	4	4	Gracias
C113	NO	NO	NO	47	27	0	0	Gracias
C114	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	56	34	4	5	Compromiso
C115	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	20	3	2	Ganar
C116	NO	NO	#DebateMedellín	71	60	0	0	Fuerza
C117	NO	NO	#DebateMedellín	41	31	0	0	Ganar

C118	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	19	10	3	3	Alianza
C119	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	26	1	1	Medellín
C120	NO	NO	NO	23	34	4	3	Debate
C121	NO	NO	#Creemos	34	18	4	4	Debate
C122	NO	NO	NO	15	32	0	0	Oportunidades
C123	NO	NO	NO	17	11	0	0	Oportunidades
C124	NO	NO	NO	26	36	3	3	Ciudadanía
C125	NO	NO	NO	22	23	1	1	Inversión Social
C126	NO	NO	#Creemos	13	19	0	0	Ciudadano
C127	NO	NO	NO	9	13	2	2	Transporte Público
C128	NO	NO	NO	34	37	0	0	Movilidad
C129	NO	NO	#Creemos	23	25	0	0	Corrupto
C130	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	17	34	0	0	Más
C131	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	18	0	0	Centro
C132	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	42	27	9	7	Seguimos
C133	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	32	0	0	Centro
C134	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	18	2	2	Seguridad

C135	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	15	17	1	0	Tranquilidad
C136	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	26	29	4	3	Tranquilidad
C137	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	58	39	0	0	Responsabilidad
C138	NO	NO	NO	33	28	0	0	Calle
C139	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	29	9	8	Delitos
C140	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	25	6	4	Ciudad
C141	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	16	19	2	2	Transformación
C142	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	19	16	0	0	Responsabilidad
C143	NO	NO	#Creemos	21	28	1	1	Debate
C144	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	32	46	5	3	Movilidad
C145	NO	NO	NO	17	25	6	5	Homisidios
C146	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	26	31	2	2	Seguridad
C147	NO	NO	NO	32	42	1	1	Solidaridad
C148	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	33	39	9	7	Medellín
C149	NO	NO	NO	24	34	0	0	Gracias

C150	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	19	25	1	0	Responsabilidad
C151	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	17	29	4	4	Movilidad
C152	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	14	16	2	2	Ciudad
C153	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	16	19	6	5	Transporte
C154	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	48	39	7	7	Movilidad
C155	NO	NO	NO	18	25	2	2	Fotomultas
C156	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	17	28	3	3	Movilidad
C157	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	13	18	1	1	Movilidad
C158	NO	NO	#Creemos	19	25	5	5	Acuerdos
C159	NO	NO	#Creemos	27	36	4	4	Posibilidad
C160	NO	NO	NO	16	19	2	2	Fotomultas
C161	NO	NO	NO	25	32	0	0	Movilidad
C162	NO	NO	#Creemos	67	57	2	2	Trasporte
C163	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	54	53	4	4	Medellín
C164	NO	NO	NO	11	18	2	0	Movilidad
C165	NO	NO	#Creemos	8	16	0	0	Amigos

C166	NO	NO	NO	23	37	1	1	Amigos
C167	NO	NO	NO	48	19	3	3	Ganaremos
C168	NO	NO	#Creemos	37	27	2	2	Gracias
C169	NO	NO	NO	33	45	7	7	Mañana
C170	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	24	27	3	3	Creemos
C171	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	62	76	2	2	vamos
C172	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	23	27	1	1	Comuna
C173	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	17	19	6	5	Comuna
C174	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	35	28	3	2	Comuna
C175	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	43	50	1	1	Comuna
C176	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	18	25	0	0	Voluntarios
C177	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	42	59	2	2	Medellín
C178	NO	NO	NO	54	63	6	5	Recorrido
C179	NO	NO	NO	30	46	4	3	Comuna
C180	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	17	26	3	3	Vivienda

C181	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	19	28	2	2	Legalización
C182	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	24	32	1	1	Salud
C183	NO	NO	#Creemos	43	56	5	5	Elecciones
C184	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	11	16	5	3	Medellín
C185	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	9	2	2	Apoyaremos
C186	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	18	4	1	Medellín
C187	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	23	0	0	Voluntarios
C188	NO	NO	NO	21	17	10	8	Violencia
C189	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	8	7	5	Educación
C190	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	29	3	3	Creemos
C191	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	25	24	0	0	Aliados
C192	NO	NO	NO	17	26	2	2	Oportunidades
C193	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	54	19	1	1	Ciudad
C194	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	43	27	4	3	Creemos

C195	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	38	19	3	1	Independencia
C196	NO	NO	NO	101	79	8	8	Emoción
C197	NO	NO	NO	98	134	5	3	Medellín
C198	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	27	1	1	Espacios Públicos
C199	NO	NO	NO	19	29	13	9	Mujer
C200	NO	NO	#Creemos	34	24	8	7	Victoria
C201	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	28	19	0	0	Votación
C202	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	64	43	3	2	Escuchar
C203	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	38	32	0	0	Creemos
C204	NO	NO	#Creemos	59	37	0	0	Vamos
C205	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	27	3	2	Creemos
C206	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	43	26	1	1	Momento
C207	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	28	42	4	4	Libertad
C208	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	32	26	2	2	Motivación

C209	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	134	89	3	2	Ciudad
C210	NO	NO	NO	43	34	0	0	Libertad
C211	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	65	20	9	7	Calle
C212	NO	NO	NO	78	67	7	5	Palabras
C213	NO	NO	NO	107	300	12	10	Campaña
C214	NO	NO	#Creemos	205	284	3	0	Feliz
C215	NO	NO	NO	407	512	0	0	Gracias

ANEXO II

TABLA DATOS COMPLEMENTARIOS JUAN CARLOS VELEZ

*Más abajo encontrarás los demás candidatos

TABLA DE DATOS COMPLEMENTARIOS								
CÓDIGO	LINK	VIDEO ANEXO	HT	#RETI	#FAVORITOS	PREGUNTAS	RESPUESTAS	PALABRA CLAVE
A1	NO	NO	#ConTodaSeguridad	7	3	0	0	Mejor
A2	NO	NO	#ConTodaSeguridad - #Medellín	16	10	3	2	Trabajar
A3	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	5	1	1	Gestión
A4	NO	NO	#Medellín	16	4	0	0	Seguridad
A5	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásdeSeguridad	32	16	5	2	Familias
A6	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásdeSeguridad	25	11	3	0	Educación
A7	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	29	12	0	0	Becas
A8	NO	NO	#AdemasDeSeguridad #DiálogoPopular	19	8	4	0	Diálogo
A9	NO	NO	#VotaCD	18	8	3	2	Ciudadanía
A10	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	28	10	0	0	Recorremos
A11	NO	NO	NO	66	44	13	6	Guerra Sucia

A12	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	12	3	0	Campesinos
A13	SI	NO	#AdemásDeSeguridad	11	8	0	0	Revisaremos
A14	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	8	0	0	Campesinos
A15	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	6	5	1	1	Pegatón
A16	SI	NO	#AdemásDeSeguridad #PropuestaGanadora	14	6	3	1	Propuesta Ganadora
A17	NO	NO	NO	7	5	0	0	Todos
A18	NO	NO	#ConTodaSeguridad	26	16	0	0	Microtráfico
A19	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	85	50	1	0	Incluyente
A20	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	74	48	2	0	Respeto
A21	NO	NO	#VotaCD	23	15	0	0	Gracias
A22	NO	NO	NO	21	11	0	0	Empanadas
A23	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	17	11	0	0	Construir
A24	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	11	12	1	1	Protegeremos
A25	NO	NO	NO	15	11	3	2	Compromiso
A26	NO	NO	NO	7	7	0	0	Apoyo
A27	NO	NO	NO	11	10	1	1	Apoyo
A28	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	11	2	0	Solución
A29	si	NO	#DiálogoPupular #VotaCD	13	11	1	1	Incluyente
A30	NO	NO	#Medellín	16	14	0	0	Seguridad
A31	SI	SI	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	22	13	4	2	Subsidios
A32	SI	NO	#VotaCD	13	12	0	0	Conocer

A33	https://youtu.be/i981GL0SqUg	SI	#ConTodaSeguridad	15	5	0	0	Plan de gobierno
A34	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	15	14	2	0	Deporte
A35	https://youtu.be/3UmK2wKw3H8	Si	#ConTodaSeguridad	14	10	0	0	Administración
A36	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	40	21	1	1	Medellín
A37	NO	NO	#ConTodaseguridad #Medellín #Antioquia #AdemásDeSeguridad	39	18	4	3	Uribistas
A38	NO	NO	NO	19	15	0	0	Campaña
A39	NO	NO	#UribistaVotoCentroDemocrático	98	57	3	2	Vota
A40	https://youtu.be/8FC3OAHqISY	Si	#Medellín	17	5	0	0	Campaña
A41	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	112	57	3	0	Jóvenes
A42	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	14	7	1	0	Equipo
A43	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	31	22	0	0	Comunidad
A44	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	9	1	0	Jóvenes
A45	NO	NO	NO	16	12	0	0	Compañía
A46	NO	NO	#ConTodaSeguridad #PropuestaGanadora	17	16	3	0	Propuesta
A47	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	14	6	0	0	Gracias
A48	NO	NO	#ConTodaSeguridad	14	8	6	2	Pública
A49	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellin	26	4	2	0	Trabajar

A50	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	16	10	0	0	Apuesta
A51	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	11	16	1	1	Mejoramiento
A52	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #DiálogoPopular #Medellín	15	11	0	0	Diálogo
A53	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	9	0	0	Reunión
A54	NO	NO	#VotaCD	15	11	2	0	Actividad
A55	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	9	4	2	Recuperar
A56	NO	NO	#ConTodaSeguridad	17	15	1	1	Ciudad
A57	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	9	0	0	Apoyo
A58	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	5	0	0	Preocupaciones
A59	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	14	10	1	1	Cariño
A60	NO	NO	#CompraLocal #ConTodaSeguridad	14	11	2	0	Seguridad
A61	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	8	0	0	Seguridad
A62	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	20	13	1	0	Construiremos
A63	NO	NO	#VotaCD	35	22	3	1	Amor
A64	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	15	9	1	0	Reunión
A65	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	26	11	0	0	Programa
A66	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	7	0	0	Reunión
A67	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	9	2	0	0	Seguridad

A68	NO	NO	NO	8	3	0	0	Campañas Transparentes
A69	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	9	1	0	Comunidad
A70	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	16	13	0	0	Educación
A71	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #ConTodaSeguridad #VotaCD	18	11	0	0	Maestros
A72	http://www.elcolombiano.com/me-la-tengo-que-jugar-por-bajar-las-tarifas-de-energia-EN2852600 ...	NO	NO	13	6	5	0	Posición
A73	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	8	0	0	Jóvenes
A74	NO	NO	#ConTodaSeguridad	20	11	2	0	Seguridad
A75	NO	NO	#LoQueEsConUribeEsConmigo	57	20	0	0	Uribe
A76	NO	NO	#LoQueEsConUribeEsConmigo	69	29	5	0	Votaremos
A77	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellón #VotaCD	16	8	2	0	Ciudadanos
A78	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	8	3	0	0	Madres
A79	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	9	2	1	Trabajamos
A80	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	15	10	3	0	Calidad
A81	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	11	10	0	0	Vivienda
A82	http://www.elmundo.com/movil/noticia_detalle.php?idx=264141& ...	NO	NO	19	12	3	1	Uribistas

A83	NO	NO	#Medellín	32	21	1	0	Medellín
A84	NO	NO	#ConTodaSeguridad	17	14	4	2	Facebook
A85	NO	NO	NO	11	6	0	0	Emisora
A86	NO	NO	#ConTodaSeguridad	12	10	2	0	Delitos
A87	NO	NO	#Medellín #Antioquia	9	2	1	0	Medellín
A88	https://youtu.be/SJKFEMqdxRA	Si	#ConTodaSeguridad	49	24	2	0	Campaña
A89	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	24	18	0	0	Estadio
A90	NO	NO	#Medellín #ConTodaSeguridad #VotaCD	50	24	0	0	Medellín
A91	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	10	1	0	Protegeremos
A92	NO	NO	#ConTodaSeguridad	9	4	0	0	Redes Sociales
A93	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín #VotaCD	24	15	2	0	Empleo
A94	NO	NO	#ConTodaSeguridad #ConLaTricolorPuesta	21	13	0	0	Ganar
A95	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín #VotaCD	13	9	1	0	Medellín
A96	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	7	0	0	Deporte
A97	NO	NO	#ConTodaSeguridad	111	45	2	2	Apoyo
A98	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	24	13	3	1	Jóvenes
A99	NO	NO	#ConTodaSeguridad	23	14	0	0	Seguridad
A100	NO	NO	#ConTodaSeguridad	28	9	6	1	Gobierno
A101	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	27	17	1	0	Gobierno
A102	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	24	15	0	0	Deporte

A103	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	20	19	3	0	Deporte
A104	NO	NO	#ConTodaSeguridad	45	26	0	0	Podemos
A105	NO	NO	#PropuestaGanadora	21	12	4	2	Propuesta
A106	NO	NO	#Medellín #Antioquia #FelizJueves	53	27	2	2	Equipo
A107	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	17	11	0	0	Redes Sociales
A108	NO	NO	#ConTodaSeguridad	15	14	4	1	Seguridad
A109	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	11	0	0	Crearemos
A110	NO	NO	#Medellín #ConTodaSeguridad	45	23	0	0	Jóvenes
A111	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín #VotaCD	18	13	1	0	Aire
A112	NO	NO	#ConTodaSeguridad	24	17	0	0	Administración
A113	NO	NO	#ConTodaSegurida	16	12	1	0	Energía
A114	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	9	0	0	Aire
A115	NO	NO	#AdemásDeSegurida	11	10	0	0	Estudiantes
A116	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Vota CD	22	16	1	0	Seguridad
A117	https://www.youtube.com/watch?v=GZp2dYKUSnY ...	SI	#VotaCD #AdemásDeSeguridad #Medellín	14	7	0	0	Propuestas
A118	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	10	7	0	0	Reforestación
A119	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	13	11	3	0	Emprendedores
A120	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín #Antioquia	32	19	2	0	Juntos

A121	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	22	8	0	0	Seguridad
A122	NO	NO	#ConTodaSeguridad	23	32	0	0	Trabajo
A123	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	13	5	0	0	Esperanza
A124	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	23	16	0	0	Comunidad
A125	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	23	8	1	2	Proyecto
A126	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	4	0	0	Apoyo
A127	NO	NO	#ConTodaSeguridad	23	18	2	1	Niños
A128	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	14	12	5	2	Jóvenes
A129	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	12	7	0	0	Equipo
A130	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	14	7	2	2	Propuestas
A131	NO	NO	#PropuestaGanadora	25	16	3	3	Propuesta
A132	NO	NO	#Medellín	13	14	0	0	Regalo
A133	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	8	1	0	Empleados
A134	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	8	0	0	Seguridad
A135	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	13	10	2	0	Empleo
A136	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad #Medellín	13	10	0	0	Salud
A137	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	10	2	0	Compartir

A138	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad #Medellín	14	6	0	0	Discapacidad
A139	NO	NO	#medellín	11	7	0	0	Apoyo
A140	http://www.elcolombiano.com/elecciones-	NO	NO	22	12	0	0	Salud
A141	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	20	8	3	0	Subsidios
A142	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	13	5	1	0	Salud
A143	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	16	9	0	0	Educación
A144	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	6	1	1	Educación
A145	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #JornadaÚnicaEscolar	20	10	2	1	Medellín
A146	NO	NO	#Medellín	16	12	0	0	Reunión
A147	NO	NO	#VotaCD #AdemásDeSeguridad	9	7	0	0	Oportunidades
A148	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	12	2	1	Medellín
A149	NO	NO	NO	20	14	0	0	Triunfo
A150	NO	NO	#DebateMedellín	33	18	4	0	Universidades
A151	NO	NO	#DebateMedellín #ConTodaSeguridad	26	15	3	0	Plusvalía
A152	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	36	20	0	0	Movilidad
A153	NO	NO	NO	50	30	0	0	Jóvenes
A154	NO	NO	#ConTodaSeguridad	65	32	2	0	Ciudadanía
A155	NO	NO	NO	45	20	0	0	Seguridad
A156	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	57	35	0	0	Gracias

A157	NO	NO	#ConTodaSeguridad	27	10	2	0	Creación
A158	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	130	53	5	2	Empleados
A159	NO	NO	#Educación #Seguridad #Competitividad	17	12	1	0	Competitividad
A160	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Antioquia	45	18	0	0	Gobernador
A161	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Antioquia	23	11	2	0	Gobernador
A162	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	8	0	0	Consumidor
A163	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	8	6	0	0	Salud
A164	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	14	9	1	1	Educación
A165	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	12	0	0	Familias
A166	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	23	15	2	0	Empresa
A167	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	14	9	0	0	Ganar
A168	NO	NO	#FelizLunes	23	16	1	1	Constancia
A169	NO	NO	#ConTodaSeguridad	43	26	3	0	Agradecimiento
A170	NO	NO	#ConTodaSeguridad	17	9	1	0	Medellín
A171	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	5	0	0	Abuelos
A172	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Medellín	15	8	0	0	Vivienda
A173	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD	21	6	1	0	Seguridad
A174	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD #Medellín	9	6	0	0	Educación
A175	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	11	2	1	Bienestar
A176	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	34	15	2	0	Seguridad
A177	NO	NO	#SíSePuede #Medellín	21	13	0	0	Apoyo

A178	NO	NO	#ademásDeSeguridad #VotaCD	18	9	1	0	Políticos
A179	https://www.periscope.tv/w/aOGYpTc0NTIxOTd8MW5BSkV2b0JBTm54TGZEqz53UYKzKOZO64-Is-mh1172rU_Jwk-RY_C18qB6 ...	NO	#Periscope	13	9	0	0	Jóvenes
A180	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	31	19	2	0	Empresa
A181	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	9	1	1	Seguridad
A182	NO	NO	#ConTodaSeguridad	15	16	2	0	Comunidad
A183	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	25	18	1	0	Protección
A184	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	36	12	2	0	Diálogo
A185	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	6	0	0	Gobierno
A186	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #DíaDeLosAnimales	31	13	2	0	Medellín
A187	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	14	9	0	0	Campesinos
A188	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	7	1	0	Productores
A189	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #CompraLocal	19	14	2	1	Propuestas
A190	NO	NO	#ademásDeSeguridad #FelizDomingo #Medellín	30	23	1	0	Esperanza
A191	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	14	8	2	0	Medellín
A192	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	56	19	0	0	Universidades
A193	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	23	31	0	0	Subsidios

A194	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #VotaCD	15	8	0	0	Seguridad
A195	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	9	3	2	Familias
A196	https://www.facebook.com/jcvelezuribe/videos/1646887582217943/ ...	SI	#AdemásDeSeguridad	34	12	0	0	Comunidad
A197	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	11	1	0	Vivienda
A198	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	37	28	3	0	Gracias
A199	NO	NO	#ConTodaSeguridad #VotaCD	16	14	0	0	Gracias
A200	NO	NO	#DiálogoPopular #AdemásDeSeguridad	47	31	4	1	Seguridad
A201	https://www.periscope.tv/w/aOBIPzc0NTIxOTd8MVJER2xWYmF6bWp4TO38zO-ihvqS_tv7_xPBGelSqftcMIU7rLfwA4vk-8 ...	SI	#AdemásDeSeguridad	26	15	0	0	Alcaldia
A202	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	23	18	1	0	Seguridad
A203	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	9	0	0	Medellín
A204	NO	NO	NO	9	6	0	0	Comunidad
A205	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	8	0	0	Equipo
A206	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	11	2	0	Reunión
A207	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	8	1	1	Desarrollo
A208	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	14	2	0	Seguridad
A209	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	34	19	0	0	Empleo
A210	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	23	16	0	0	Vivienda
A211	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	16	9	1	0	Juntos

A212	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	18	13	1	1	Equipo
A213	NO	NO	#AdemásSeguridad #Medellín	19	23	2	1	Medellín
A214	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásDeSeguridad	34	17	0	0	Medellín
A215	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	13	8	0	0	Comunidad
A216	NO	NO	#ConTodaSeguridad	18	10	0	0	Fronteras
A217	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	9	1	0	Propuestas
A218	https://www.youtube.com/watch?v=QCKPxfBcTog&feature=youtu.be ...	SI	#ConTodaSeguridad	22	15	1	1	Medellín
A219	NO	NO	NO	14	7	0	0	Seguridad
A220	http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/es-perentorio-ganar-con-uribe-NN2816528 ...	NO	#AdemásDeSeguridad	18	13	1	0	Ganar
A221	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	31	23	2	0	Salud
A222	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	7	0	0	Movilidad
A223	NO	NO	#ConTodaSeguridad	16	13	0	0	Medellín
A224	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	16	7	1	0	Corrupción
A225	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	20	26	0	0	Respeto
A226	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	9	5	0	0	Salud
A227	NO	NO	#Medellín #AdemásDeSeguridad	13	9	1	0	Medellín
A228	NO	NO	#DiálogoPopular	25	17	0	0	Diálogo
A229	NO	NO	#Medellín	69	40	4	0	Medellín
A230	NO	NO	#DiálogoPopular #AdemásdeSeguridad	38	25	1	0	Diálogo
A231	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	9	0	0	Recorrido

A232	NO	NO	#ConTodaSeguridad	11	13	1	0	Delincuencia
A233	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	39	25	2	2	Plan de gobierno
A234	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	28	16	0	0	Seguridad
A235	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	122	54	6	0	Pública
A236	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	25	17	0	0	Salud
A237	NO	NO	#ConTodaSeguridad	36	12	0	0	Seguridad
A238	NO	NO	#ConTodaSeguridad	18	13	1	0	Ciudad
A239	NO	NO	#Educación #Salud	8	5	0	0	Gobierno
A240	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	12	8	0	0	Fotomultas
A241	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	16	0	0	Seguridad
A242	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	11	1	0	Gobierno
A243	dhttp://goo.gl/Rgl4O0	SI	NO	65	23	0	0	Universidades
A244	NO	NO	#Medellín #Seguridad	37	45	3	2	Medellín
A245	NO	NO	#FelizViernes	19	12	0	0	Gobierno
A246	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	27	16	0	0	Seguridad
A247	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	53	32	2	2	Medellín
A248	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	17	12	0	0	Medellín
A249	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	24	21	0	0	Gracias
A250	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	14	1	0	Problemas
A251	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	9	0	0	Reunión
A252	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	8	1	0	Música
A253	NO	NO	NO	16	13	0	0	Aeronáutica
A254	NO	NO	#ConTodaSeguridad	57	15	8	3	Educación
A255	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	61	23	1	0	Impuestos
A256	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	14	0	0	Impuestos
A257	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	85	34	6	0	Salud
A258	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	16	1	1	Empleo

A259	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	16	14	2	1	Administración
A260	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	23	18	4	2	Seguridad
A261	NO	NO	#ConTodaSeguridad	47	28	1	1	Confianza
A262	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	31	56	2	0	Apoyo
A263	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	12	0	0	Atención
A264	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	54	31	1	0	Patrimonio
A265	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	48	22	2	2	Familias
A266	NO	NO	#ConTodaSeguridad	20	15	0	0	Medellín
A267	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	67	53	3	0	Administración
A268	NO	NO	#ConTodaSeguridad #AdemásDeSeguridad	34	23	1	0	Medellín
A269	NO	NO	No	93	67	3	0	Comunidad
A270	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	45	23	0	0	Seguridad
A271	NO	NO	#FelizJueves #Medellín	19	34	1	1	Medellín
A272	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	18	0	0	Educación
A273	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	35	23	0	0	Propuestas
A274	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	59	21	4	2	Todos
A275	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	69	45	4	3	Administración
A276	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	26	18	3	0	Servicios
A277	NO	NO	No	112	59	4	1	Jóvenes
A278	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	92	56	4	1	Candidatos
A279	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	45	23	0	0	Compañeros
A280	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	18	11	0	0	Delincuencia
A281	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	19	21	0	0	Comunidad
A282	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	53	38	1	0	Subsidios

A283	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	34	17	0	0	Urgencias
A284	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	11	8	0	0	Empleados
A285	NO	NO	#AdemásDeSeguridad #Medellín	17	9	0	0	Propuestas
A286	NO	NO	#AdemásDeSeguridad	15	12	1	0	Necesidades
A287	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	46	23	0	0	Medellín
A288	NO	NO	#ConTodaSeguridad #Medellín	38	23	1	0	Medellín
A289	NO	NO	NO	16	13	0	0	Objetivos
A290	NO	NO	NO	53	48	3	1	Campaña

Gabriel Jaime Rico

CÓDIGO T	LINK	VIDEO ANEXO	Hasg Tagh #	RETUIT	FAVORIT OS	PREGUNT AS	RESPUEST AS	PALABRA CLAVE
B1	SI	NO	#EsoEsRico	8	7	1	1	Invitación
B2	NO	NO	#EsoEsRico	30	19	2	2	Invitación
B3	NO	NO	#MásMedellín	11	8	1	1	Compromiso
B4	NO	NO	#EsoEsRico	13	9	1	1	Compromiso
B5	NO	NO	#EsoEsRico	9	6	0	0	Gracias
B6	NO	NO	#EsoEsRico	10	4	2	2	Gracias
B7	NO	NO	#EsoEsRico	7	6	1	0	Compromiso
B8	NO	NO	#EsoEsRico	9	3	0	0	Invitación
B9	NO	NO	#EsoEsRico	36	14	0	0	Invitación
B10	NO	NO	#EsoEsRico	7	5	2	2	Invitación
B11	NO	NO	#EsoEsRico	23	3	2	2	Invitación
B12	NO	NO	#MásMedellín	23	9	3	2	Compartir
B13	NO	NO	NO	19	14	12	1	Gracias

B14	NO	NO	NO	22	15	5	2	Compromiso
B15	NO	NO	NO	19	10	2	1	Apoyo
B16	NO	NO	#RicoAlcalde	22	13	2	1	Multiplicación
B17	NO	NO	#MásMedellín	23	9	1	0	Gracias
B18	NO	NO	#RicoAlcalde	9	6	0	0	Gracias
B19	NO	NO	#EsoEsRico	19	14	4	3	Ganar
B20	NO	NO	#EsoEsRico	22	15	4	4	Gracias
B21	NO	NO	#EsoEsRico	19	10	6	4	Trabajo
B22	NO	NO	#EsoEsRico	16	9	5	0	Compromiso
B23	NO	NO	#RicoAlcalde	22	15	4	3	Alegría
B24	NO	NO	NO	12	11	3	3	Trabajo
B25	NO	NO	#RicoAlcalde	22	12	4	0	Compromiso
B26	NO	NO	NO	10	7	3	2	Alegría
B27	NO	NO	#RicoAlcalde #MásMedellín	12	6	1	1	Compromiso
B28	NO	NO	#EsoEsRico	20	8	2	1	Compromiso
B29	NO	NO	#EsoEsRico	14	10	2	1	Satisfacción
B30	NO	NO	#EsoEsRico	7	6	0	0	Calidad
B31	NO	NO	#EsoEsRico	11	5	0	0	Trabajo
B32	NO	NO	#EsoEsRico	23	14	0	0	Gracias
B33	NO	NO	#EsoEsRico	12	8	0	0	Pacto
B34	NO	NO	#EsoEsRico	11	2	1	1	Compromiso
B35	NO	NO	#EsoEsRico	12	11	2	2	Alianza
B36	NO	NO	#EsoEsRico	45	16	2	2	Compromiso
B37	NO	NO	#EsoEsRico	45	8	1	1	Alianza
B38	NO	NO	#EsoEsRico	38	8	0	0	Educación
B39	NO	NO	#EsoEsRico	13	6	0	0	Educación
B40	NO	NO	#RicoAlcalde	18	8	3	2	Fuerza

B41	NO	NO	NO	17	7	2	2	Apoyo
B42	NO	NO	#RicoAlcalde	15	9	1	1	Apoyo
B43	NO	NO	NO	9	8	1	1	Gracias
B44	NO	NO	#RicoAlcalde	34	10	2	2	Selección
B45	NO	NO	#LoRicodDeMiSelección	8	8	3	2	Pasión
B46	NO	NO	#RicoAlcalde	10	6	2	2	Apoyo
B47	NO	NO	#EsoEsRico	11	6	12	1	Apoyo
B48	NO	NO	#EsoEsRico	17	6	2	2	Educación
B49	NO	NO	#MásMedellín	26	16	2	2	Alianza
B50	NO	NO	#RicoAlcalde	17	11	3	2	Ganar
B51	NO	NO	#EsoEsRico	23	11	4	3	Compromiso
B52	SI	NO	#EsoEsRico	13	6	2	2	Alianza
B53	NO	NO	#RicoAlcalde	29	19	2	2	Compromiso
B54	NO	NO	NO	24	17	1	1	Seguridad
B55	NO	NO	#GranDebate	6	4	2	2	Ganar
B56	NO	NO	#RicoAlcalde	16	11	0	0	Apoyo
B57	NO	NO	#RicoAlcalde	19	9	2	2	Apoyo
B58	NO	NO	#DebateMedellín	43	21	0	0	Apoyo
B59	NO	NO	#RicoAlcalde	32	13	1	1	Compromiso
B60	NO	NO	#RicoAlcalde	28	12	0	0	Participación
B61	NO	NO	#RicoAlcalde	56	19	0	0	Apoyo
B62	NO	NO	#RicoAlcalde	57	21	0	0	Apoyo
B63	NO	NO	#RicoAlcalde	48	15	2	2	Apoyo
B64	NO	NO	NO	77	15	2	2	Apoyo
B65	NO	NO	#RicoAlcalde	70	26	2	2	Acompañamiento

B66	NO	NO	#RicoAlcalde	90	18	5	1	Seguridad
B67	NO	NO	#RicoAlcalde	68	20	2	2	Vocación
B68	NO	NO	#RicoAlcalde	64	18	2	2	Identidad
B69	NO	NO	#EsoEsRico	15	12	6	3	Apoyo
B70	NO	NO	#RicoAlcalde	14	19	3	0	Apoyo
B71	NO	NO	#RicoAlcalde #debateMedellín	12	20	2	2	Valores
B72	NO	NO	#RicoAlcalde #DebateMedellín	19	26	3	2	Futuro
B73	NO	NO	#RicoAlcalde	52	17	2	2	Fuerza
B74	NO	NO	#RicoAlcalde	6	7	0	0	Fuerza
B75	NO	NO	#EsoEsRico	9	7	2	0	Felicidad
B76	NO	NO	#EsoEsRico	14	8	2	0	Fuerza
B77	NO	NO	#EsoEsRico	10	4	3	0	Felicidad
B78	NO	NO	#RicoAlcalde	12	4	5	0	Compromiso
N79	NO	NO	#RicoAlcalde	13	7	0	0	Gracias
B80	NO	NO	#RicoAlcalde	16	7	3	0	Apoyo
B81	NO	NO	#RicoAlcalde	23	11	2	0	Respeto
B82	NO	NO	#RicoAlcalde	18	9	3	0	Apoyo
B83	NO	NO	#RicoAlcalde	18	6	2	0	Apoyo
B84	NO	NO	#RicoAlcalde	5	11	4	0	Compromiso
B85	NO	NO	#RicoAlcalde	14	16	2	0	Compromiso
B86	NO	NO	#RicoAlcalde	52	10	3	3	Compromiso
B87	NO	NO	#RicoAlcalde	11	8	3	0	Compromiso
B88	NO	NO	#RicoAlcalde	23	11	2	2	Servicio
B89	NO	NO	#RicoAlcalde	28	8	2	2	Gobierno

B90	NO	NO	#RicoAlcalde	24	10	3	1	Apoyo
B91	NO	NO	#RicoAlcalde	17	18	2	0	Saludable
B92	SI	NO	#RicoAlcalde	117	22	6	0	Saludable
B93	NO	NO	#RicoAlcalde	26	14	1	0	Bienestar
B94	NO	NO	#RicoAlcalde	21	19	0	0	Ganar
B95	NO	NO	#RicoAlcalde	71	14	0	0	Democrático
B96	NO	NO	#RicoAlcalde	16	14	0	0	Educación
B97	NO	NO	#RicoAlcalde	14	16	1	0	Educación
B98	NO	NO	#RicoAlcalde	5	15	3	0	Educación
99	NO	NO	#RicoAlcalde	32	13	2	0	Saludable
B100	NO	NO	#RicoAlcalde	25	15	2	0	Saludable
B101	NO	NO	#RicoAlcalde	12	16	2	2	Responsabilida d
B102	NO	NO	#RicoAlcalde	30	19	3	1	Saludable
B103	NO	NO	#RicoAlcalde	7	21	1	0	Bienestar
B104	NO	NO	#RicoAlcalde	28	15	4	0	Honor
B105	NO	NO	#RicoAlcalde	15	18	2	2	Gracias
B106	NO	NO	#RicoAlcalde	33	16	0	0	Apoyo
B107	NO	NO	#RicoAlcalde	12	10	0	0	Gracias
B108	NO	NO	#RicoAlcalde	93	12	0	0	Seguridad
B109	NO	NO	#RicoAlcalde	12	9	2	0	Seguridad
B110	NO	NO	#RicoAlcalde	18	11	2	0	Seguridad
B111	SI	SI	#RicoAlcalde	11	9	4	0	Seguridad
B112	NO	NO	#RicoAlcalde	7	7	0	0	Inclusión
B113	NO	NO	#RicoAlcalde	6	5	0	0	Compromiso
B114	NO	NO	#RicoAlcalde	8	5	1	1	Compromiso
B115	NO	NO	#RicoAlcalde	13	15	2	2	Compromiso
B116	NO	NO	#RicoAlcalde	8	8	0	0	Apoyo

B117	NO	NO	#RicoAlcalde	74	22	1	0	Convicción
B118	NO	NO	#RicoAlcalde	29	34	0	0	Ganar

FEDERICO GUTIERREZ

CÓDIGO T	LINK	VIDEO ANEXO	Hasg Tagh #	RETUI T	FAVORIT OS	PREGUNT AS	RESPUEST AS	PALABRA CLAVE
C1	No	No	NO	23	15	7	7	Alianza
C2	NO	NO	#Creemos	16	12	3	2	Ganar
C3	NO	NO	#Creemos	27	15	2	2	Ganar
C4	NO	NO	#Creemos	29	20	0	0	Campaña
C5	NO	NO	NO	10	5	1	1	Paz
C6	NO	NO	#creemos	77	41	13	11	Ganar
C7	NO	NO	#Creemos	13	9	0	0	Peluquería
C8	NO	NO	#Creemos	3	5	5	5	Gracias
C9	NO	NO	#Creemos	18	18	6	6	Volanteo
C10	NO	NO	#Creemos	21	15	0	0	Multipliación
C11	NO	NO	#Creemos	22	9	10	10	Responsabilidad
C12	NO	NO	#Creemos	21	14	8	6	Ampliación
C13	NO	NO	#Creemos	18	11	5	3	Multipliación
C14	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	11	6	10	8	Campaña
C15	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	26	16	11	11	Responsabilidad
C16	NO	NO	#Creemos	11	8	4	2	Transformación
C17	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	7	9	7	Mejoramiento
C18	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	30	15	7	7	Trabajo

C19	NO	NO	#Creemos	13	5	2	1	Ganar
C20	NO	NO	#Creemos	23	12	8	6	Seguridad
C21	NO	NO	#Creemos	20	7	9	9	Servicio
C22	NO	NO	#Creemos	44	41	7	2	Gracias
C23	SI	NO	NO	18	17	0	0	Gracias
C24	NO	NO	#Creemos	13	8	4	1	Alianza
C25	NO	NO	#Creemos	23	13	6	5	Energía
C26	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	10	0	0	Multiplicación
C27	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	22	14	0	0	Multiplicación
C28	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	20	8	0	0	Alianza
C29	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	13	2	5	5	Alianza
C30	NO	NO	NO	12	5	4	2	Alianza
C31	NO	NO	NO	17	9	0	0	Transformación
C32	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	12	0	0	Esfuerzo
C33	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	16	14	10	10	Ganar
C34	NO	NO	NO	17	9	2	2	Ganar
C35	NO	NO	NO	19	10	5	3	Trabajo
C36	NO	NO	NO	16	6	0	0	Alianza
C37	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	21	13	0	0	Responsabilidad

C38	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	13	4	2	2	Compromiso
C39	NO	NO	NO	16	6	0	0	Alianza
C40	NO	NO	NO	5	4	2	1	Compromiso
C41	NO	NO	NO	18	9	5	4	Ganar
C42	NO	NO	NO	17	8	3	3	Compromiso
C43	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	8	1	1	Alianza
C44	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	16	5	7	5	Responsabilidad
C45	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	10	5	5	Ganar
C46	NO	NO	NO	14	4	10	10	Compromiso
C47	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	6	2	1	Credibilidad
C48	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	27	13	4	0	Compromiso
C49	NO	NO	NO	21	9	11	9	Credibilidad
C50	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	16	7	0	0	Credibilidad
C51	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	15	2	2	2	Compromiso
C52	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	8	2	2	Compromiso

C53	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	17	5	2	1	Confianza
C54	NO	NO	NO	17	9	12	12	Compromiso
C55	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	11	4	4	4	Compromiso
C56	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	12	7	6	5	Compromiso
C57	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	14	6	4	1	Gestión
C58	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	11	5	0	0	Gestión
C59	NO	NO	#Creemos	8	4	6	2	Gracias
C60	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	16	10	0	0	Compromiso
C61	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	35	22	4	4	Trabajo
C62	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	21	14	7	5	Gracias
C63	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	19	9	3	3	Responsabilidad
C64	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	28	13	1	1	Ganar
C65	NO	NO	NO	23	12	3	1	Compromiso

C66	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	17	10	1	1	Compromiso
C67	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	17	8	3	2	Responsabilidad
C68	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	19	10	4	1	Responsabilidad
C69	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	17	9	5	5	Liderazgo
C70	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	21	11	7	4	Compañía
C71	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	16	6	7	5	Ganar
C72	NO	NO	#Creemos	16	8	5	5	Ganar
C73	NO	NO	NO	17	12	8	4	Compromiso
C74	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	21	12	5	3	Compromiso
C75	NO	NO	NO	18	11	3	2	Gracias
C76	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	17	7	0	0	Ganar
C77	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	16	7	4	3	Esperanza

C78	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	15	7	2	1	Motivación
C79	NO	NO	#Creemos	16	11	12	11	Ganar
C80	NO	NO	#Creemos	11	3	6	2	Compromiso
C81	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	10	6	7	5	Compromiso
C82	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	5	3	3	Compromiso
C83	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	12	6	4	4	Compromiso
C84	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	8	13	11	Esperanza
C85	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	9	6	2	2	Compromiso
C86	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	13	8	2	2	Ganar
C87	NO	NO	NO	14	8	12	8	Gracias
C88	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	9	8	1	1	Compromiso
C89	NO	NO	NO	15	12	5	5	Ganar
C90	NO	NO	NO	12	9	9	9	Motivación
C91	NO	NO	NO	16	6	4	3	Ganar
C92	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	9	4	3	3	Gracias

C93	NO	NO	NO	13	3	2	2	Compromiso
C94	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	11	3	3	Multiplicación
C95	NO	NO	NO	15	6	4	3	Ganar
C96	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	14	6	12	12	Ganar
C97	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	9	8	2	2	Liderazgo
C98	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	15	6	2	2	Compromiso
C99	NO	NO	#Creemos	12	2	2	2	Compromiso
C100	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	14	8	3	2	Ganar
C101	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	14	7	4	4	Compromiso
C102	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	12	7	5	Ganar
C103	NO	NO	#Creemos	21	14	0	0	Ganar
C104	NO	NO	#Creemos	8	7	1	1	Gracias
C105	NO	NO	NO	9	8	0	0	Aire
C106	NO	NO	NO	35	20	3	3	Ganar
C107	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	10	9	4	2	Ganar
C108	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	48	32	4	2	Ganar

C109	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	30	17	3	4	Ganar
C110	NO	NO	NO	16	14	5	4	Ganar
C111	NO	NO	NO	8	8	3	3	Ganar
C112	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	36	37	4	4	Gracias
C113	NO	NO	NO	47	27	0	0	Gracias
C114	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	56	34	4	5	Compromiso
C115	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	20	3	2	Ganar
C116	NO	NO	#DebateMedellín	71	60	0	0	Fuerza
C117	NO	NO	#DebateMedellín	41	31	0	0	Ganar
C118	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	19	10	3	3	Alianza
C119	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	18	26	1	1	Medellín
C120	NO	NO	NO	23	34	4	3	Debate
C121	NO	NO	#Creemos	34	18	4	4	Debate
C122	NO	NO	NO	15	32	0	0	Oportunidades
C123	NO	NO	NO	17	11	0	0	Oportunidades
C124	NO	NO	NO	26	36	3	3	Ciudadanía
C125	NO	NO	NO	22	23	1	1	Inversión Social
C126	NO	NO	#Creemos	13	19	0	0	Ciudadano

C127	NO	NO	NO	9	13	2	2	Transporte Público
C128	NO	NO	NO	34	37	0	0	Movilidad
C129	NO	NO	#Creemos	23	25	0	0	Corrupto
C130	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	17	34	0	0	Más
C131	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	18	0	0	Centro
C132	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	42	27	9	7	Seguimos
C133	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	32	0	0	Centro
C134	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	18	2	2	Seguridad
C135	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	15	17	1	0	Tranquilidad
C136	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	26	29	4	3	Tranquilidad
C137	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	58	39	0	0	Responsabilidad
C138	NO	NO	NO	33	28	0	0	Calle
C139	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	29	9	8	Delitos
C140	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	25	6	4	Ciudad

C141	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	16	19	2	2	Transformación
C142	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	19	16	0	0	Responsabilidad
C143	NO	NO	#Creemos	21	28	1	1	Debate
C144	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	32	46	5	3	Movilidad
C145	NO	NO	NO	17	25	6	5	Homisidios
C146	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	26	31	2	2	Seguridad
C147	NO	NO	NO	32	42	1	1	Solidaridad
C148	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	33	39	9	7	Medellín
C149	NO	NO	NO	24	34	0	0	Gracias
C150	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	19	25	1	0	Responsabilidad
C151	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	17	29	4	4	Movilidad
C152	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	14	16	2	2	Ciudad
C153	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	16	19	6	5	Transporte

C154	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	48	39	7	7	Movilidad
C155	NO	NO	NO	18	25	2	2	Fotomultas
C156	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	28	3	3	Movilidad
C157	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	13	18	1	1	Movilidad
C158	NO	NO	#Creemos	19	25	5	5	Acuerdos
C159	NO	NO	#Creemos	27	36	4	4	Posibilidad
C160	NO	NO	NO	16	19	2	2	Fotomultas
C161	NO	NO	NO	25	32	0	0	Movilidad
C162	NO	NO	#Creemos	67	57	2	2	Trasporte
C163	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	54	53	4	4	Medellín
C164	NO	NO	NO	11	18	2	0	Movilidad
C165	NO	NO	#Creemos	8	16	0	0	Amigos
C166	NO	NO	NO	23	37	1	1	Amigos
C167	NO	NO	NO	48	19	3	3	Ganaremos
C168	NO	NO	#Creemos	37	27	2	2	Gracias
C169	NO	NO	NO	33	45	7	7	Mañana
C170	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	24	27	3	3	Creemos
C171	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	62	76	2	2	vamos
C172	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	23	27	1	1	Comuna

C173	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	19	6	5	Comuna
C174	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	35	28	3	2	Comuna
C175	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	43	50	1	1	Comuna
C176	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	18	25	0	0	Voluntarios
C177	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	42	59	2	2	Medellín
C178	NO	NO	NO	54	63	6	5	Recorrido
C179	NO	NO	NO	30	46	4	3	Comuna
C180	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	26	3	3	Vivienda
C181	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	19	28	2	2	Legalización
C182	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	24	32	1	1	Salud
C183	NO	NO	#Creemos	43	56	5	5	Elecciones
C184	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	11	16	5	3	Medellín
C185	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	9	2	2	Apoyaremos
C186	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	18	4	1	Medellín

C187	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	18	23	0	0	Voluntarios
C188	NO	NO	NO	21	17	10	8	Violencia
C189	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	12	8	7	5	Educación
C190	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	29	3	3	Creemos
C191	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	25	24	0	0	Aliados
C192	NO	NO	NO	17	26	2	2	Oportunidades
C193	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	54	19	1	1	Ciudad
C194	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCA LDE	43	27	4	3	Creemos
C195	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	38	19	3	1	Independencia
C196	NO	NO	NO	101	79	8	8	Emoción
C197	NO	NO	NO	98	134	5	3	Medellín
C198	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	17	27	1	1	Espacios Públicos
C199	NO	NO	NO	19	29	13	9	Mujer
C200	NO	NO	#Creemos	34	24	8	7	Victoria
C201	NO	NO	#FEDERICO ALCALDE	28	19	0	0	Votación

C202	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	64	43	3	2	Escuchar
C203	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	38	32	0	0	Creemos
C204	NO	NO	#Creemos	59	37	0	0	Vamos
C205	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	17	27	3	2	Creemos
C206	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	43	26	1	1	Momento
C207	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	28	42	4	4	Libertad
C208	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	32	26	2	2	Motivación
C209	NO	NO	#Creemos #FEDERICOALCALDE	134	89	3	2	Ciudad
C210	NO	NO	NO	43	34	0	0	Libertad
C211	NO	NO	#FEDERICOALCALDE	65	20	9	7	Calle
C212	NO	NO	NO	78	67	7	5	Palabras
C213	NO	NO	NO	107	300	12	10	Campaña
C214	NO	NO	#Creemos	205	284	3	0	Feliz
C215	NO	NO	NO	407	512	0	0	Gracias

ANEXO III

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

*Están consignadas el 40% del total de preguntas y respuestas de los candidatos.

Las muestras se hicieron de manera aleatoria.

Código	Cuenta	Candidato	Pregunta	Respuesta	Tiempo de Respuesta
A 01	@CjjMontoya	@JCvelezUribe	¿Cómo va a recuperar la seguridad?	Seré el primer Policía de la ciudad y voy trabajar en capacitar a nuestra policía.	22 hrs
A 02	@jimmyfabricio67	@JCvelezUribe	¿Cuándo estará en la América?	Estaré allí la próxima semana. Con toda seguridad	8 hrs
A 03	@MedardoJaime	@JCvelezUribe	¿Cómo vas a recuperar la seguridad de Medellín?	‘Seré el primer policía de Medellín, y de esa manera estaré al frente de todos los problemas en materia de seguridad. Los bandidos no nos van a ganar esta batalla’	13 hrs
A 04	@_tamayo_	@JCvelezUribe	¿Cómo vas a recuperar la seguridad de las comunas?	Seré el primer policía de Medellín, incorporaré tecnología. Tenga toda la seguridad	2 hrs
A 05	@_AllaMiaEta	@JCvelezUribe	¿Además de seguridad qué otra propuestas base tienes?	Muchas, mejor educación y mejor movilidad para todos #ConTodaSeguridad	5 hrs
A 06	@ANDRESinu2008	@JCvelezUribe	¿Los jóvenes qué ganaremos con tu alcaldía?	Educación y empleo. Con toda seguridad	17 hrs

A 07	@JuanrixG	@JCvelezuribe	¿Cuánto invertirás para la creación de empresas?	Impulsaremos capital semilla para que haya muchos más empresarios	14 hrs
A 08	@chaparrito1971	@JCvelezuribe	¿Volverán los falsos positivos a Medellín?	Sin respuesta	
A 09	@giovannigomez	@JCvelezuribe	¿Qué hizo con director de la aeronáutica?	Acabar con la corrupción. Y lo mismo haremos en Medellín, con toda seguridad	23 hrs
A 10	@dfiallormurcia	@JCvelezuribe	¿Por qué no le responde a @RicoGabriel?	Sin respuesta	
A 11	@fralop1964	@JCvelezuribe	¿Cuándo irán al Picacho?	Pronto estaremos allí con toda seguridad. Sigue atento a las redes	18 hrs
A 12	@crissamram	@JCvelezuribe	¿Cómo va a lograr la inserción laboral para los jóvenes? (Sin Respuesta) 'Así no creo que vaya ganar, desde ya ignorando al pueblo'	Sin Respuesta	
A 13	@avedeparaiso	@JCvelezuribe	¿Qué hará para mejorar la calidad del aire?	Sin respuesta	
A 14	@soyelhombrebala	@JCvelezuribe	¿Qué le dice @AlvaroUribeVel Sobre la invasión de la comuna 13?	Sin respuesta	
A 15	@ymarce7312	@JCvelezuribe	¿Por qué es tan sobrado?	Soy seguro, que es diferente	7 hrs
A 16	@Ceciliojosecont	@JCvelezuribe	¿En qué consiste la política pública de educación?	Implementaré la jornada Única escolar. Construiremos mejores colegios con toda seguridad	9 hrs
A 17	@harmol16	@JCvelezuribe	¿Qué hay de cierto que lo están investigando por plagio?	Sin respuesta	
A 18	@MaríaRacero2	@JCvelezuribe	Del presupuesto que tiene la ciudad ¿Cuánto vas a invertir en educación?	Vamos a invertir el 7.8% del presupuesto de la ciudad en educación. Tenga la plena	13hrs

				seguridad que implementaremos la jornada única escolar.	
A 19	@merv59	@JCvelezUribe	Lo he observado en los debates u me gustaría saber ¿Qué va a hacer con la valorización en el Poblado?	Vamos a realizar el Puente de la 4 Sur, y vamos a mejorar la calidad de vida de todos	20 hrs
A 20	@savicelis	@JCvelezUribe	Soy comerciante, estoy muy preocupado por los hurtos en el centro ¿Cómo acabar con los ladrones?	Vamos a acabar con los vándalos. Tenga la plena seguridad	1 hrs
A 21	@victicorvaron	@JCvelezUribe	¿Cuántos años tiene?	63 años	15hrs
A 22	@MollegasV	@JCvelezUribe	¿Por qué no habla de su familia, si es un tipo familiar?	Sin respuesta	
A 23	@LUEPAR52	@JCvelezUribe	¿Cuánto va a valer implementar la Jornada Única Escolar?	Esto tendrá un costo de 10 mil 200 millones aproximadamente	27 hrs
A 24	@moalmas11	@JCvelezUribe	¿Sería capaz de enviar a sus hijos a la guerra?	Fui soldado de la patria y espero que ellos también lo sean	12 hrs
A 25	@YAMBITARA	@JCvelezUribe	¿Cuándo viene a Aranjuez? Quiero saludarlo y apoyarlo	La próxima semana	3 hrs
A 26	@Galg27	@JCvelezUribe	La movilidad en Medellín es insostenible ¿Cómo la va a mejorar?	Invertiremos un 5% del presupuesto de la ciudad en intercesiones y puentes. Ayudará	8hrs
A 27	@da_diaza	@JCvelezUribe	¿Quién gana hoy?	Sin respuesta	
A 28	@MElenaMontoya	@JCvelezUribe	¿Cómo va a garantizar el empleo de los trabajadores de EPM?	Primero educando y luego creando mas empleo. En mi cuatrienio se crearán 2 mil puestos de trabajo, con toda seguridad.	48 hrs
A 29	@yuliav18	@JCvelezUribe	¿Hará recorte de los empleados de EPM?	Nunca. Tenga la plena seguridad que no pasará.	29 hrs

A 30	@SentidoComunP20	@JCvelezUribe	Tenemos una preocupación muy grande y es ¿Qué va a pasar con los empleados de EPM?	No pasará nada. Tenga la seguridad que todos seguirán en sus puestos	7 hrs
A 31	@AlfonsoDiazG	@JCvelezUribe	¿Qué tanto sabe de educación? Por que no sabe ni hablar	Sin respuesta	
A 32	@LtdaUmbrella	@JCvelezUribe	¿Cuánto le valieron los Lacoste?	Sin respuesta	
A 33	@Yeso0510	@JCvelezUribe	¿Cómo evitar la corrupción en su alcaldía?	Trabajado siempre con los mejores, no con los politiqueros.	10 hrs
A 34	@juventudcopei	@JCvelezUribe	¿De dónde saca que vas a reducir los servicios públicos? ¿Se puede hacer?	Sin respuesta	
A 35	@danielmontoya20	@JCvelezUribe	Usted no conoce a Medellín ¿Cómo quiere ser su alcalde?	Sin respuesta	
A 36	@leobeltran84	@JCvelezUribe	Me gusta sus propuestas ¿Cómo va a ayudar a los venteros ambulantes?	Puede llegar a la cra 78 #37ª – 65. Ahí te podemos colaborar con toda seguridad	3 hrs
A 37	@JenniferGallonM	@JCvelezUribe	¿Para dónde va mañana?	Estaremos en Villa Nueva. Estás muy invitado.	2 hrs
A 38	@Arq_LinaMaria	@JCvelezUribe	¿Por qué no le responde a @RicoGabriel?	No caigo en el juego de odios o inseguridades de candidatos. Sigo firme por recuperar la seguridad de Medellín	15 hrs
A 39	@Dolordepatria4	@JCvelezUribe	Ustedes mienten sin pudor ¿Por qué no se mueren?	Sin respuesta	
A 40	@MedComoVamos	@JCvelezUribe	¿No le da vergüenza decir tantas mentiras a la gente?	Sin respuesta	
A 41	@JoseOMorera	@JCvelezUribe	¿Cómo va a mejorar la seguridad en Medellín?	Siendo el primer policía de la ciudad, con tecnología y apoyando a nuestros policías. Capacitándolos	6hrs
A 42	@JaimeEPalmaB	@JCvelezUribe	Su propuesta de seguridad es importante ¿Piensa asesorarse de Uribe?	Claro que sí. Con toda seguridad	2 hrs

A 43	@EnTertulia_	@JCvelezuribe	¿Cuándo pasará por el centro?	La próxima semana, con seguridad pasaremos por allí.	2 hrs
A 44	@RealBohemio	@JCvelezuribe	¿La salud para cuándo?	Sin respuesta	
A 45	@Edwin61825063	@JCvelezuribe	No confío en la derecha ¿Cuánto le paga Uribe pa mentir tanto?	Sin respuesta	
A 46	@carluciolopez	@JCvelezuribe	¿Cómo va a reducir el hurto? Propuestas claras	150 policías en sectores vulnerables; 300 cámaras en el centro para monitorizar todo en tiempo real. La seguridad no tiene dilaciones	6 hrs
A 47	@ColombiaJusta6	@JCvelezuribe	¿No le da miedo que lo roben en el centro?	Ahora sí, pero recuperaremos la seguridad cuando sea alcalde de Medellín.	48 hrs
A 48	@Roypatino101	@JCvelezuribe	¿Por qué no ha venido al Picacho?	Pronto nos vemos allí. Tenga la plena seguridad	6 hrs
A 49	@juandecaraval	@JCvelezuribe	¿Irás al debate esta noche?	Allá nos vemos. Con toda seguridad	2 hrs
A 50	@elianadelgado	@JCvelezuribe	¿Por qué nunca sale con su mujer y sus hijos?	Sin respuesta	
A 51	@arias04m	@JCvelezuribe	Estamos cansados de políticos corruptos ¿Cómo va a atacar ese flagelo?	Sin respuesta	
A 52	@pathymed_e	@JCvelezuribe	Eso que dice es falso ¿Cómo lo hará?	Sin respuesta	
A 53	@LuisRuedaA	@JCvelezuribe	¿Cómo piensa lograrlo?		
A 54	@David_Vargaslla	@JCvelezuribe	¿Y por qué no habla de empleo?	Crearemos 2 mil puestos de empleo en Medellín.	11 hrs
A 55	@efevapa	@JCvelezuribe	¿Qué va a hacer para disminuir la deserción escolar?	Con la Jornada Única Escolar.	14 hrs
B 01	@hernangrajales5	@FicoGutierrez	Me cases muy bien ¿Necesitas voluntarios?	Claro que sí. Todos son bienvenidos #Creemos	13 hr
B 02	@joivangb	@FicoGutierrez	Vamos con toda Alcalde ¿Dónde estarás esta tarde?	Mi hermano, qué rico saludarte. Bienvenido a este	10 hrs

				sueño. Estaremos en Marique a las 4 #Creemos	
B 03	@fjdstrasser	@FicoGutierrez	¿Cómo mejorar la seguridad en Medellín?	Creemos que se logrará con capacidad operativa y mucha gerencia. Todos vamos a aportar	18 hrs
B 04	@msanchezescobar	@FicoGutierrez	¿Me puedes dar una entrevista para un periódico de universidad?	Claro que sí @msanchezescobar, dime cuando y donde. #Creemos	4 hrs
B 05	@miguelldiaz1227	@FicoGutierrez	¿Cuándo nos parchamos en Robledo?	Parcero @miguelldiaz1227, la otra semana estaremos por allá. Juntos Creemos	9 hrs
B 06	@FavioRincon	@FicoGutierrez	¿Estas de acuerdo con la Eutanasia?	Sin respuesta	
B 07	@jimenezlaur	@FicoGutierrez	¿Por qué no hablas de salud pública?	Vamos a invertir un gran presupuesto en mejorar la salud de todos los medellinenses. #Creemos	13 hrs
B 08	@elias_maestre	@FicoGutierrez	¿Para dónde vas esta tarde? Estamos podridos	Mi hermano @elias_maestre, nos vemos en Florda. A las 5 PM. Cuento contigo #Creemos	12 hrs
B 09	@BryanMartinezCD	@FicoGutierrez	¿Cuántos años tienes?	41 parcero. Te invito pa' que nos parchemos a dialogar de ciudad. Creemos y ponemos	12 hrs
B10	@milene_jauregui	@FicoGutierrez	¿Pa' cuándo intervención del Poblado?	Creemos que para ya mismo. Fundamental	11 hrs
B11	@Fabionelsson	@FicoGutierrez	Me gustan mucho tus propuestas ¿Cuándo vienes a la minorista?	Parcero. El 18 de octubre estaremos por allá. Te quiero ver. Creemos	17 hrs
B12	@jarizabaletaf	@FicoGutierrez	¿Dónde está la sede?	Parcero, es en toda la 70, con San Juan. Allá nos vemos	8 hrs
B13	@Jorge9326	@FicoGutierrez	Soy madre cabeza de hogar ¿Qué tienes para nosotras?	Acompañamiento absoluto en educación y alimentación escolar. Creemos	7 hrs

B 14	@esteban4500	@FicoGutierrez	¿A qué horas es el debate?	Parcero, a las 9 PM. Nos vemos pues, por que así creemos.	7 hrs
B15	@WillGabrielL_	@FicoGutierrez	¿Necesitas más voluntarios? Yo puedo ayudarte	Claro que si mi bro. En este wapp te dan más info: 310 5678943. #Creemos	2 hrs
B16	@GustavoBarragan	@FicoGutierrez	¿Cuándo vendrás a la comuna 9?	Pronto mi hermano estaré por allí. Atento a redes. Juntos Creemos	11 hrs
B17	@m_rondon	@FicoGutierrez	No creo en la viabilidad de tu propuesta de movilidad ¿Cómo vas a regular la semaforización?	Sin respuesta	
B18	@AriasMalarias	@FicoGutierrez	Pa' las que sea. ¿Cuándo vas a venir a Santodomingo para que pasemos bn chimba?	Parcero @AriasMalarias, el 9 de octubre estaremos por allá. Nos parchamos un rato. #Creemos	14 hrs
B19	@ssebasaguirre	@FicoGutierrez	¿Por qué no vas a ir al debate? O sí?	Se me cruzaron las agendas mi hermano. Igual creemos	26 hrs
B20	@ricardoariasd	@FicoGutierrez	A qué horas vas a llegar a la Alpujarra?	Tipo 11 Am estaremos por allí. Vamos con toda. Creemos	12 hrs
B21	@jzapqui	@FicoGutierrez	¿En qué cosiste la propuesta de Universidad digital?	Mi hermano. Animo que vamos con toda a mejorar la calidad de la educación. Creemos	5 hrs
B22	@betopinzon2023	@FicoGutierrez	¿Cuántas personas nos beneficiaremos de la renovación del centro?	Estimamos que un millón 300 mil que son las que lo frecuente. Vamos con toda por que creemos que es posible.	5 hrs
B23	@lecamargov	@FicoGutierrez	¿Te vas a aliar al uribismo?	Mi aliado sos vos. #creemos	2 hrs
B24	@CarlosRoddiaz	@FicoGutierrez	Dónde van a estar este finde para acompañarlos?	Qué más parcero, qué bueno que te quieras sumar a este parche que no lo para nadie.	12 hrs

				Estaremos el sábado en Aranjuez. Sí, sí, si Creemos.	
B25	@alivillaran	@FicoGutierrez	¿Qué cómo que se ve tan lindo? Creemos	Eso es amor por Medellín. Abrazito #Creemos	13 hrs
B26	@GiraldoMardari	@FicoGutierrez	Todo el apoyo alcalde ¿Cuándo piensa volver a Campo Valdés?	Gracias parcero @GiraldoMardari. Juntos vamos a transformar esta ciudad porque creemos que se puede.	16 hrs
B27	@carolinarcilar	@FicoGutierrez	¿Cuándo hará el cierre de campaña?	Mi cierre de campaña será en las calles, recorriendo la ciudad. Luego confirmamos fechas. Creemos	4 hrs
B28	@JOSEALB97843920	@FicoGutierrez	Cómo puedo hacer parte de tu campaña?	Muy fácil. Dile a tus amigos que una mejor ciudad es posible y voten todos por Creemos.	4 hrs
B29	@Tavovallemunoz	@FicoGutierrez	Quiero comunicarme contigo ¿Me puedes pasar tu telefono?	Por acá hablamos parcero. Juntos creemos	7 hrs
B30	@jhoanseve	@FicoGutierrez	¿Necesitan voluntarios?	Claro que sí mi bro. Todos son bienvenidos. #Creemos	2 hrs
B31	@Sfadul	@FicoGutierrez	¿Cuándo va a decir que hace parte del uribismo? Corrupto	Sin respuesta	
B32	@estrafalaria22	@FicoGutierrez	¿Por qué no llegó a reunión en Icaon? Mucha gente se quedó esperando	Avicé que no podía llegar. Tuvimos problemas técnicos. #creemos	10 hrs
B33	@grone1993	@FicoGutierrez	¿Cuándo va a desenmascarar a Rico? Te ataca mucho	Sin respuesta	
B34	@yeiner_torrado	@FicoGutierrez	¿Por qué no hablo de valorización en el Poblado en reunión Dann?	Sin respuesta	
B35	@KellyBe98008058	@FicoGutierrez	¿Cómo vamos a remontar al candidato Uribista?	Claro que sí mi Kelly, lo vamos a lograr. Si todos nos unimos invitando a muchos más este parche, nuestra voz	11 hrs

				resonará en todo Medellín. Creemos que se puede.	
B36	@MigueSalazar07	@FicoGutierrez	Si eres alcalde ¿vas a quitar la virgen del Poblado?	Haremos consenso con la ciudadanía. Y escucharemos su voz. Creemos.	12 hrs
B37	@anamavera	@FicoGutierrez	Dónde va a ser el cierre de campaña?	En las calles mi hermano. Vamos con toda, vamos a ganar. Creemos	1 hrs
B38	@JulinNaranjo12	@FicoGutierrez	¿Cuántos años tiene? No veo mucha experiencia en usted	Tengo experiencia en amar a mi bella Medellín. Creemos	3 hrs
B39	@lalotorres	@FicoGutierrez	Por qué no tiene propuestas par el deporte? No habla de eso	Sin respuesta	
B40	@JuanEspinal02	@FicoGutierrez	Quiero saber un poco más de el tema de seguridad. ¿Cómo piensa ejecutarlo?	Con mas tecnología cero corrupción y capacidad de respuesta ante bandidos. Creemos que lo vamos a lograr.	7 hrs
B41	@EstefaniaLoper7	@FicoGutierrez	¿Cómo piensa lograr reducir el homicidio?	Más tecnología y campañas pedagógicas de ayuda ciudadana. Creemos en la seguridad	10 hrs
B42	@JulioLugo0922	@FicoGutierrez	Fico, dónde es el parche esta noche? estoy que me volanteo.	Parcero, nos vemos en la Mila. Te espero.	11 hrs
B43	@MatiasLopez_09	@FicoGutierrez	No entendí la distribución por cuadrantes de los policías ¿Me puede explicar más?	Es simple, cada comunna tendrá un CAI y varios policías dependen solo de la zona. Y así en todas las comunas. Creemos.	12 hrs
B44	@Verito67_N	@FicoGutierrez	¿Dónde lo contacto?	Mi viejo, por acá estamos en contacto. Juntoscreemos	14 hrs
B45	@EdgarPulidoCaro	@FicoGutierrez	Quiero obsequiarle algo ¿Cómo se lo hago lelgar?	Puede ser a la sede de campaña. Te envío mapa de ubicación #creemos	4 hrs

B46	@raulolaciregui	@FicoGutierrez	¿Dónde es la sede?	Ya te paso mapa de ubicación mi hermano. Vamos con toda #Creemos	7 hrs
B47	@PedroAnaya	@FicoGutierrez	¿La reunión de La Martina es a qué horas?	Es a las 7 PM. Allá nos vemos bro.	4 hrs
B48	@Palominovsk	@FicoGutierrez	Tiene buenas intensiones, le pienso dar mi voto ¿Qué más puedo hacer?	Vamos a ganar. Esa es la actitud #Creemos	3 hrs
B49	@Sadyavatt1	@FicoGutierrez	Vamos a ganar, creemos. ¿Cuándo viene a Manrique?	Gracias infinitas por todo el apoyo. Vamos a ganar.	3 hrs
B50	@CARALSUAREZ	@FicoGutierrez	¿De qué se arrepiente?	De nada me arrepiento. Vamos con toda bro. A ganar #creemos	4 hrs
B51	@isabelospinatr	@FicoGutierrez	¿Por qué no le respondió a Juan Caros Vélez? Lo atacó mucho	No entro en ese juego. Respeto mucho a mis compañeros. #creemos	4 hrs
B52	@Juan90Lilo	@FicoGutierrez	No estoy de acuerdo con usted pero valoro su hombría ¿Por qué votar por usted?	Porque busco unidad, crecimiento económico y desarrollo. #Creemos	0 hrs
B53	@ErnestoMaciasT	@FicoGutierrez	¿Dónde queda la sede?	Ya te paso el mapa. #creemos	1 hrs
B54	@EspinalJuan	@FicoGutierrez	¿Necesitan más voluntarios? Quiero participar	Claro que sí mi brother @EspinalJuan, Siempre serás bienvenido.	4 hrs
B55	@lau_Burbano	@FicoGutierrez	¿Dónde compró la camisa que tienes? Me encanta	Te la regalo, jejejejejeje. Creemos	7 hrs
B56	@YinmarThomas	@FicoGutierrez	¿Qué tiene para el primer empleo de lo jóvenes?	Beneficios para las empresas que contraten a menores de 24 años. #Creemos	9 hrs
B57	@Camilatabares96	@FicoGutierrez	¿Dónde es el recorrido de mañana?	Parcero, con entusiasmo creemos. Vamos para Villatina. Nos vemos allá.	18 hrs
B58	@ElParchedelC	@FicoGutierrez	¿Dónde estudió la especialización?	En Universidad Rey Juan Carlos. Creemos	21 hrs

B59	@EdisonAndresMo6	@FicoGutierrez	Amo tu forma de hacer política ¿Cómo puedo participr más activamente? Creemos	Gracias infinitas por todo el apoyo. Vamos a ganar #Creemos	20hrs
B60	@EllaBaila56	@FicoGutierrez	¿Cómo haces para ser tan bueno?	Por vos es que soy mejor cada día. Creemos	13 hrs
B61	@CamilaZuluahj	@FicoGutierrez	¿Para donde mañana parcero?	Parcerito, mañana subimos al cerro volador. Cuento con vos #Creemos	27 hrs
B62	@aleleuro1	@FicoGutierrez	Creemos en ti ¿Qué mas tienes para los jóvenes?	Creemos en ti tambien. besos	26 hrs
B63	@luiizapata24	@FicoGutierrez	Necesito trabajar ¿Me puede dar una oportunidad?	Venga mi hermano, hay mucho que hacer por Medellín #Creemos	12 hrs
B64	@GiovaniBonfante	@FicoGutierrez	¿Cuánto gastas en publicidad? Tienes inundada toda la ciudad. Muy mal	Sin respuesta	
B65	@camilozapata39	@FicoGutierrez	¿Dónde puedo saber más de ti? Creemos	En mi sitio web federico.com. Cada vez somos más los que Creemos	20 hrs
B66	@Irreverentes199	@FicoGutierrez	Además de tuitear ¿Qué más sabes hacer?	Luchar por Medellín. #Creemos	2 hrs
B67	@ENodo	@FicoGutierrez	Amo lo que haces, ¿Puedo ayudarte a conseguir votos?	Gracias mi hermano. Seguimos adelante. Creemos	4 hrs
B68	@Elizabeth_CarBe	@FicoGutierrez	¿Dónde está todo tu plan de gobierno?	En mi página web parcero Federico.com juntos creemos	5 hrs
B69	@aethcolombia	@FicoGutierrez	¿Cuándo vienes a mi casa? Me encantas #Creemos	Cuando me invites. Creemos	1 hrs
B70	@Nacho89Mas	@FicoGutierrez	Esta tarde dónde es el plan?	Parcrito, esta tarde nos parchamos en el Carlos E. Allá te veo.	13 hrs
B71	@PaulisZapataA	@FicoGutierrez	Parcero, te vi esta mañana ¿Dónde vas a estar esta tarde?	Mi pana, esta tarde para el Carlos E.	12 hrs

B72	@DoradoJhann	@FicoGutierrez	Lujo de candidato tenemos ¿Cómo ayudamos más? Tenemos que ganar	Gracias infinitas por tan buena onda. Cada vez somos más. Creemos.	1 hrs
B73	@MoiseLoaiza	@FicoGutierrez	¿Hablas del miedo?	Hablo de la esperanza. Creemos	18hrs
B74	@raulmestre7	@FicoGutierrez	¿Qué dices con eso? Falso	Sin respuesta	20 hrs
B75	@AmandaLloreda	@FicoGutierrez	¿Tienes sede? Me pasas la dirección?	En breve te paso mapa de ubicación. Creemos	36 hrs
B76	@hdma21	@FicoGutierrez	Amo lo que haces ¿Puedo ser voluntario?	Gracias por el apoyo. Sigamos sumando. Vamos a ganar. Creemos	2 hrs
B77	@yamicampbell	@FicoGutierrez	Sumemos, creamos ¿Qué más viene?	Sumemos y creamos.	4 hrs
B78	@MarticaGar84	@FicoGutierrez	¿Cómo se llama tu esposa? Divina	Sin respuesta	
B79	@AlisonPareja	@FicoGutierrez	¿Qué más propone para los adultos mayores?	Sin respuesta	
B80	@NomasViolencia	@FicoGutierrez	¿Cuánto vale el punete de la 4 Sur?	Vamos a terminarlo. Falta una categorización. Creemos	11 hrs
B81	@Sergio_Barranco	@FicoGutierrez	¿Va a continuar con los proyectos de Anibal Gaviria?	Los que sirvan a la ciudadanía, se continuarán. Creemos,	13 hrs
B82	@MarleneOACNUDH	@FicoGutierrez	¿Es amigo de Uribe? Dicen que usted es CD	Sin respuesta	10 hrs
B83	@AndresFLopez	@FicoGutierrez	Hombre @FicoGutierrez ¿Cómo ves pues a izquierdoso de Alonso, tratando de desinformar? Muy mal hecho.	@AndresFLopez todos tenemos derecho a opinar lo que creamos. Soy muy respetuoso de las opiniones de mis otros compañeros. VAMOS A GANAR.	10 hrs
B84	@Diegocadavid67	@FicoGutierrez	¿Dónde nos vemos esta tarde parcerito?	Parcerito @Diegocadavid67 nos vemos a las 5 en San Felix	10 hrs
B85	@johnfredyRivera	@FicoGutierrez	¿Por qué no hablas de vivienda? Qué va a hacer con eso	Claro que sí. Vamos a hacer mejoras de 200 mil viviendas.	3 hrs

				Vamos a mejorar la calidad de vida. Creemos	
B86	@RuedaHeider	@FicoGutierrez	Cuanto vale hacer el parque en el centro?	Sin respuesta	
B87	@jhonricofoto	@FicoGutierrez	¿Mañana estarás en el debate?	Vaos con toda mi bro. Claro que si. Creemos	5 hrs
B88	@PaulinaGuerra_23	@FicoGutierrez	¿Dónde queda la sede?	Ya te paso la dirección. Creemos.	2 hrs
B89	@juankmirepo	@FicoGutierrez	No creo que tengas experiencia para gerenciar Medellín ¿ Me equivoco?	Sin respuesta	
B90	@Alejosocero	@FicoGutierrez	¿Cuánto gastas en publicidad? Estas superando el tope	Sin respuesta	
B91	@LorenaMetal	@FicoGutierrez	¿Dónde vas a estar esta tarde?	@LorenaMetal Esta tarde estaremos en La Milagrosa. Ne el parque. Allá nos vemos	14 hrs
B92	@jupita88	@FicoGutierrez	¿Cómo garantizar que no estas mintiendo?	Jamás he mentido en lo público. Vamos a recuperar la confianza ciudadana #Creemos	10hrs
B93	@franciscGar_lol	@FicoGutierrez	¿Vas a regresar al poblado?	Claro que sí Bro. Allá volveremos. Vamos a ganar #Creemos	15 hrs
B94	@Heydy_montoya	@FicoGutierrez	Me gusta mucho tu forma de hacer política ¿Cómo participar?	Mil gracias por todo el apoyo. Juntos Creemos	8 hrs
B95	@DDL82	@FicoGutierrez	¿Además de seguridad? ¿Qué más propones?	Educción, felicidad y un mejor ambiente. Creemos	22 hrs
B96	@PaulaHCajica	@FicoGutierrez	¿Cómo acabar con la brecha social?	Con más educación. Esa es la base. Creemos	17 hrs
B97	@lefa1213	@FicoGutierrez	Para cuándo revelarás tus asesores?	Sin respuesta	
B98	@yentatis	@FicoGutierrez	¿Dónde están en el recorrido?	Vamos por la calle 45 · 34. Nos vemos parcero. Vamos con toda #Creemos	12 hrs

B99	@LupeDagod	@FicoGutierrez	¿En qué barrio están?	Estamos ahora mismo en Campovaldes. Creemos	13 hrs
B100	@LILIANARORO	@FicoGutierrez	¿Cómo hacer parte de este cierre?	Caminando. Vamos con toda, vamos a ganar. Creemos	16 hrs
B101	@JRubianoMejia	@FicoGutierrez	¿Quién me dice en qué sector están?	Estamos por la 45ª. Cerca al parque.	1 hrs
B102	@MARIAILBA	@FicoGutierrez	Quiero llegar ¿Por dónde van?	Estamos cerca a la iglesia de Campoamor. Allá nos vemos parceró	4 hrs
B103	@lucySepulveda09	@FicoGutierrez	¿Cómo ser voluntario?	Muy fácil. Llega a la sede y allá te diremos qué hacer.	6 hrs
B104	@LuisEscolta_	@FicoGutierrez	Para dónde va pasar el Inder	Lo dejaremos en donde está funcionando. Cerca al Estadio. Creemos	3 hrs
B105	@Zarunico	@FicoGutierrez	¿Estás de acuerdo con acabar con la FLA?	Sin respuesta.	
B106	@PaolaHolguin89	@FicoGutierrez	¿EPM privado o público?	100 % público. #Creemos	1 hrs
B107	@Regi_Zuluaga	@FicoGutierrez	¿Dónde es el recorrido mañana?	Vamos para la Minorista. A las 10 Am. Allá nos vemos parceró.	16hrs
B108	@Mejia_Carlos	@FicoGutierrez	¿Cual es tu comida favorita?	La bandeja paisa.	4hrs
B109	@PatriciaUreña	@FicoGutierrez	¿Por qué no viniste a la Comuna?	Estaré en donde me invitan. Voy a donde sea. #Creemos	32hrs
B110	@Pepe89Doll	@FicoGutierrez	¿Dónde vemos los resultados?	En la sede. Hoy ganamos. Creemos	24 hrs
C01	@DANIELE95537506	@RicoGabriel	¿Qué vas a hacer para lograrlo?	Trabajar mucho, y hacer las cosas bien. #EsoEsRico	34 hrs
C02	@PoliticaPMA	@RicoGabriel	¿Cuánto tarda en hacer la Palza de toros? Y cuánto vale	Sin respuesta	
C03	@omarestacio	@RicoGabriel	¿Dónde es la sede?	Sin respuesta.	
C04	@carlzaraban	@RicoGabriel	No conozco nada de usted ¿Cuál es su profesión?	Hola @carlzaraban, soy comunicador social, con maestría en alta gerencia. #EsoEsRico	23 hrs

C05	@alvarez_0511	@RicoGabriel	Por qué dicen que usted es un corrupto?	Sin respuesta	
C06	@jhonmancilla2	@RicoGabriel	¿Qué va a hacer en temas de seguridad?	Sin respuesta	
C07	@somoslosmedios1	@RicoGabriel	¿Cuándo va a mostrar su declaración de renta?	Sin respuesta	
C08	@luchosimc	@RicoGabriel	Doctor, usted me cae bien. Soy de Moravia ¿Cómo puedo ayudarlo?	Hola @luchosimc, Qué bueno contar con personas como tú. Llega a la sede y hablamos. Abrazo #EsoEsRico	18 hrs
C09	@dayanabecerra21	@RicoGabriel	¿Qué pasó con los dineros de Plaza mayor?	Sin respuesta	
C10	@jorgecopei	@RicoGabriel	¿Por qué dice eso?	Por que lo vamos a lograr. Hablamos con la verdad. #EsoEsRico	48 hrs
C11	@j_259	@RicoGabriel	¿Cuándo va a responder por la corrupción en Plaza Mayor?	Sin respuesta	
C12	@JUANHERNANDEZG5	@RicoGabriel	¿De dónde sacó dinero para su campaña? ¿Plaza Mayor?	Sin respuesta	
C13	@reyesjc47	@RicoGabriel	¿Dónde está la sede?	Sin respuesta	
C14	@Colombiaquiere1	@RicoGabriel	¿Cuántos votos necesita para ganar?	Vamos a sacar una votación histórica con tu ayuda. 300 míl votos mínimo. #EsoEsRico	46 hrs
C15	@YILEMRESTREPOGO	@RicoGabriel	¿Me puede ampliar más su propuesta de movilidad?	Vamos a ampliar el pico y placa y vamos a ampliar dos carriles en arterias principales. #MásMovilidad #MásMedellín	25 hrs
C16	@luher64	@RicoGabriel	¿Cuál es su competidor más fuerte?	Sin respuesta	
C17	@NegreteRonaldo	@RicoGabriel	¿Qué vale pagar el seguro de las fottomultas para poder quitarlas? ¿Ya pensó en eso?	Sin respuesta	

C18	@josedumarhoyos	@RicoGabriel	Te falta mucho liderazgo ¿Cómo piensas ganarle a Juan Carlos y Federico?	Sin respuesta	
C19	@anabell0303	@RicoGabriel	¿Cómo va a combatir el hurto?	Vamos a tener una fuerza pública mejor preparada y mas activa. #EsoEsRico	18 hrs
C20	@pilimorante2015	@RicoGabriel	No te creo nada ¿Qué es más Medellín?	Sin respuesta	
C21	@pobrepepe2001	@RicoGabriel	Tu política es muy tradicional ¿Cómo combatir la corrupción?	Sin respuesta	
C22	@ConductoresBOG	@RicoGabriel	¿Cómo sueña a Medellín?	Sueño una Medellín segura, educada, con mejor movilidad y más oportunidades para todos. Con tu ayuda lo vamos a lograr #MásMedellín	53 hrs
C23	@jjUscategui	@RicoGabriel	¿Cómo luchar por los perritos de calle? ¿Qué hará?	Sin respuesta	
C24	@jtorresduran	@RicoGabriel	¿Qué podemos esperar de su mandato?	Vamos a gobernar con y para la ciudadanía. #Másmedellín	48 hrs
C25	@Summercalderong	@RicoGabriel	Eres falso, dices muchas mentiras ¿Cómo vas a hacer eso?	Sin respuesta	
C26	@carlos25277	@RicoGabriel	Qué hará para acabar con el hurto?	Sin respuesta	
C27	@CiroConto	@RicoGabriel	¿para qué quiere ser alcalde de Medellín?	Porque quiero transformar la vida de todos los paisas. Con más empleo, más educación y más desarrollo. #EsoEsRico	16 hrs
C28	@vendavalestereo	@RicoGabriel	¿Cómo va a lograr lo que promete?	Gracias por tu pregunta. Con esfuerzo, planeación y con el apoyo de todos. #MásMedellín	12 hrs
C29	@oscarsuaza123	@RicoGabriel	Usted es muy joven ¿Qué experiencia en lo público tiene?	Hola @oscarsuaza123. Gracias por tu pregunta. Fui concejal y gerente de Plaza mayor. Tengo	14 hrs

				experiencia en lo público. #EsoEsRico	
C30	@johnherd16	@RicoGabriel	¿Por qué dice eso?	Por que lo vamos a lograr. Es así #EsoEsRico	32 hrs
C31	@JUANFERCHOS	@RicoGabriel	¿Cuándo va a venir a Altavista?	La próxima semana estaré en tu corregimiento. #MásEducación	33 hrs
C32	@CARRENTDEL CARIB	@RicoGabriel	¿Cómo dijo que se llamaba? Usted es una rata	Sin respuesta	
C33	@AdrianaMPeralta	@RicoGabriel	¿Quién financia su campaña?	Sin respuesta	
C34	@JessikaDuarteRa	@RicoGabriel	¿Por qué no quiere mostrar la declaración de renta?	Sin respuesta	
C35	@CHALPAMA AF	@RicoGabriel	¿Cuándo va responder por las autoridades sobre su corrupción en Plaza mayor?	Sin respuesta	
C36	@idalmac46	@RicoGabriel	¿De dónde es usted? Parece cachaco	Jejejejejeje, soy más paisa que la arepa. #EsoEsRico	24 hrs
C37	@joticamarti	@RicoGabriel	¿Tiene idea de cómo hacer lo que promete?	Claro que sí, todo está soportado técnicamente. #EsoEsRico	12 hrs
C38	@sgonzalezpe	@RicoGabriel	¿Cuándo va a contarle a la gente lo que pasó en Plaza Mayor?	Sin respuesta	
C39	@SHMUTLC	@RicoGabriel	¿En qué consiste la plusvalía?	Vamos a tener una gran Medellín #EsoEsRico	8 hrs
C40	@MauricioBeleoPe	@RicoGabriel	¿Por qué ataca siempre al candidato uribista? ¿No puede brillar por sí mismo?	Vamos a trabajar juntos por una Medellín incluyente y próspera. Tú eres fundamental para eso #EsoEsRico	11 hrs
C41	@Alejoportilla	@RicoGabriel	¿Dónde hará la plaza de camiones? Es posible?	Nos vemos mañana en Telemedellín #EsoEsRico	23 hrs
C42	@FEDERICO1670	@RicoGabriel	¿Cómo se llama su hijo? Es hermoso	Sin respuesta	
C43	@Lolacalam_90	@RicoGabriel	¿Cuánto le pagan por hablar mal de Vélez Uribe?	Sin respuesta	

C44	@ArcilaDiego	@RicoGabriel	Cómo va hacer para reformar la Feria de Ganado si no hay espacio para crecerla más?	Vamos a invertir cerca de mil millones para lograr esa obra que transformará la ciudad. #EsoEsRico	9 hrs
C45	@OtraFomaCo	@RicoGabriel	¿De donde sacará la plata del tranvía de la 80?	Sin respuesta	
C46	@Lalo123_	@RicoGabriel	Usted miente Sus propuestas son hetéreas ¿Piensa?	Sin respuesta	
C47	@Ramefiul	@RicoGabriel	@RicoGabriel cómo impactar de la mejor manera los corredores viales de Medellín sin que se afecte el espacio público?	Hombre Luis, Medellín es de todos y todos debemos cuidarla. #MásMedellín	23 hrs
C48	@AnonsGuacharo	@RicoGabriel	¿Cómo hará eso?	Vamos a trabajar alianzas público privadas para lograrlo #EsoEsRico	7 hrs
C49	@lanzjoseg	@RicoGabriel	¿Dónde será la celebración cuando ganemos?	Vamos a ganar con tu ayuda. Nos vemos en la sede	10 hrs
C50	@SobaDavid	@RicoGabriel	¿Dónde votará?	En el Liceo Iván de Bedout, a las 10 de la mañana #EsoEsRico	14 hrs
C51	@albertovidalesh	@RicoGabriel	¿Por qué no habla de empleo?	Sin respuesta	