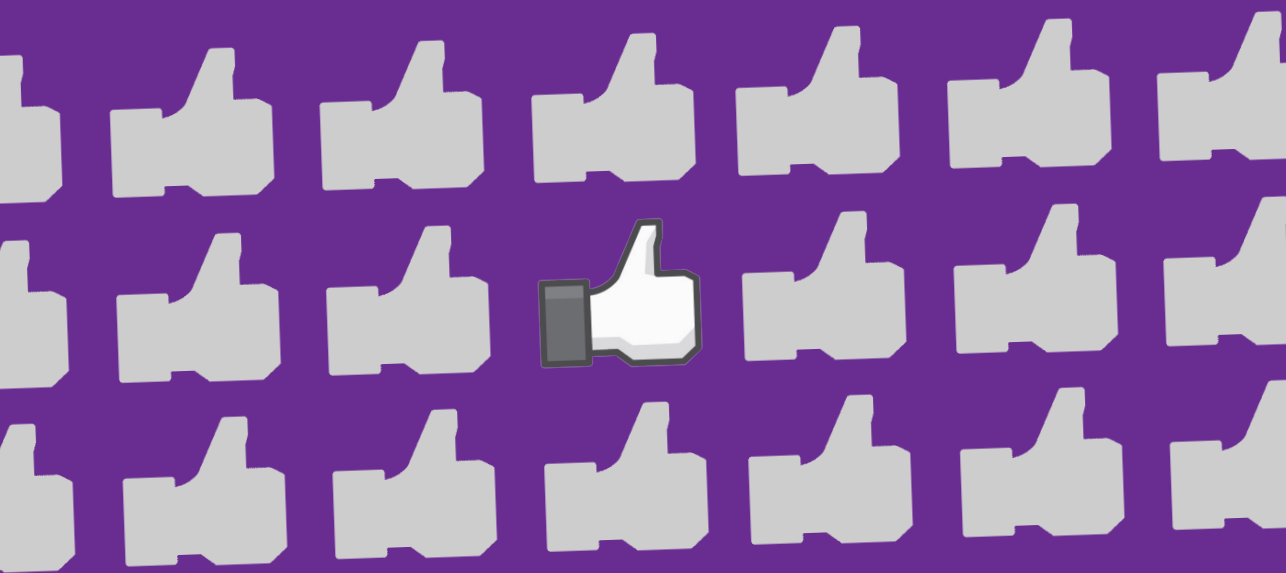


Salvador Millaleo y Pablo Cárcamo

MEDIOS SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA EN CHILE

#####

#####



FD+D



FUNDACIÓN DEMOCRACIA Y DESARROLLO

Salvador Millaleo y Pablo Cárcamo

MEDIOS SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA EN CHILE



FUNDACIÓN DEMOCRACIA Y DESARROLLO



Con el apoyo de



Este libro está disponible para la descarga gratuita en versiones pdf, epub y mobi en www.elquintopoder.cl.

Medios sociales y acción colectiva en Chile es el segundo *paper* del proyecto «Medios sociales e incidencia ciudadana: ¿un nuevo modelo de legitimidad política?», iniciativa de la Fundación Democracia y Desarrollo que cuenta con la colaboración de International Development Research Center (IDRC, Canadá, Proyecto 106735-001) y ONG Derechos Digitales.

Esta publicación se realizó con el apoyo de una subvención del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) de Canadá. Las opiniones expresadas acá no reflejan necesariamente las del IDRC.

Medios sociales y acción colectiva en Chile

PRIMERA EDICIÓN: noviembre de 2013

Fundación Democracia y Desarrollo.

Roberto del Río 1151, Providencia

Teléfono (56-2) 2 3359178

Email contacto@elquintopoder.cl

Santiago de Chile

DISEÑO Y EDICIÓN

Tipográfica (www.tipografica.cl)

ISBN 978-956-9422-00-3



Este libro está licenciado bajo Creative Commons BY.

Contenidos

<i>Sobre los autores</i>	7
Introducción	9
1. Visiones sobre la esfera pública digital	11
2. Metodología	25
3. Estrategias y tácticas	27
4. Conclusiones	53
Referencias	57
Anexo 1. Organizaciones referidas	63
Anexo 2. Organizaciones participantes del estudio	57

Comentarios

SEBASTIÁN VALENZUELA

De la acción colectiva a la acción conectiva o cómo superar la dicotomía ciberoptimismo-ciberpesimismo	71
---	----

ARTURO ARRIAGADA

Todos juntos: ciudadanía, comunicación y democracia en la era de Internet	95
--	----

PATRICIA PEÑA MIRANDA

Cómo estudiamos el impacto y la experiencia de nuevas prácticas sociocomunicativas del activismo digital ciudadano	117
---	-----

Sobre los autores

Salvador Millaleo es Ph.D. en Sociología en la U. de Bielefeld y abogado. Es profesor en las universidades de Chile y Andrés Bello. Su correo electrónico es <smillaleo@hotmail.com>.

Pablo Cárcamo es licenciado en Sociología por la Universidad de Chile. Investigador en ONG Derechos Digitales y miembro del blog *Manzana Mecánica* dedicado a la cultura libre y la innovación social. Actualmente investiga sobre *open access* en Chile, teoría de la producción P2P y activismo en redes sociales. Su correo electrónico es <pabloe.carcamo@gmail.com>.

Sobre los comentaristas

Sebastián Valenzuela es Ph.D. y Master of Arts en Comunicaciones por la Universidad de Texas en Austin y periodista por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Es profesor asistente de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile e investigador asociado del Centro Nacional de Investigación para la Gestión Integrada de Desastres Naturales (CIGIDEN). De vez en cuando escribe en su blog *Barrio Cívico* y en la sección *Voces* de LaTercera.com. Su correo electrónico es <sebavalenz.cl@gmail.com>.

Arturo Arriagada es sociólogo y periodista por la Universidad Diego Portales. MSc en Medios y Comunicaciones y Ph.D. © en Sociología en London School of Economics and Political Science. Actualmente es académico de la Facultad de Comunicación y Letras de la Universidad Diego Portales. Editor junto a Patricio Navia del libro *Intermedios: medios de comunicación y democracia en Chile* (Ediciones UDP, 2013). Desde 2005 mantiene el blog Antimedios (www.antimedios.cl) sobre medios, comunicación política e Internet. Su correo electrónico es <arturo.arriagada@udp.cl>.

Patricia Peña Miranda es periodista y magíster en Comunicación por la Universidad Diego Portales y MSc Communication, Information and Society por The London School of Economics and Political Sciences. Es profesora asistente e investigadora del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Su correo electrónico es <patipena@gmail.com>.

Introducción

En Chile se empieza a debatir sobre el posible surgimiento de un nuevo ciclo político ante la transformación de los ejes del discurso público a consecuencia de la irrupción crítica de los movimientos sociales en las movilizaciones que van entre 2011 y 2013 (Lagos, 2011; Garretón, 2013; Larraín, 2013; Vargas Llosa, 2013). Más allá de la efectividad y profundidad de dicha transformación, resulta innegable el papel protagónico que han tenido las plataformas digitales que ha ofrecido Internet, especialmente las redes sociales, para el surgimiento y desarrollo de dichos movimientos sociales (Baeza, 2006; Ramos y Gerter, 2008; Fleet, 2011; Millaleo, 2011; Cuadra, 2012; Valenzuela, 2011, 2012; Valenzuela, Arriagada y Sherman, 2012; Montealegre, 2012; Vera, 2012; Valderrama, 2012; Halpern, 2013). Sin embargo, el grado de conocimiento acerca de las formas en las cuales los movimientos sociales se apropian y usan las tecnologías de la información en Chile es aún incipiente.

Con el objetivo de contribuir a enfrentar dichas brechas de conocimiento y a fortalecer el uso y la incidencia del activismo digital en los medios sociales, la Fundación Democracia y Desarrollo y la ONG Derechos Digitales están llevando adelante el proyecto «Medios sociales e incidencia ciudadana: Hacia una nueva legitimidad». Este proyecto ha sido financiado por el International Development Research Centre para el período 2012-2013.

Dentro de este proyecto se han realizado dos estudios. El primero, de Salvador Millaleo y Patricio Velasco, se titula *Activismo digital en Chile*.

Repertorios de contención e iniciativas ciudadanas (2013), y, el segundo, de Salvador Millaleo y Pablo Cárcamo, es *Medios sociales y activismo digital en el mundo: Panorama global del uso ciudadano del activismo en redes sociales* (2013).

En este contexto, el tercer estudio dentro del componente A (conocimiento)¹ del proyecto consiste en el análisis de las formas en las cuales las iniciativas de activismo digital se traducen en acciones colectivas. Para tales efectos hemos seleccionado once organizaciones que han desarrollado iniciativas de activismo digital en Chile y que están asociadas a movimientos sociales, en las cuales analizamos prácticas y sus recursos sociales, así como los discursos o imaginarios de los grupos sociales que las soportan.

1. El componente B del proyecto consiste en el apoyo a organizaciones comunitarias y el componente C corresponde en la incidencia dentro de la esfera académica y la sociedad civil.

1

Visiones sobre la esfera pública digital

Con la irrupción de Internet, las ciencias sociales han intentado comprender el fenómeno en cuanto a sus implicancias para la sociedad y sus relaciones con el Estado, construyéndose dentro de los noventa dos enfoques respecto de los efectos de Internet para la democracia: los ciberoptimistas y los ciberpesimistas.

La primera posición se forjó antes de que Internet se masificara, identificando a Internet como un conjunto de dispositivos que promovían la democracia, no sólo la democracia participativa, sino una transformación en todos sus niveles e instituciones. Una verdadera nueva era ateniense para la democracia, como la proclamó el exvicepresidente de Estados Unidos, Albert Gore (Gore, 1994).

Internet ha proporcionado una «arquitectura de participación» con repercusiones directas sobre los movimientos sociales (Rheingold, 2005), la cual ha sido reforzada por la emergencia de las capacidades *peer-to-peer*. De acuerdo a Rheingold, este proceso permite el surgimiento de «multitudes inteligentes», que son grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas gracias a que los nuevos medios posibilitan otras formas de organización, a una escala novedosa, entre personas que hasta entonces no podían coordinar tales movimientos.

Los argumentos que son propios de esta visión pueden resumirse de la siguiente manera (Torres-Soriano, 2013):

- Internet empodera a los individuos aislados. Las nuevas tecnologías facilitan y promueven la circulación de la información y la participación de los sujetos en los asuntos políticos. Las personas pueden expresarse libremente a través de Internet y sin la mediación de otros, lo que representa un enriquecimiento del debate político ya que un mayor número de participantes con diferentes perspectivas se pueden unir a él.
- Promueve las relaciones intergrupales. Internet facilita nuevas conexiones entre los individuos y grupos, tanto dentro como cruzando las fronteras nacionales. A través de compartir ideas y emociones, Internet permite coordinar las acciones de sujetos que convergen en los espacios digitales.
- Mediante Internet, los eventos locales asumen repercusiones internacionales. Internet debilita la capacidad de los regímenes políticos para ejercer un control efectivo sobre los flujos de información que cruzan sus fronteras.
- Promueve el desarrollo económico y la modernización social. Internet se ha convertido en uno de los factores clave en la economía, la globalización y el desarrollo económico. La red no sólo ha hecho que los costos de producción y de gestión sean más baratos, sino que también ha aumentado el volumen y la velocidad a la que fluye la información, lo cual tiene enormes repercusiones en el proceso de innovación científica y en la productividad.
- A lo anterior se puede agregar la posibilidad de comunicación con los destinatarios sin una intermediación fuerte, es decir, sin que haya una organización que seleccione los mensajes, y los sujetos que intervienen en la comunicación, sino que estas selecciones se hacen de manera descentralizada por los mismos sujetos.
- También hay que destacar la facilidad de las comunicaciones

transfronterizas, las cuales permiten la formación de vínculos e incluso de comunidades transnacionales de diversa clase.

El más conocido representante del ciberoptimismo es Manuel Castells, quien ha definido a Internet como un medio de auto-comunicación de masas, considerando que permite la comunicación de muchos con muchos (*many-to-many*) y punto a punto (*end-to-end*, sin intermediarios) (Castells, 2009: 88). Se trataría de autocomunicación porque cada uno genera con autonomía el mensaje, define los posibles receptores y selecciona libremente los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar.

Para Castells, las redes que usan la autocomunicación configuran una esfera pública interconectada que está programada por las redes de poder incorporadas a ellas, pero que ofrece muchas posibilidades para que los movimientos sociales las reprogramen.

Dentro de las posturas ciberoptimistas destacan las ideas de Clay Shirky, quien más nítidamente ha defendido estas posturas en la actualidad. Shirky ha sostenido la idea de que está avanzando una cultura participativa a través de Internet, mediante la cual se pueden realizar cosas de manera colectiva que son imposibles a nivel individual (Shirky, 2010). Esta cultura se alimenta de la colaboración por fines no lucrativos entre las personas, formando un excedente cognitivo. La conjunción de los medios, las motivaciones y la oportunidad han generado una cultura participativa de la mano de Internet. En otro texto, Shirky (2008) defiende la idea de que, en el ámbito de Internet, la conjunción de una promesa plausible, una herramienta eficaz y un acuerdo aceptable con los usuarios puede originar nuevas formas de acción colectiva. En este contexto, las tecnologías de la información, y especialmente los medios sociales, están ampliando espectacularmente las capacidades de las personas para compartir, colaborar y actuar colectivamente. En particular, Shirky confía,

pese a sus limitaciones, en el poder político de Internet y de las redes sociales como una forma de coordinar y documentar las acciones colectivas en el mundo real, en una dinámica tan ubicua que ya está conformando una parte esencial de los movimientos políticos y sociales (Shirky, 2011).

Ha coexistido con el enfoque optimista una posición escéptica acerca de las posibilidades que brindaría Internet para la democracia. Tempranamente se formularon dudas acerca de las capacidades de Internet para fomentar una democracia deliberativa (Buchstein, 1997). Otros han destacado el individualismo promovido por Internet como un obstáculo para fomentar una esfera pública (Shapiro, 1999; Sunstein, 2001). Respecto a este punto, se ha insistido en la constitución privada de la red como un límite a su transformación en una esfera pública (Papacharissi, 2002).

Los ciberpesimistas sostienen que las tecnologías de información y comunicación refuerzan la fragmentación y la divergencia, y profundizan la brecha digital (Ludes, 2008). Internet, por otra parte, no sería capaz de movilizar una real capacidad de compromiso, la cual requiere ir más allá de un espacio deliberativo de discusión.

En cuanto a las protestas, se ha alegado la debilidad de los vínculos establecidos a través de Internet, ya que es muy fácil iniciar, convocar y coordinar protestas a través de la red, pero los grupos no se mantendrían una vez que se inicie una reacción represiva de las autoridades y, sobre todo, sus líderes serían muy fáciles de neutralizar por esa represión (Gladwell, 2010).

Lincoln Dahlberg (2001, 2013) ha sostenido que los avances de Internet para crear una esfera pública digital estarían viciados por la creciente comercialización y mercantilización del ciberespacio por intereses estatales y corporativos, la falta de reflexividad, un déficit de tolerancia mutua, la desafiliación de grandes sectores de la población de los foros políticos en línea, y la monopolización del discurso por unos pocos individuos y grupos.

Otros han descrito a Internet como un incremento en las posibilidades de elección, pero de ninguna manera garantiza una infraestructura de información mejorada para los ciudadanos en cuanto al balance o equilibrio de información (Brandenburg, 2006).

Factores como la etnicidad, género y posición social trascienden al espacio virtual, restringiendo las posibilidades de las nuevas tecnologías de fomentar la democracia. Los ciberpesimistas parecen coincidir en que las cuestiones relacionadas con la brecha digital es el argumento más fuerte en contra de la esfera virtual.

Adicionalmente, los ciberpesimistas sostienen que la gente no sabe cómo utilizar las herramientas de la tecnología de la información, ya sea porque carecen de interés o porque la brecha digital crea un *statu quo* en las estructuras de poder existentes en la sociedad, el que sigue siendo el mismo en el mundo virtual (Hindman, 2008; Ludes, 2008).

Los Estados ejercen mucho más control sobre la Internet que lo que los optimistas están dispuestos a reconocer, orientando su intervención a promover sus propios intereses, en tanto que la capacidad de los grupos de la sociedad civil para utilizar este medio para ejercer presión sobre el sistema político es menos probable que se materialice. Para Evgeny Morozov, los Estados han aprendido a usar las redes sociales para incrementar su poder sobre los ciudadanos aplicando una trilogía de conceptos: censura, vigilancia y propaganda (Morozov, 2011). Internet admite la censura, permite la vigilancia de la disidencia política de una manera más fácil, así como la propaganda extremista y nacionalista. De acuerdo a Morozov, «la verdad es que muchas de las oportunidades creadas por una cultura de Internet anónima y libre para todos han sido creativamente explotadas por personas y redes que socavan la democracia» (2011: 256-257).

En su libro más reciente, Morozov denomina «Internet-centrismo» a una cierta ideología la cual se caracteriza por:

la firme convicción de que vivimos en tiempos revolucionarios únicos, en los cuales no se sostienen las verdades previas y todo está experimentando un cambio profundo y la necesidad de arreglar las cosas es más elevada que nunca. Internet, en resumen, ha proporcionado a los solucionistas con una amplia munición para incrementar su guerra contra la ineficiencia, la ambigüedad y el desorden, mientras también provee de nuevas justificaciones para ello. Pero también les ha proporcionado un set de supuestos acerca de cómo funciona el mundo, y como debería hacerlo, sobre como éste se expresa o debería hacerlo, reposicionando viejos temas y debates en una manera decididamente internet-céntrica (Morozov, 2013: 59).

Morozov identifica a los solucionistas como aquellos quienes creen que, antes que problemas complejos, dinámicos y disputados, existirían procesos de solución definitivos, transparentes y auto-evidentes. Este solucionismo se encarnaría en el ciberoptimismo y sus seguidores, quienes sacralizarían Internet y sus posibilidades.

Algunos autores han sostenido que el activismo digital a través de Internet socaba la estabilidad social de los grupos de la sociedad civil mediante el fomento de audiencias de nicho cada vez más especializadas, donde las personas se informan sólo de fuentes que reflejan sus propios puntos de vista. Esto conduciría a una mayor polarización en lugar de un ambiente más inclusivo para los esfuerzos de acción colectiva (Diamond, 2010: 81; Plattner, 2012: 73).

Tanto las tesis pesimistas como optimistas pueden alegar evidencias empíricas que las sustenten (Torres-Soriano, 2013). Sin embargo, lo que nos interesa aquí es el efecto sobre las percepciones acerca de las posibilidades de acción que tienen los actores de la sociedad civil que participan en el activismo digital.

Como habíamos sostenido en textos previos (Millaleo y Velasco, 2013;

Millaleo y Cárcamo, 2013), las tecnologías de la información permiten la configuración de un nuevo conjunto de repertorios de contención política para los movimientos sociales que emplean o se comprometen con el activismo digital.

De acuerdo a Haunss (2007), el éxito de un repertorio de acción o crítica de los movimientos sociales dependerá significativamente de su poder de legitimación o deslegitimación de energía. Desde una perspectiva no normativa de los marcos discursivos de acción colectiva, si el éxito de una forma dada de acción es una función de su potencial tanto para la movilización y para lograr los objetivos del movimiento, y si esto depende de la capacidad del movimiento para presentarse como un agente digno que persigue una causa legítima, entonces se pueden interpretar los repertorios de contención de movimientos sociales como los sedimentos de las formas de acción que sean más capaces de legitimar un movimiento social y de deslegitimar a sus opositores.

La dinámica de la protesta de los movimientos sociales depende en gran medida de la interacción específica de la facilitación, la represión, y posibilidades de éxito que forman un conjunto de factores, los cuales limitan sus opciones para elegir su protesta y las estrategias de su movilización. En ese sentido, los repertorios de contención, incluyendo los repertorios digitales, pueden ser interpretados también como una consolidada colección de estrategias de legitimación y deslegitimación. Los procesos de acción colectiva, como ataques de denegación de servicio, peticiones digitales, manifestaciones o huelgas, siempre se encuadran en actos de producción simbólica y cultural, y son acompañados de argumentación reclamando su aceptación a los posibles públicos que apoyen su protesta.

La sociología francesa de las convenciones puede ayudarnos a comprender las formas en las cuales el valor de acuerdos subyacentes orientan a los actores del activismo digital, permitiéndoles realizar marcos de significados comunes, y coordinar sus acciones. En esta sociología, cuyos

más conocidos representantes son Luc Boltansky y Laurent Thévenot, las convenciones no son hábitos convergentes compartidos entre personas, sino que son órdenes normativos de acción y lógicas de coordinación. Las convenciones sirven a los actores como marcos colectivos interpretativos para la evaluación de la adecuación y del valor de las acciones, personas, objetos y situaciones (Díaz-Bone, 2011: 23), constituyendo horizontes de sentido que permiten justificar la acción o criticarla como inadecuada.

Boltanski y Thévenot (2006) han presentado un modelo combinatorio de los diferentes tipos de constricciones de la acción colectiva de carácter simbólico y físico a los que deben plegarse un tipo particularmente complejo de acciones humanas. El enfoque del «régimen de acción» que proponen entiende la acción social como una serie de compromisos en los diferentes regímenes de práctica, que requieren la actualización de habilidades específicas; las cuales tratan de recursos —principalmente cognitivos— permitiendo a los individuos adaptarse a su entorno y coordinarse con los otros (Mathieu, 2002: 92).

Las acciones en «régimen de justificación» pretenden vincular eventos particulares a la búsqueda de una entidad superior de justificación para poder ser efectivamente puestas a prueba de forma legítima por acciones que se desarrollan en «régimen de crítica». Las acciones han de cumplir con los mismos requisitos convencionales de formalización argumentativa y objetual para poder pasar del estatuto de quejas privadas al de denuncias públicas. De esa forma, los actores sociales acomodan las posibilidades abiertas para la negociación retórica y puesta a prueba material de la realidad de los estados del mundo observables en un entorno local a los patrones de orden general que ofrecen unos pocos modelos de juicio moral de nivel superior.

En el modelo de las economías de justificación de Boltanski y Thévenot se supone la existencia de una pluralidad de sistemas de equivalencia, esto es, principios articuladores de las relaciones entre lo particular

y lo general que fundamentan distintas concepciones de lo que es justo y otorgan legitimidad a argumentos y valoraciones diferentes, permitiendo la aproximación de los agentes que se basan en ellos como patrones de evaluación y medida. Sobre dicha base, los agentes reclamar valor al ser puestos a prueba en determinadas relaciones sociales.

Boltanski y Thévenot designan como *cités* aquellas filosofías clásicas que se atribuyen como objeto, la posibilidad de esbozar un orden legítimo que reposa sobre un principio de justicia (Boltanski y Chiapello, 2001: 16). Boltanski, Thévenot y Chiapello han identificado siete *cités* (Boltanski y Thévenot, 2006; Boltanski y Chiapello, 2007): inspirada, doméstica, de renombre, cívica, mercantil, industrial y por proyectos. Cada una de estas *cités* asienta un principio de evaluación diferente al enfrentar a los agentes con ciertas relaciones determinadas y excluyendo otras formas de calificación, permitiendo establecer entre ellos un orden determinado.

Sin embargo, en las sociedades modernas complejas coexisten diversos sistemas de justificación, y por tanto *cités* en un mismo espacio social.

Las pretensiones discursivas de los agentes sociales son confrontadas en los regímenes de justificación con la realidad social a través de ciertos procedimientos más o menos estandarizados o pruebas. Cada régimen de justificación está asociado a un repertorio de objetos, un repertorio de sujetos y relaciones «naturales» entre seres (relaciones entre los sujetos en cada régimen en función de su contribución al principio de equivalencia) cuya conjunción forma los contornos de un mundo.

Para los efectos de nuestra reflexión, podemos entender que el ciberoptimismo y el ciberpesimismo no sólo pueden ser tomados como visiones alternativas que han construido las ciencias sociales para describir la esfera pública digital, sino que también actúan como regímenes de justificación y crítica en el sentido de Boltanski y Thévenot, los cuales orientan normativamente la conducta de los activistas digitales en su protesta a

través de Internet, posibilitando que se traduzcan en acciones colectivas más complejas que aquellas que toman lugar sólo en el entorno virtual.

Los dos enfoques citados respecto a la esfera pública digital conviven en las representaciones discursivas de los agentes del activismo como dos principios de equivalencia diferentes y que dibujan diversos mundos, anclando las justificaciones del activismo digital y orientaciones derivadas de la acción colectiva en la *cit * cívica, por una parte, y en la *cit * industrial, por la otra.

En la *cit * cívica las convenciones están destinadas a equipar y estabilizar agencias colectivas (Boltanski y Thévenot, 2006: 185). En este marco se establecen relaciones entre las personas en tanto ellos pertenecen a colectivos que los incluyen y trascienden. La gramática de la acción la orienta hacia la aspiración por lo común, quebrando el aislamiento de los individuos. Estos llegan a ser valiosos y legítimos porque acceden a un estado y pueden expresar la voluntad general y encarnar el interés colectivo. En esta *cit *, el sacrificio o inversión que se pide a los individuos para legitimarse consiste en la trascendencia y renuncia a los intereses particulares, de manera de superar las divisiones y actuar colectivamente.

La representatividad asegura a las personas el poder de expresarse por otras personas, pudiendo traducir los intereses de ellos en intereses colectivos. Esta representación debe ser realizada en términos regulados o legales, en el sentido que deben respetarse los límites de la representación o delegación y reportar o rendir cuentas al colectivo o masa por la cual se pretende hablar legítimamente.

En el mundo cívico el principal modo de relación es la asociación, manifestándose la capacidad de los actores en sus posibilidades de iniciar actividades que alcancen, difundan e interpelen a colectivos. El ideal del mundo cívico es la república y la democracia.

El juicio es la manifestación de la voluntad general, que se puede expresar en el interior del sujeto como conciencia, y en el colectivo a través

Cuadro 1. Mundo cívico.

Puesta a prueba	
Evaluación	Escrutinio, apoyo popular.
Forma de la evidencia	Ley, voluntad general.
Principio superior	Equidad, interés común, interés general.
Grande	Representativo, oficial, general.
Pequeño	No representativo, divisivo, aislado, particular.
Capacidad de las personas	Representatividad y tomar cuenta del interés público.
Ideal	Estado republicano. Representar, aglutinar. Valores comunes.
Precio a pagar	Solidaridad, abandono de los particularismos.
Sujetos	Ciudadanos, colectividad.
Objetos	Formas legales y formas de la vida colectiva.

Fuente: Grootaers, 2000.

de la deliberación pública, en las movilizaciones por una causa de interés público o en el veredicto del voto.

La *cité* industrial es el régimen donde encuentran su lugar los objetos tecnológicos y los métodos científicos. El ordenamiento en este régimen de justificación se basa en el principio de la eficiencia, su desempeño, la productividad y la capacidad para asegurar operaciones normales y responder útilmente a las necesidades. La eficiencia está inscrita en un vínculo regular entre causas y efectos, y el funcionamiento propio de los sujetos permite realizar predicciones que extienden el presente en el futuro.

En esta *Cité*, quienes pretenden valor y legitimidad son aquellos que son funcionales, operacionales y profesionales, expresando así su capacidad para integrarse en la maquinaria de la organización debido a la predictibilidad, confiabilidad y realismo de sus acciones.

Cuadro 2. Mundo industrial.

Puesta a prueba	
Evaluación	Verificación de la exactitud y control de los resultados.
Forma de la evidencia	Mediciones, tests, estadísticas.
Principio superior	Eficacia productiva.
Grande	Realizador, funcional.
Pequeño	Ineficacia, no funcionante.
Capacidad de las personas	Competencia y maestría.
Ideal	Funcionalidad. Adecuación, exactitud, rigor.
Precio a pagar	Inversión, asunción del riesgo con anticipación del progreso científico y tecnológico.
Sujetos	Técnicos y expertos.
Objetos	Medios (objetos técnicos y métodos científicos) y normas.

Fuente: Grootaers, 2000.

La experticia y profesionalidad son las condiciones de los sujetos interrelacionados en el mundo industrial. En cambio, los objetos son medios o instrumentos de la acción planificada.

El precio a pagar por el acceso a la funcionalidad consiste en esta *city* en la continua necesidad de inversión de diverso tipo para evitar la obsolescencia futura de la organización.

En el mundo industrial, el principal modo de relacionamiento consiste en la integración de las competencias más o menos complejas que ellas ejercen.

La verificación o prueba del mundo industrial consiste en la comprobación de que las cosas funcionan como se predice y si la solución a los problemas es realista. Esto requiere sistemas y aparatos de medición y control de los objetos.

El ciberoptimismo y el ciberpesimismo presentan visiones acerca de lo que es posible con la aplicación de las tecnologías de la información en el activismo social, delimitan las posibilidades de la acción de quienes se comprometen en el activismo, estableciendo asimismo la legitimidad de las diversas actividades.

En particular, el ciberpesimismo usa el argumento de la brecha digital como un criterio de eficacia del activismo digital, que limita las potencialidades democratizadoras de Internet. En ese sentido, el uso crítico de la «brecha digital» corresponde a una pretensión discursiva formulada desde la ciudad industrial, donde la eficacia es el principio superior, de manera que las pretensiones del ciberoptimismo resultan inoperantes o limitadas. Esta pretensión pesimista es contrastable con mediciones acerca de la penetración de Internet o de las prácticas de uso de las distintas plataformas. Por otra parte, las pretensiones del activismo que acompañan al ciberoptimismo respecto a la profundización de la democracia mediante el uso de las plataformas de Internet, obedecen a un régimen de justificación cuyo principio superior consiste en el interés común que Internet permite promover, correspondiendo al régimen de justificación de la ciudad cívica.

En el sentido antes expuesto, el ciberoptimismo y el ciberpesimismo son construcciones discursivas que no sólo describen el entorno en el cual se desenvuelve el activismo digital, sino que, en cierta forma, también ayudan a crear ese entorno. De allí que, junto a su valor descriptivo, pueden adquirir un valor performativo al servir como regímenes de justificación para los agentes.

2

Metodología

Se realizaron entrevistas en profundidad a representantes de once organizaciones seleccionadas de la sociedad civil durante los meses de mayo y junio del año 2013. Dichas organizaciones fueron seleccionadas considerando sus actividades en campañas de activismo digital en medios sociales en Chile, y por relacionarse con movimientos sociales que desarrollan acciones colectivas más complejas, que se realizan también fuera del entorno digital.

El proceso de selección de las organizaciones se orientó a buscar la mayor heterogeneidad posible en términos de sus temáticas generales, considerando su vinculación a los movimientos sociales con cierto grado de visibilidad en tiempos recientes. Se entrevistó a personas que tuvieran algún grado de representatividad en la organización y a algunas personas encargadas de llevar a cabo la estrategia comunicacional de cada una de ellas.

Se llevaron a cabo un total de 15 entrevistas, ya que en el caso de las iniciativas con mayor complejidad organizacional se trató con más de una persona. De estas once organizaciones, cuatro corresponden a organizaciones con «altos recursos financieros» y siete a organizaciones con «bajos recursos financieros». La información para la clasificación según recursos proviene tanto de la conversación con los entrevistados, como también por la existencia o inexistencia de una base estable de financiamiento para la organización.

El criterio para la determinación del número de entrevistas se encuentra fijado por la saturación del contenido creado en cada una de las

conversaciones, estableciéndose patrones regulares en cada uno de los grupos estudiados.

La entrevista semiestructurada fue establecida según tres ejes fundamentales de conversación: la historia de la organización, los usos de redes sociales por parte de la organización y las percepciones de los entrevistados sobre la influencia de Internet en la sociedad. Las referencias a las entrevistas mantienen en confidencialidad la identidad de la organización y de las personas entrevistadas, en base a lo que fue acordado con ellas.

El análisis de las dinámicas de acción colectivas de las organizaciones seleccionadas distinguió entre las diferentes estrategias y tácticas que han empleado estas organizaciones en sus actividades, tanto en su dimensión práctica como discursiva.

3

Estrategias y tácticas

Diferencias entre organizaciones con altos y bajos recursos financieros

Las entrevistas de los representantes de las organizaciones permiten establecer una relación directa entre el acceso a recursos y el uso de distintas estrategias y tácticas en Internet. Las organizaciones con bajos recursos ven limitadas sus posibilidades en el gran abanico de tácticas avanzadas debido a las barreras económicas que encuentran.

Las organizaciones de altos recursos se encuentran en conexión directa con las empresas de publicidad que se dedican exclusivamente a la comunicación y el *marketing* digital. Esto les permite desarrollar estrategias de carácter «360» (término publicitario que implica una estrategia de comunicación complementada con muchos medios), donde las campañas de Internet son una parte de un espectro mayor que implica un despliegue en terreno considerable.

Como no hay plata de por medio igual complica dar tiempo de uno mismo. Ser voluntario, estar pendiente del trabajo, de la vida privada y además de la organización nos pasa la cuenta al final, a todos. Yo creo que por ahí va el tema. Por eso el par de aplicaciones que hay para teléfono son negocios, ellos lo han declarado como negocio y van a ganar plata con el tema, están en su derecho (representante organización 7).

Pero cuando tú requieres instalar un mensaje, requieres de un equipo, requieres de una preparación que es relevante, cachai. Entonces en definitiva eso es un problema porque las organizaciones tienen que contar con esos recursos (representante organización 9).

Las organizaciones de bajos recursos delimitan sus posibilidades en relación a la disponibilidad de personal de carácter voluntario, situación que decantaría en un menor alcance que aquellas organizaciones que cuentan con recursos suficientes.

Ninguno de nosotros vive de esto, a diferencia de otras organizaciones que están financiadas, que tienen posibilidad de tener a un personaje de redes pagado mensualmente que pueda estarlas viendo y todo el tema, nosotros aquí lo vamos viendo a medida, de repente estoy aquí y «chucha, no he revisado el Facebook» y me meto al Facebook y me pongo a escribir cosas y todo el tema (representante organización 5).

Entonces como que el principal problema es la falta de recursos, de recursos humanos capacitados para responder a eso y de las horas libres de esos recursos humanos (representante organización 11).

Como mencionamos anteriormente, las organizaciones con recursos altos se encargan de precisar que una estrategia digital es parte de un concepto mucho mayor.

Pero hay una parte muy importante, muy importante, que es el trabajo voluntario, el trabajo en calle, el trabajo en diálogo directo, es decir, no solamente a través de las redes sociales sino cara a cara con aquellas personas que nos apoyan e inclusive con las personas que están en disidencia o los que piensan igual y quizás tenemos alguna coincidencia en el objetivo pero el camino que transitamos es distinto... es fundamental el

diálogo directo, es una herramienta que no puede quedar afuera aunque la campaña digital sea muy exitosa (representante organización 1).

Para nosotros lo que nos da más impacto no es hacer una campaña basada sólo en redes sociales. No existe la campaña que esté basada sólo en redes sociales. Nosotros ocupamos un modelo que se llama «360», en el fondo hacemos redes sociales, medios de comunicación, comunicación con los *stakeholders*, trabajo en el Congreso, ¿me entiendes?, o sea, nunca es una campaña sólo por Twitter (representante organización 2).

Presencia o ausencia de una estrategia

Los recursos también influyen en las definiciones estratégicas de los programas de comunicaciones, donde se destaca el alto nivel de planificación de las organizaciones con más recursos, lo cual contrasta con el discurso de las organizaciones con menores recursos, que apunta más bien a una estrategia no bien definida de antemano, paulatina y destinada al aprendizaje, vinculada a un itinerario de «ensayo y error».

Sí, o sea, haces una reunión de planificación, igual uno puede esbozar un marco general, pero definimos un marco dentro del cual nos vamos a mover en términos de contenidos de algunas palabras que vamos usar, de algunas ofensivas, algunos argumentos que queremos a rebatir antes de que se despliegue completamente, eso es estratégico (representante organización 4).

O sea, como tú llegas también obedece también a una estrategia comunicacional, también tiene tintes de *marketing* cachai, es como una edición estratégica que tiene varias dimensiones, entonces cómo configurarlas todas para tener un impacto efectivo es un desafío que comunicacio-

nalmente tenemos que resolver constantemente (representante organización 3).

Porque de repente nos mandamos unas publicaciones en que nos sale el tiro por la culata y más que poner «me gusta» nos llevamos muchas críticas. Por eso de repente yo creo que nos falta alguien que sepa, alguien que nos pueda enseñar, aportar un poquito, encaminar un poco (representante organización 7).

Yo diría que el uso de las redes sociales ha sido como bien experimental, en el sentido de que no tenemos un manual elaborado por profesionales expertos en redes sociales (representante organización 10).

Obviamente nosotros todo el conocimiento que hemos generado es de ensayo y error, porque vamos aprendiendo a utilizar las redes y a utilizar Internet; yo creo que las iniciativas que posteriormente hagamos van a ser muy similares, tratando de sacar el máximo provecho de las redes y de la conectividad (representante organización 6).

El «ensayo y error» mencionado por las organizaciones determina un espacio que no es conocido cabalmente y en profundidad, y que debe ser explorado a medida que surgen las oportunidades para hacerlo, pero del cual no existe una información suficiente o segura que permita una planificación más precisa de las campañas en línea.

La temporalidad

Otro factor que afecta el desarrollo de tácticas y estrategias en las organizaciones es aquel del tiempo en Internet. Es muy interesante el hecho de que exista un ideario sobre el carácter azaroso de Internet que no escapa ni siquiera a las organizaciones de altos recursos.

El tiempo vendría a ser algo impredecible en Internet, lo cual no hace diferencias en relación a los recursos con que cuenta la organización.

Yo creo que depende mucho de —no sé si decirlo así— suerte, pero hay momentos en que tú podías tirar una campaña y resulta que pasó X, Twitter es muy así, pasa algo como que escupieron a la Bachelet y es todo el día escupieron a la Bachelet y los demás temas como que están un poco fuera de lugar (representante organización 2).

A lo mejor pasa que un post, un podcast o una foto, que son elementos que ponemos en redes y compartimos en redes, creemos que no va a dar mayores resultados y sin embargo se transforma en el post del día o en el hashtag del... lo cierto es que siempre hay sorpresas (Representante organización 1).

Una de las organizaciones de altos recursos, sostiene:

Yo digo, por ejemplo: oye esta foto a mí en lo personal me parece una tontera, pero mira el impacto que tuvo y la compartieron y la comentaron no sé cuántas personas (representante organización 11).

En términos prácticos, la coyuntura puede afectar cualquier tipo de planificación estratégica, pero en términos del ideario sobre Internet, sitúa a las redes nuevamente como un espacio difícil de controlar y ajeno a las voluntades.

El carácter instantáneo del Internet hace que las estrategias y tácticas tengan que estar constantemente al tanto del «pulso» de las redes. Aprovechar un hecho coyuntural puede significar un gran golpe mediático, y las organizaciones están al tanto de eso. Ser parte de la discusión cuando es parte del «debate público», por ejemplo, cuando se convierte en *trending topic*, es algo que las organizaciones no pueden dejar pasar.

Entonces la información más importante hay que tirarla en los momentos más importantes, obviamente tratando de conjugar los tiempos políticos con los tiempos de las redes sociales (representante organización 2).

Nosotros vivimos de la coyuntura, porque tenemos un grupo que se denomina «Quick Response», que es de respuesta rápida, que estamos todos pendientes de las noticias, todo lo que sea noticias básicamente y, eventualmente, cuando algo sale siempre respondemos de inmediato (representante organización 5).

Pero la campaña surgió por un hecho coyuntural, pero entendimos que era una buena campaña y estamos tratando que se haga en otros lugares (representante organización 8).

Tácticas

La información entregada por los entrevistados permite detectar dos ámbitos principales de interés para las tácticas en las redes sociales: la comunicación hacia y desde las personas. Estas dos dimensiones de la comunicación entregan el contexto donde se desarrollan los objetivos y las acciones de las distintas organizaciones.

Comunicación hacia las personas

El alcance de las redes sociales e Internet es la principal idea asociada a las tácticas utilizadas. En términos de lograr el mayor impacto comunicacional posible, la utilización de imágenes y videos son el recurso que mayor aprobación concita entre los representantes de las organizaciones, tanto por su mayor efectividad como por las posibilidades de viralización.

Yo creo que siempre hay que partir de la idea de que la gente en Chile no lee, por lo tanto una columna que sea sumamente académica... siempre va a tener menor impacto en la sociedad que un video que te explica lo mismo de forma didáctica. En ese sentido el rol que juegan los contenidos audiovisuales son bastante importantes (representante organización 3).

En el fondo, siempre tratamos de que la forma de los mensajes sea atractiva visualmente, que sean fáciles de entender, que esté adaptada a cada medio. No es que copiemos esto y lo ponemos en la web, lo ponemos en Twitter, lo ponemos en Facebook, sino que hacemos para cada medio una pieza distinta pensada con la lógica que tiene cada medio (representante organización 2).

Ahí nos dimos cuenta que la imagen es el viral, más que el video. Cuando hemos tirado videos tiene muchos comentarios pero poco compartidos. La imagen es más rápida de compartir, así que de repente tratamos de, cuando escribimos algo, lo tiramos como imagen (representante organización 7).

En este tema, los profesionales asociados a distintas áreas de la comunicación juegan un rol muy importante. Éste es uno de los principales déficits identificado por las organizaciones de bajos recursos.

Y en ese sentido no hay nadie que tenga una experiencia comunicacional, todo lo que se ha hecho lo hemos logrado a pulso y con la intuición que tenemos nada más (representante organización 10).

Afortunadamente hemos tenido gente muy comprometida y que ha sacado adelante los temas de nuestras redes, gente invaluable. Pero para dar los grandes saltos, yo creo que vamos a tener que tomar equipos que se dediquen al manejo de las redes, que se dediquen al manejo de Internet,

para poder expandir estas conversaciones o este debate (representante organización 6).

En este sentido, las posibilidades de difusión de las organizaciones con menos recursos encuentran una nueva barrera para su desarrollo.

Comunicación desde las personas

La posibilidad de interactuar con las personas y recibir comentarios y *feedback* es la otra cara de la moneda de la comunicación. Es transversal la importancia que se le entrega a lograr algún tipo de conexión con quienes son el objetivo de la campaña, situación que da sentido al trabajo que realizan las organizaciones.

Nos permite tener también un diálogo directo con la comunidad, nos conocer cuáles son sus apreciaciones, sus dudas, contestar preguntas, recibir críticas también, tener un diálogo, un diálogo social y político (representante organización 9).

Es un lugar muy importante para la difusión... y no sólo para la difusión, porque una foto que uno publica o un tweet, un comentario, un post llega a miles de personas, no solamente por eso sino porque también es importante para nosotros —y entiendo que para todas las demás organizaciones que participan o están presentes en las redes sociales— es importante el *feedback* que vuelve de la comunidad o del público que uno se dirige (representante organización 1).

Dentro de las iniciativas que nosotros hemos lanzado, básicamente se trata de responder a la contingencia con una propuesta clara y difundir esa propuesta lo más que se pueda, y generar un debate, un *feedback* interno entre la gente que nos sigue por las redes sociales. Eso ha sido lo más pro-

vechoso para nuestra discusión: la capacidad de reacción (representante organización 6).

Herramientas

En virtud de la gran penetración de las redes sociales, las organizaciones de bajos recursos les confieren una mayor relevancia, dejando de lado herramientas como los sitios web estáticos que necesitan de una mayor mantención e inversión. Existe una percepción inmovilidad de los sitios que contrasta con un imaginario más vivo de las redes sociales.

Si yo creo que las redes sociales casi que reemplazan un poco a los sitios web. Los sitios web, siento yo, que se han transformado como en un depositario de información, pero la gente no accede a ellos porque no está expuesta a ellos en el día a día (representante organización 10).

Entre gastarnos 300 lucas y armar una página web a toda raja y gastarnos 20 lucas y armar una que esté ahí no más, gastamos las 20 lucas (representante organización 5).

Claro, tenemos nuestro propio sitio pero tiene más contenido estático o ponemos como las noticias principales, pero nos hemos dado cuenta que de repente tirar una foto con la noticia por el Facebook tiene más impacto y alcance que tenerlo en la página web, comparando las visitas y todo. Así netamente números (representante organización 11).

En relación a las diversas plataformas disponibles de redes sociales, la percepción de los agentes entrevistados se reduce básicamente a dos redes de índole general: Twitter y Facebook.

Twitter es identificado como un espacio más complejo y elitizado en comparación con Facebook. La limitación de 140 caracteres evitaría que

cualquier persona pudiera comunicarse de forma sencilla, mientras que las aplicaciones de Facebook lo convierten en un canal más masivo.

Porque uno de alguna manera a través del uso también se da cuenta de quienes son los que utilizan este tipo de herramientas, entonces por ejemplo uno puede percatarse que Twitter es una herramienta que quizás es más de élite versus el Facebook, al que quizás pueden acceder muchas más personas (representante organización 10).

Tenemos una *community manager* que está todo el día enviando mensajes a través de Twitter, generando contenido específico para Twitter, y, por otro lado, el canal de Facebook que lo usamos, sabemos que el público de Facebook es un poco distinto, es más masivo, hay gente más joven también, entonces usamos mucho más los recursos visuales, usamos más infografía, preparamos mucho más material gráfico y atractivo y explicamos en sencillo ciertas cosas. Eso hacemos básicamente en Facebook (representante organización 2).

Esta limitación también afecta a las organizaciones de bajos recursos debido a la falta de formación comunicacional comentada anteriormente.

Por ejemplo, en un comienzo, si pensábamos que era tan fácil como crear una cuenta en Twitter o crear una cuenta en Facebook, nos dimos cuenta que no era así, que ése era el primer paso, que necesitábamos tener un conocimiento detrás de cómo se manejan las redes, cómo uno puede transmitir el mensaje, porque, claro, por ejemplo en Twitter son 140 caracteres, en 140 caracteres tú puedes redactar algo que no tiene ningún impacto o puedes redactar la misma idea, pero puede tener un impacto tremendo (representante organización 6).

Twitter no todos lo manejaban, porque tiene ciertas complejidades, un

número de caracteres, tienes que sintetizar lo que estás pensando (representante organización 8).

Nosotros preferimos el Facebook simplemente porque somos todos buenos para escribir y es súper difícil a veces entregar las ideas completas sin que se tergiversen en 140 caracteres. Es súper complicado. Y nosotros no sabemos, no tenemos la forma de hacerlo. Creo que la forma de relacionarse a través de Twitter es distinta. En Twitter se hace más comunidad. En Facebook es más probable que tú te explayas, que tú puedas decir algo, que puedas pegar un álbum de fotos, que puedas tener este *feedback* con la gente más personalizado. Con Twitter no somos tan amigos, ése es el tema, no hemos podido consolidar el romance, pero el Facebook es una herramienta que nosotros sabemos ocupar muy bien (representante organización 5).

Finalmente, el hecho de que sea mucho más fácil llegar a personas con mayor influencia en la sociedad hace de Twitter una herramienta muy importante para el activismo en red.

Yo creo que hay una conversación con los decisores que antes era imposible, ¿me entiendes?, o sea, que la gente puede comunicarse y cuando los decisores o llamadas autoridades son activos en sus redes sociales y saben administrar sus redes sociales es probable que ellos puedan sacar de ahí algunas cosas para implementar ciertas políticas, ciertas decisiones (representante organización 2).

Cabe destacar que en Chile existen 9,8 millones de cuentas chilenas en Facebook según datos de 2011,¹ en tanto existen 4,8 millones de usua-

1. Véase <<http://www.biobiochile.cl/2012/06/29/cuantos-usuarios-de-facebook-hay-en-chile-7-interesantes-datos-de-la-red-social-en-latinoamerica.shtml>>.

Cuadro 3. Presencia de las organizaciones en Facebook y Twitter al 2 de febrero de 2013.

Organización	Presencia en Facebook. Likes	Presencia en Twitter. Followers	Razón
1	193.075	70.673	2,73
2	67.957	140.393	0,48
3	17.816	50.536	0,35
4	75.839	49.952	1,51
5	15.510	5.806	2,67
6	5.543	8.847	0,62
7	24.772	10.822	2,28
8	353	1.193	0,29
9	3.193	6.084	0,52
10	15.317	32.442	0,47
11	5.165	5.807	0,88

Fuente: Elaboración propia.

rios de Twitter y se estima que alrededor de 2 millones serían activos.² Sin embargo, sólo cuatro organizaciones cuentan con más adhesiones en Facebook que en Twitter, siendo tanto organizaciones de bajos recursos como de altos recursos. La mayoría de las organizaciones estudiadas cuentan con mayor adhesión en Twitter, independientemente de su nivel de recursos disponibles.

Los datos indican la preferencia de las organizaciones por Twitter, lo cual respalda las percepciones de que Twitter es un espacio de poder e influencia más relevante que Facebook, debido a las calidades de las personas que participan en él.

2. Twitter cumplió 7 años con 5 millones de usuarios chilenos, La Hora, 22 de marzo de 2013, disponible en <<http://www.lahora.cl/2013/03/22/01/noticias/pais/9-23293-9-twitter-cumplio-7-anos-con-5-millones-de-usuarios-chilenos.shtml>>.

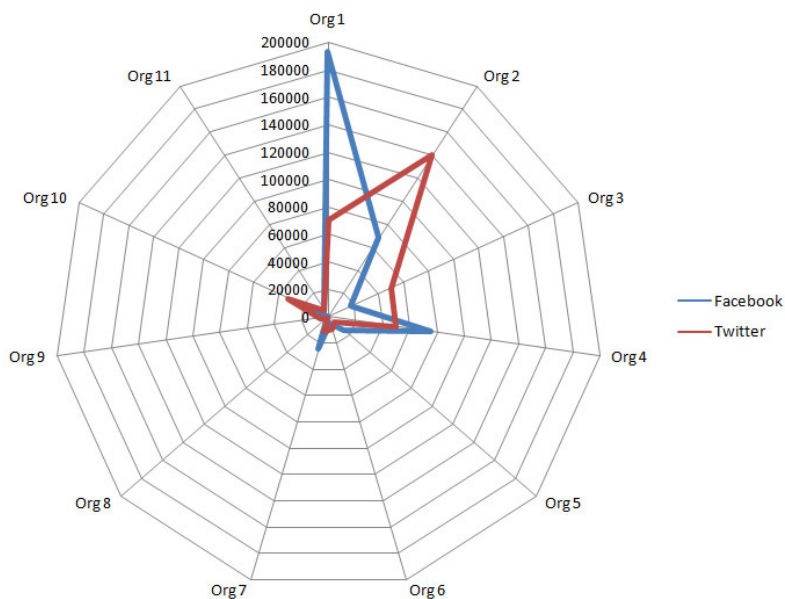


Gráfico 1. Usuarios de Twitter y Facebook en las organizaciones estudiadas.

Lo anterior encuentra respaldo en las mediciones que han intentado una caracterización de los usuarios de Twitter en Chile. De acuerdo a la Encuesta de Caracterización de los Usuarios de Twitter en Chile de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales, realizada el 2010, un 78 % de las personas de clases más altas (ABC₁) lo utilizan varias veces al día frente al 59 % de las personas de los estratos D y E. Las personas pertenecientes a los grupos ABC₁ y C₂ usan Twitter mayoritariamente (60 %), a partir de las 10:00 horas.; en cambio, los grupos C₃, D y E, usan Twitter mayoritariamente (63%) entre las 19:00 y 22:00 horas.³

3. Disponible en línea en <<http://www.comunicacionyletras.udp.cl/files/usuarios-twitter.pdf>>.

Estrategias y tácticas: ¿qué sirve?

El detalle de las estrategias confirma el hecho de que la mayoría de las organizaciones cabe dentro de la idea de «activismo de ventana» (Millaleo y Velasco, 2013), utilizando las redes sobre todo como un canal de comunicación hacia las personas, pero que también es utilizado para obtener un *feedback* de quienes participan de la discusión.

Una de las estrategias que daría los mayores resultados para las organizaciones, según sus propias percepciones, tiene que ver con el «discurso positivo», es decir, aquel que es capaz de movilizar estados de ánimo o emociones positivas. Esto es así tanto para las organizaciones de bajos recursos como para las de altos recursos.

O sea, digamos, lo más efectivo es ser entretenido, claro, corto y directo. Eso genera el efecto de ser convocante, alegre, esperanzador y difumina el mensaje (representante organización 1).

Queremos enfocarnos en una comunicación positiva... siempre positivo es como la principal estrategia y creemos que ha sido la más exitosa (representante organización 11).

Yo creo que hay que ser positivo y hay que ser amable, no es para... las redes sociales tampoco son, o sea sobre todo si eres de una organización, para plantearte desde la rabia o desde el garabato o desde la mala educación, te das cuenta, o de la denostación de los otros, sino que las redes sociales también creo que es importante que la visión estratégica sean visiones que son... que tienen que ser respetuosas de la conversación, es un espacio público por lo tanto tenemos que comprender que tenemos todos un deber de aportar a la convivencia, a la sana convivencia en ese espacio público (representante organización 9).

Finalmente no existe un discurso asociado a la búsqueda de nuevas oportunidades con Internet y las redes sociales, si no que más bien encontramos una satisfacción con lo ya realizado y sus impactos.

Yo creo que las redes sociales, como están, están funcionando bien. No sé qué más se podría mejorar, si igual llegamos a la gente que tenemos que llegar, todo funciona si el tipo le da compartir o retuitear a lo que está leyendo o no. Yo creo que finalmente falta que la gente despierte un poco y se mueva más, que deje de estar sólo en redes sociales, que dé el segundo paso. Claro, lo lea y actúe. Vaya más allá (representante organización 7).

De esta forma, no deberíamos esperar algún cambio en relación a la utilización de estrategias y tácticas más complejas, en cuanto las percepciones actuales de los agentes de activismo digital que fueron consultados.

Estrategias discursivas

En cuanto a los discursos o imaginarios de las organizaciones sobre Internet y las redes sociales en relación a la democracia, una de las características más importantes consiste en que éstas no se mueven exclusivamente en referencia a una de las polaridades entre las cuales ha girado la comprensión sobre las posibilidades democráticas de la Internet, a saber, ciberoptimismo o ciberpesimismo. Más bien, las organizaciones, independientemente de los recursos con que cuentan, asumen un compromiso donde se balancean el ciberoptimismo y el ciberpesimismo.

Laclau propone como concepto eje del análisis crítico del discurso, la noción de *nodo discursivo*, el cual consiste en aquella instancia de producción de discursos donde se condensan los procesos de significación y articulación social (Laclau, 1996, 2010). Un nodo es una fijación discursiva parcial que permite la identificación de distintos sujetos, sobre la base de

formas de dominación o subordinación. En los marcos discursivos presentes en las organizaciones estudiadas, la «democratización» por medio de las redes sociales y la «brecha digital» constituirán nodos discursivos, en los cuales la visión ciberoptimista será balanceada por la visión ciberpesimista de la misma organización.

Poder democratizador

En las organizaciones estudiadas, el poder democratizante de Internet y las redes sociales y su capacidad para difundir información son fundamentos para sus actividades de activismo digital.

Para las organizaciones seleccionadas, las redes sociales son reconocidas en cualquier caso como un medio masivo que ofrece oportunidades de comunicación e información. Son concebidas como de mayor alcance que los demás medios que están disponibles para los movimientos sociales, con menores costos, siendo valoradas como medios que permiten la entrega de mensajes sin intermediarios y que pueden llegar a otros públicos, incluso trascendiendo las fronteras, y que son diferentes de los públicos objetivos habituales de las organizaciones de los movimientos sociales.

Primero, romper el cerco comunicacional. Nuestro tema es un tema progresista que en la prensa tradicional no tiene espacio, porque es una prensa conservadora; conservadora en términos políticos y si tenemos que decirlo más duramente: la prensa chilena es más bien una prensa que está vinculada a los grupos de derecha. Por lo tanto las redes me permiten ganar espacio que los medios de comunicación debieran darnos pero no nos dan. Eso es lo primero. Entonces nos permiten romper el cerco comunicacional que los medios tradicionales de prensa de este país le ponen a este tipo de iniciativas. Segundo, nos permite tener también un



Gráfico 2. Categorías del poder democrático de las redes sociales para organizaciones seleccionadas.

diálogo directo con la comunidad, nos permite conocer cuáles son sus apreciaciones, sus dudas, contestar preguntas, ¿te das cuenta?, recibir críticas también, tener un diálogo, un diálogo social y político. Entonces son muy ricas para nosotros, los medios tradicionales no nos permiten eso. Por ahí diría (representante organización 9).

O sea, me parece fascinante que ahora no dependamos de nada ni nadie para poder comunicarnos entre ciudadanos, o sea, si un ciudadano australiano escribe algo lo puedo leer yo directamente. Y eso me parece fascinante, porque antes todo eso tenía que pasar por una serie de filtros que llegaban a nuestras manos en un papel periódico completamente tergiversado de lo que había dicho la primera persona (representante organización 5).

Las redes sociales también son positivamente valoradas por permitir un acceso directo a la ciudadanía, saltándose los canales de los medios tradicionales, y permitiendo visibilizar las demandas de grupo de movimientos sociales que no tienen cabida en dichos medios tradicionales.

Cuadro 4. Actividades de activismo digital de las organizaciones seleccionadas.

Organizaciones	Información permanente en sitio web	Información regular en redes sociales	Campañas en redes sociales	Movilizaciones coordinadas por redes sociales
1	X	Facebook, Twitter, Youtube, Flickr	X	X
2	X	Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo	X	No
3	X	Facebook, Twitter,	X	X
4	X	Facebook, Twitter, Youtube	No	X
5	X	Facebook, Twitter, Youtube	X	X
6	X	Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo	X	X
7	X	Facebook, Twitter	X	X
8	X	Facebook, Twitter, Vimeo	X	No
9	X	Facebook, Twitter Youtube, Instagram	No	X
10	X	Facebook, Twitter Youtube, Flickr	X	No
11	X	Facebook, Twitter, Youtube	X	X

Fuente: Elaboración propia.

Como nuevo espacio de expresión, los medios sociales son considerados un poder democratizador dentro de la sociedad chilena.

Las categorías que las organizaciones seleccionadas asocian al poder democratizador de las redes pueden ser esquematizadas según el gráfico 2.

Las organizaciones seleccionadas, en base a ese discurso, han emprendido diversas actividades de activismo digital en las redes sociales. La mayoría ha conducido campañas en redes sociales, y también han llamado a movilizaciones a través de dichos medios.

El poder democratizador de las redes sociales también es considerado

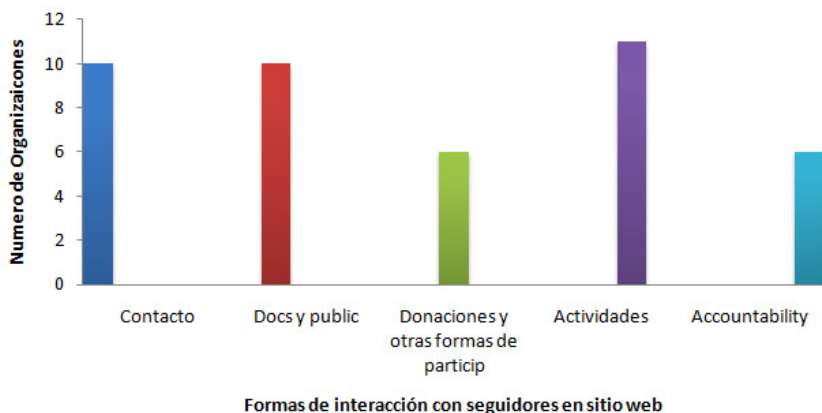


Gráfico 3. Comunicación interna a través de los sitios.

como un efecto de su aplicación en la comunicación de las organizaciones con sus propias bases y adherentes.

Sin embargo, las formas de rendición de cuentas (*accountability*) que se observan en los sitios web de las organizaciones seleccionadas no son demasiado abundantes. En seis casos podemos encontrar información sobre las formas de financiamiento de la organización, estatutos internos, rendiciones de cuentas o memorias periódicas. La totalidad de las organizaciones informa de sus actividades, tienen formas de contacto y difunden información a través de documentos y publicaciones. Algunas también contemplan posibilidades de voluntariado, participación o donaciones.

La visión sobre los efectos democratizadores de las redes sociales orientan y justifican, al menos en parte, las acciones de activismo digital de las organizaciones estudiadas. En tal sentido, podemos ver que el activismo de redes sociales de la selección se enmarca dentro del régimen de justificación de la *cit  civica* de Boltanski, en cuanto los fines y formas de realización de la acción se prueban en la representación de lo común,

en la realización de un movimiento colectivo con fines públicos. Incluso en organizaciones que tienen una cierta base o pretensión académica, el paso a la acción colectiva se concibe como la realización de un ideal incluyente de las redes sociales, buscando incorporar a los seguidores en un sujeto colectivo mediante las campañas, y especialmente en las movilizaciones que se coordinan a través de la red.

La brecha digital

Pese a la justificación que encuentran las actividades de activismo digital en cuanto a su poder democratizador, las organizaciones dan cuenta de los límites de las redes sociales, especialmente respecto a su potencialidad para convocar a movilizaciones:

Lo que pasa es que nosotros tenemos la idea de que el chileno es cómodo. Nosotros nos damos cuenta en las actividades, cuando la actividad es muy linda llegan 6 mil, pero cuando hay una actividad que de verdad necesitamos presencia como, no sé, el acto que teníamos anoche, en el que llegaron sólo 60 versus 6 mil que llegan un primer martes, claro, nos da a entender que el chileno de repente es cómodo, que por Twitter, por Facebook es bueno para reclamar y para escribir, pero al momento de salir a la calle y manifestarse no lo hace (representante organización 7).

Las redes sociales permiten una mayor circulación de la información, pero requieren, de acuerdo a los informantes, de un trabajo político de coordinación tradicional, de articulación entre los diversos segmentos de los movimientos que quieren formar.

Ampliar los puntos de vista quizás al millón, a los miles, pero no entrega... está anidado en su difusión como la posibilidad, pero no asegura

que hayan articulaciones, porque hay una apertura a la democracia... tiene que ver alguna... un grupo que se constituya, que te permita que eso se haga, puede ser el movimiento social si es que está más coordinado y todo, puede ser una organización política, puede ser una nueva organización política, puede ser cualquiera de esas cosas, pero los medios digitales sólo abren una posibilidad, pero no transforman la democracia ni aseguran que eso suceda (representante organización 4).

En definitiva, el límite básico para las actividades del activismo digital en las redes sociales consiste en la brecha digital. Las redes sociales quedan limitadas, en las representaciones de las organizaciones de los movimientos sociales seleccionados, por la gravitación de la brecha digital para el activismo social y político.

También hay una brecha, o sea, la misma brecha que se habla, la desigualdad que existe en Chile se expresa también en las redes sociales (representante organización 2).

La brecha digital es entendida no solamente como una brecha de acceso, sino de uso, determinada tanto por los recursos para acceder como a la fractura generacional.

Solamente para un grupo específico que son gente muy joven, que es nativa digital o que creció con un computador en la casa, y gente que también tiene los medios para acceder, tiempo para acceder, y a lo mejor un trabajo que le da las posibilidades de acceder a un computador o a conocer estas redes sociales. Entonces, yo creo que esa es una principal dificultad, que hay una brecha, que es de élite el uso de las redes sociales, ¿cachai?, y yo creo que con todo este impulso de disminuir esta brecha digital también se va a ir disminuyendo la brecha de influencia, que cada vez van a ser más ciudadanos, más personas las que tengan acceso, sobre todo los

niños más jóvenes, a poder ser activistas digitales en el fondo, cada uno de ellos (representante organización 10).

Hay una primera brecha importante. Una cosa es que la información esté y la otra, muy distinta, es entrar a una bodega repleta de diarios, a un archivo de medios. Hoy día lo que tenemos es más bien una bodega de diarios incompleta (representante organización 10).

Llama la atención que varias organizaciones han naturalizado la fractura organizacional tras las concepción popular de «nativos digitales» versus los «migrantes digitales» (Palfrey y Gasser, 2008). De hecho, algunas campañas digitales de las organizaciones tienen como destinatarios principales a los jóvenes, aunque los objetivos de la organización no estén focalizados a priori en ese grupo etéreo.

La brecha digital es percibida como aquella condición de la realidad que hace más difícil alcanzar los objetivos de las organizaciones de la sociedad civil dentro del entorno de la política virtual. La visión consiste en una condición de posibilidad que debe orientar los esfuerzos del activismo digital.

Ahora, yo creo que el gran error para nosotros sería creer que así se hacen los movimientos ciudadanos. O sea, si no hay territorio, si no hay gente trabajando en la calle, en las escuelas, si Techo no está en las poblaciones, si nosotros no fuéramos a las escuelas, esta cuestión no existe, o sea, sería una ilusión. Si no tienes gente en la calle por esto y trayéndote la verdad, creer que los medios digitales son la verdad y que está todo el mundo, eso sería... o sea, ahí se acaba esta cuestión, ¿me entendí o no? Con la ilusión de que todo el mundo tiene internet, no, no es así. Es como que antes creían que todo el mundo lee el diario, no, hay gente que no lee el diario (representante organización 2).

Cuadro 5. Realización de capacitaciones en uso de redes sociales.

	Capacitaciones internas	Capacitaciones externas
Org. 1	X	No
Org. 2	No	No
Org. 3	X	No
Org. 4	No	No
Org. 5	No	No
Org. 6	X	No
Org. 7	No	No
Org. 8	X	X
Org. 9	No	No
Org. 10	No	No
Org. 11	No	No

Fuente: Elaboración propia.

La brecha digital es tematizada tanto respecto a la cobertura de los medios sociales como al uso que le dan los usuarios.

La brecha digital se revela, de esta manera, como uno de los nodos discursivos más importantes en los marcos discursivos del activismo digital, permitiendo indicar:

- Los públicos destinatarios posibles y la calidad de su posible compromiso: los ciudadanos conectados, pero de los cuales sólo algunos pueden comprometerse.
- Los límites de la esfera pública virtual en la que se participa: ciudadanía conectada mayormente pasiva, con fuertes diferencias en cuanto a las dificultades de uso de las herramientas y estrategias del activismo digital.

- La contraposición a los medios de comunicación tradicionales, donde, en oposición a Internet y las redes sociales, las asimetrías no se generan en la cobertura de sus públicos sino en la direccionalidad de la comunicación.

Sin embargo, es relativamente poco lo que hacen las organizaciones en materia de capacitaciones internas y menos aún por la capacitación destinada a los públicos externos de la organización.

Adicionalmente, la centralidad de la brecha digital es revelada principalmente por las entrevistas, y no por los discursos en línea que generan la mayoría de las organizaciones seleccionadas. De allí que no se pueda encontrar en las organizaciones un discurso más elaborado y reflexivo sobre la brecha digital, sino más bien un conjunto de aprehensiones fundadas en la experiencia y en informaciones generales (número de seguidores, de *likes*, retuiteos, etcétera). Las organizaciones consultadas —ni siquiera las de mayores recursos— no realizan un uso relevante de herramientas más sofisticadas de análisis de medios sociales u otros levantamientos de información que les permitan mediciones más precisas acerca del impacto de sus actividades de activismo.

En cualquier caso, la brecha digital aparece como un criterio direccional para las actividades de activismo respecto a la importancia del «trabajo de calle» o de visibilidad de las organizaciones en el espacio público real, así como también la necesidad de ser percibidos por los medios tradicionales.

De ese modo, la brecha digital se puede basar en la percepción de deficiencias propias en recursos o conocimiento, pero se funda más bien en una percepción general del entorno organizacional, que justifica y orienta acciones, desde la perspectiva de la eficacia, que complementen el activismo puramente digital y modere las expectativas respecto de las campañas digitales. De esa forma, la lógica de argumentación que es propia de lo

que Boltanski llama la *ciudad industrial*, cuestiona y limita en las representaciones de los actores del activismo digital las posibilidades de dicho activismo.

Esta visión permite, en todo caso, criticar y limitar los discursos que adjudican a Internet y las redes sociales las capacidades de mejorar y profundizar la democracia. Pero ello no obsta, debido a la falta de precisión de la percepción de la brecha, a que sea importante seguir intentando distinguir, a través del método de ensayo y error, cuáles son las actividades que podrían obtener mejores resultados en cuanto a activismo digital.

La brecha digital, significada como restricciones de acceso y cobertura —aunque también referida a las desigualdades de destrezas de los integrantes de las organizaciones— constituye una condición límite para la justificación de la protesta en línea. En definitiva expresa la frontera de la apropiación de las tecnologías de la información por parte de los movimientos sociales elegidos. La brecha implica el límite a la apropiabilidad de una esfera pública que aparecía disponible e instrumentalmente potente para movimientos sociales cuyas demandas no eran visibilizadas o escuchadas en la esfera pública de los medios tradicionales, puesto que más allá de las limitaciones de las organizaciones en cuanto a recursos, conocimientos y habilidades técnicas o políticas de sus miembros, aunque estos se puedan conseguir o mejorar, de todos modos lo que se puede esperar del activismo digital no contaría con los mismos impactos que aquellos que se obtendrían con un acceso más amplio a los medios tradicionales.

Aunque esta condición límite es considerada por las organizaciones estudiadas como parte de la realidad de Internet y las redes sociales, así como de la proyección sobre ellas de las desigualdades socioeconómicas en el país, lo que podríamos llamar un «realismo político de Internet», lo que nos interesa aquí es su capacidad justificativa y orientadora de la acción colectiva de dichas organizaciones, por que implica que un activismo

digital demasiado intensivo consistirá en un desperdicio de esfuerzos, que no permitirá conseguir objetivos más ambiciosos para los activistas. Para las organizaciones de la sociedad civil que participan en la esfera digital en Chile, parece ser que la protesta a través de Internet y las redes sociales se justifica sólo dentro de los límites de su eficacia para conseguir visibilidad pública, esto es, dentro de las fronteras que establece la brecha digital.

Podemos de este modo sugerir que, dentro de los imaginarios de las organizaciones sociales seleccionadas, Internet en general y los medios sociales en particular constituyen un medio idóneo para alcanzar a un público mayor de manera inmediata y no intermediada, pero que no permiten influir sino en una parte menor de ese público, debido a las restricciones que se consideran impuestas por la brecha digital.

4

Conclusiones

Las 11 organizaciones seleccionadas han presentado dos factores críticos para orientar sus acciones de activismo de medios sociales en sus dinámicas de acción colectiva, a saber, los recursos con que cuentan y los marcos discursivos que sostienen.

En cuanto a los recursos, la disponibilidad de recursos financieros, y sobre todo de personas capacitadas en el uso de las tecnologías de la información, herramientas audiovisuales y el uso de las redes sociales, influyen en sus estrategias y tácticas en Internet, incluyendo el uso de las plataformas de comunicación (especialmente Twitter y Facebook) y sus preferencias respecto de ellas.

Existen organizaciones cuyos recursos les permiten hacer un activismo que cubre diversos frentes y públicos, yendo más allá de Internet, alcanzando mayor complejidad, planificación y un cierto despliegue técnico. Las otras organizaciones con menores recursos muestran menos planificación estratégica y optan por un aprendizaje de tanteo, estilo «ensayo y error».

Tanto las organizaciones de altos recursos como las de bajos recursos están sometidas a la vorágine de oportunidades de comunicación que abren las redes sociales. En ambos casos, las fortalezas que valoran en las redes sociales tienen que ver con la alta interactividad en la comunicación que obtienen con sus públicos. Por otra parte, las organizaciones seleccionadas estructuran sus prácticas de comunicación dándole predominancia al lenguaje audiovisual antes que al texto.

En cuanto a los discursos, las organizaciones seleccionadas presentan una dualidad discursiva muy interesante, tan pronto confiando en el «poder democratizador» de las redes sociales, como limitando su alcance en atención a la «brecha digital». Esto, con independencia del nivel de recursos de que pueda disponer la organización.

El primer discurso corresponde a un régimen de justificación cuyo principio de equivalencia es la afirmación de lo común, de lo público, cuya entidad quieren representar las organizaciones a través de sus campañas y movilizaciones. Esto la inscribe, en los términos de los regímenes de justificación de Boltanski, en la lógica de la *ciudad cívica*, en cuanto hablan a nombre de la democracia que se pueden alcanzar y profundizar con las redes sociales.

El segundo discurso, por su parte, se inscribe en la lógica de la *ciudad industrial*, donde su visión de la «realidad» de la cobertura y uso de las redes sociales significa expectativas limitadas sobre la eficacia del activismo digital a través de ellas. La medición de la eficacia es recogida principalmente a partir de la experiencia y de la información general disponible en el entorno nacional acerca del alcance de las redes sociales.

Las representaciones sobre el «poder democratizador» de las redes sociales y la «brecha digital» cumplen con una función legitimadora de las actividades de activismo digital en Chile frente a sus destinatarios y, como tales, orientan la formas concretas en que se realizan las acciones colectivas de movimientos sociales que participan en la esfera pública digital. El «poder democratizador» y la «brecha digital» articulan formas de legitimar las actividades del activismo digital que se contraponen y balancean en el complejo proceso de decisiones sobre repertorios de dicho activismo en el contexto chileno.

El resultado de esta dualidad es la autorrestricción que se puede observar en los repertorios del activismo digital en Chile, el cual deja de lado las actividades de mayor despliegue tecnológico y aquellas en que aún no

se ha dominado el uso del lenguaje audiovisual. Existiría, entonces, una orientación de los repertorios de activismo en línea hacia aquellas formas que se representan como eficaces en el entorno nacional, dadas las condiciones limitantes de la brecha digital.

La pertenencia a las dos «ciudades» —cívica e industrial en la visión teórica de Boltanski— o mundos de legitimación y crítica del activismo digital en las redes sociales de las organizaciones activistas, permitiría comprender la predominancia en Chile de las formas de «activismo digital de ventana» (Millaleo y Velasco, 2013), donde los recursos de la web, incluidos los medios sociales, son considerados como un portal adicional que se emplea para difundir ideas y actividades de interés común, sin que éstas adquieran características específicas para el entorno digital.

La dualidad de la justificación de las prácticas del activismo digital plantea diversas cuestiones sobre cómo estas representaciones del activismo digital que poseen sus practicantes se relacionan con las representaciones que provienen del resto de la sociedad, especialmente de los medios de comunicación de masas y de las élites políticas, quienes poseen otros canales y formas de comunicación, pero que están interesados en incidir en los nuevos medios. De qué manera las referidas representaciones pueden ser tributarias de las representaciones de los otros medios y las élites, o bien, qué otros factores son relevantes para el desarrollo de estos imaginarios —como la participación en comunidades de práctica, redes, movimientos o foros internacionales— son preguntas que es necesario responder.

Referencias

- ALENDIA, Stephanie y Pablo SANDOVAL (2013). «¿Fortalecimiento de la sociedad civil en Chile? Diagnóstico a partir de una encuesta a organizaciones sociales». *Revista del Tercer Sector*, 25.
- BÁEZ, Cristian (2010). «Políticas públicas y sociedad civil en Chile». En «Avances y necesidades en el fortalecimiento de la sociedad civil uruguayana». Montevideo: Anong.
- BAEZA, Jorge (2006). «Demandas y organización de los estudiantes secundarios: una lectura sociológica más allá de fronteras y análisis coyunturales». *Temas Sociológicos*, 11: 263-298.
- BLANCO, Christian (2011). Deepening democracy: Civil society in Chile. Civicus. Disponible en < http://www.civicus.org/images/stories/csi/csi_phase2/chile%20acr.pdf>.
- BOLTANSKI, Luc y Eve CHIAPELLO (2001). «A moral da rede? Criticas e justificações nas evoluções recentes do capitalismo». *Forum Sociológico*, 5/6: 13-35.
- . (2007). *The New Spirit of Capitalism*. Londres y Nueva York: Verso.
- BOLTANSKI, Luc y Laurent THÉVENOT (2006), *On Justification. The Economies of Worth*. Princeton: Princeton University Press.
- BRANDENBURG, Heinz (2006). Pathologies of the virtual public sphere. En Sarah Oates, Diana Owen y Rachel Gibson (eds.), *The Internet and Politics, Citizens, voters and activists*. Londres y New York: Routledge.
- BUCHSTEIN, Hubertus (1997). «Bytes that bite: The Internet and deliberative democracy». *Constellations*, 4 (2): 248-263.

- CASTELLS, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- CUADRA, Álvaro (2012). Manifestaciones estudiantiles en Chile: Cultura de la protesta, Protesta de la cultura. Disponible en <<http://www.proyectoambulante.org/index.php/multimedia/bibliotecambulante/item/1421-libro-completo-las-manifestaciones-estudiantiles-en-chile-cultura-de-protesta-protesta-de-la-cultura>>.
- CUBILLOS, Julia, Gabriel ROJAS, Leslie PARGA y Liliana ROMO (2004). *Aporte de las organizaciones no gubernamentales al fortalecimiento de la democracia en Chile*. Santiago: Participa.
- DAHLBERG, Lincoln (2001), Computer-mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 7, No 1: [journal online]; available from <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html>
- . (2013). «The Habermasian Public Sphere and Exclusion: An Engagement with Poststructuralist-Influenced Critics. *Communication Theory*». Doi: 10.1111/comt.12010
- DE LA MAZA, Gonzalo (2010). *Construcción democrática, participación ciudadana y políticas públicas en Chile*. Tesis doctoral, Univ. de Leiden.
- DIAMOND, Larry (2010). «Liberation technologies». *Journal of Democracy*, 21 (3): 69-83.
- DÍAZ-BONE, Rainer (2011). *Einführung in die Soziologie der Konventionen*. En Rainer Díaz-Bone (editor), *Soziologie der Konventionen, Grundlagen einer pragmatischen Anthropologie*. Fráncfort y Nueva York: Campus.
- FLEET, Nicolas (2011). «Movimiento estudiantil y transformaciones sociales en Chile: Una perspectiva sociológica». *Polis*, 10 (30): 99-116.
- GARRETÓN, Manuel Antonio (2013). «Progresismo y la refundación de la relación Estado-sociedad». En Carlos Fortín, Augusto Varas y Marcelo Mella (eds.), *Desafíos del progresismo. Europa, América Latina y Chile*. Santiago: RIL.

- GLADWELL, Malcolm (2010). «Why the Revolution won't be tweeted». *The New Yorker*, 4 de octubre.
- GORE, Albert (1994). «Forging a New Athenian Age of Democracy». *Intermedia*, 22 (2): 4-7.
- GROOTAERS, Dominique (2000). «Schématisation des principaux éléments de la typologie des sept 'mondes de la justification'». Disponible en <<http://www.meta-educ.be/textes/Mondes-justification.pdf>>.
- GRUNINGER, Sandra (2003). «Las ONG durante la transición chilena: Un análisis de su respuesta ideológica frente a su incorporación en políticas sociales de índole neoliberal». *Revista Mad*, 9. Departamento de Antropología, Universidad de Chile.
- HALPERN, Pablo (2013). *Activismo medioambiental 2.0*. Observatorio de Redes Sociales Tren Digital, Facultad Comunicaciones UC, Consultora Medioambiental Jaime Illanes y Asociados.
- HAUNSS, Sebastian (2007). «Challenging Legitimacy: Repertoires of Contention, Political Claims-Making, and Collective Action Frames». En Achim Hurrelmann, Steffen Schneider and Jens Steffek (eds.), *Legitimacy in an Age of Global Politics*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- HINDMAN, Matthew (2008). What is the online public sphere good for? En John Turow, Tsui Lokman (eds.), *The Hyperlinked Society*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- IRARRÁZAVAL, I., E. HAIREL, S. SOKOLOWSKI y S. SALAMON (2006). *Estudio comparativo del sector sin fines de lucro*. Santiago: Universidad John Hopkins, PNUD, Focus.
- LACLAU, Ernesto (1996). «¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?». En Ernesto Laclau, *Emancipación*. Buenos Aires: Ariel.
- .(2010). «La articulación y los límites de la metáfora». *Studia Politicae* (Córdoba), 20: 13-38.
- LAGOS, Ricardo (2011). «Chile 2030. Siete desafíos estratégicos y un im-

- perativo de equidad». El Quinto Poder, disponible en <http://www.elquintopoder.cl/wp-content/uploads/2012/09/Chile_2030_rl.pdf> visto 10.08.13>.
- LARRAÍN, Luis (2013). *El regreso del modelo*. Santiago: Libertad y Desarrollo.
- LUDES, Peter (2008). *Convergence and fragmentation media technology and the information society*. Bristol y Chicago: Intellect.
- MATHIEU, Lilian (2002). «Rapport Au Politique, Dimensions Cognitives Et Perspectives Pragmatiques Dans L'analyse Des Mouvements Sociaux». *Revue Française de Science Politique*, 52 (1): 75-100.
- MILLALEO, Salvador (2011). «La ciberpolítica de los movimientos sociales en Chile. Algunas reflexiones y experiencias». *Revista Anales de la Universidad de Chile*, séptima serie, 2: 89-104.
- MILLALEO, Salvador y Patricio VELASCO (2013). *Activismo digital en Chile. Repertorios de contención e iniciativas ciudadanas*. Santiago: Fundación Democracia y Desarrollo. Disponible en <<http://www.elquintopoder.cl/blog/entradas/e-book-activismo-digital-en-chile/>>.
- MILLALEO, Salvador y Pablo CÁRCAMO (2013). *Medios sociales y activismo digital en el mundo. Panorama global del uso ciudadano del activismo en redes sociales*. Santiago: Fundación Democracia y Desarrollo.
- MONTEALEGRE, Jorge (2012). «Archipiélagos virtuales: Internet y registros de memorias en la sociedad líquida». *Polis*, 32. Disponible en <<http://polis.revues.org/6631>>.
- MOROZOV, Evgeny (2011). *Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. Nueva York: Public Affairs.
- . (2013). *To Save Everything Click Here, the Folly of Technological Solutionism*. Nueva York: Public Affairs.
- PALFREY, John y Urs GASSER (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. Nueva York: Basic Books.
- PAPACHARISSI, Zizi (2002). «The virtual sphere». *New Media & Society*, 4 (1): 9-27.

- PLATTNER, Marc (2012). «Media and Democracy: The Long View». *Journal of Democracy*, 23 (4): 62-73.
- RAMOS, Catalina y Diego GERTER (2008). *Revolución Pingüina: Caracterización del caso y descripción de los usos dados a las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Tesis para optar al título de Periodista y al grado de Licenciado Comunicación Social, Universidad Austral de Chile.
- RHEINGOLD, Howard (2005). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- SHAPIRO, Andrew (1999). *The control revolution*. Nueva York: Century Foundation.
- SHIRKY, Clay (2008). *Here Comes Everybody: How change happens when people comes together*. Nueva York: Peguin Press.
- . (2010). *Cognitive Surplus, Creativity and Generosity in a Connected Age*. Nueva York: Peguin Press.
- . (2011). «The Political Power of Social Media, Technology, the Public Sphere, and Political Change». *Foreign Affairs*, 90 (1).
- SUNSTEIN, Cass (2001). *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- TORRES-SORIANO, Manuel (2013). «Internet As A Driver Of Political Change: Cyber-Pessimists And Cyber-Optimists». *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 1: 332-352.
- VALDERRAMA, Lorena (2012). «Jóvenes, ciudadanía y tecnologías de información y comunicación. El movimiento estudiantil chileno». *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales. Niñez y Juventud*, 11 (1): 123-135.
- VALENZUELA, Sebastián (2011). «Manifestaciones juveniles y uso de redes sociales online en Chile (2009-2011)». Paper presented at the annual meeting of the Designing and Building Research Network Maps: Trends in International and Latin American Communication

- Research, School of Communications of the Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.
- . (2012). La protesta en la era de Facebook: Manifestaciones juveniles y uso de redes sociales en Chile 2009-2011. En Andrés Sherman (ed.), *Jóvenes, participación y medios*. Santiago: Facultad de Comunicación y Letras, Universidad Diego Portales.
- VALENZUELA, Sebastián, Arturo ARRIAGADA y Andrés SHERMAN (2012). «The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The Case of Chile». *Journal of Communication*, 62: 299-314.
- VARGAS LLOSA, Álvaro (2013). «¿Chile entrando en un nuevo ciclo político?» Columna en *La Tercera*, sábado 29 de junio, pág. R3.
- VERA, Héctor (2012). «Epistemologías comunicacionales para comprender el movimiento estudiantil 2011 en Chile». *Tercer Milenio*, 17 (24): 13-28.

Anexo 1. Organizaciones referidas

Organización 1

Temática principal: Defensa del medioambiente.

Año de formación: 1995

Cantidad de miembros en la organización: 30

Altos recursos

Organización 2

Temática principal: Políticas públicas educacionales

Año de formación: 2008

Cantidad de miembros en la organización: 22

Altos recursos

Organización 3

Temática principal: Derechos de minorías sexuales

Año de formación: 2011

Cantidad de miembros en la organización: 250

Altos Recursos

Organización 4

Temática principal: Organización vinculada al movimiento estudiantil

Año de formación: 1906

Cantidad de miembros en la organización: 15

Altos Recursos

Organización 5

Temática principal: Políticas públicas sobre estupefacientes

Año de formación: 2004

Cantidad de miembros en la organización: 11

Bajos recursos

Organización 6

Temática principal: Políticas públicas sobre ciencia y tecnología

Año de formación: 2010

Cantidad de miembros en la organización: 15

Bajos recursos

Organización 7

Temática principal: Organización pro uso de la bicicleta

Año de formación: 1995

Cantidad de miembros en la organización: 10

Bajos recursos

Organización 8

Temática principal: Derechos indígenas

Año de formación: 1992

Cantidad de miembros en la organización: Indeterminada

Bajos recursos

Organización 9

Temática principal: Profundización de la democracia

Año de formación: 2013

Cantidad de miembros en la organización: 15

Bajos recursos

Organización 10

Temática principal: Derechos laborales

Año de formación: 2007

Cantidad de miembros en la organización: 13

Bajos recursos

Organización 11

Temática principal: Organización pro igualdad de género

Año de formación: 2006

Cantidad de miembros en la organización: 15

Bajos recursos

Anexo 2. Organizaciones participantes en el estudio

Fundación Sol (<http://www.fundacionsol.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/fundacionsolchile>

Twitter: @lafundacionsol

Macleta (<http://www.macleta.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/Macletas>

Twitter: @macletas

Furiosos Ciclistas (<http://www.furiosos.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/furiososciclistas>

Twitter: @mfc_oficial

CLACPI (<http://www.clacpi.org/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/CLACPI/102530296529287>

Twitter: @clacpi

Marca tu Voto (<http://marcatuvoto.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/Marcatuvoto>

Twitter: @marcatuvoto

Más Ciencia para Chile (<http://www.mascienciaparahile.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/masciencia>

Twitter: @MasCienciaChile

Movimental (<http://cultivatusderechos.cl>)

Facebook: <https://www.facebook.com/movimental.cultivatusderechos>

Twitter: @movimental

Greenpeace Chile (<http://www.greenpeace.org/chile/es/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/greenpeace.chile>

Twitter: @GreenpeaceCL

Fech (<http://fech.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/FECH-Federación-de-Estudiantes-de-la-Universidad-de-Chile/129476138947>

Twitter: @la_Fech

Educación 2020 (<http://www.educacion2020.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/educacion2020>

Twitter: @Educacion2020

Fundación Iguales (<http://www.iguales.cl/>)

Facebook: <https://www.facebook.com/igualeschile>

Twitter: @IgualesChile

Comentarios

De la acción colectiva a la acción conectiva o cómo superar la dicotomía ciberoptimismo-ciberpesimismo

Introducción

El año 2011 pasará a la historia, muy probablemente, como el año en que el activismo digital se convirtió en un fenómeno *mainstream*. Ya sea que hablemos de la Primavera Árabe, los indignados en España, Occupy Wall Street, el movimiento anticorrupción indio de Anna Hazare, y los movimientos estudiantiles en Chile y México, la gente salió a las calles a manifestar su descontento. Lo particular de esta ola de protestas con respecto de otras en la historia reciente, como el Mayo del 68 francés o las protestas de los ochenta en Chile, fue que las calles no fueron el único escenario de protesta; también lo fueron Facebook, Twitter y YouTube, los medios sociales y digitales más populares en la actualidad. No sólo las personas aprovecharon la masificación de estas nuevas plataformas y de la telefonía móvil para manifestarse, también lo hicieron las organizaciones políticas y no gubernamentales. Muchas de estas organizaciones, dentro y fuera de Chile, por fin tuvieron evidencia contundente de que el activismo digital es una herramienta frecuentemente empleada por quienes propugnan cambios palpables en el sistema político, económico o social.

Pero desde el cénit alcanzado por el activismo digital en el mundo en 2011, poco parece perdurar en la actualidad. Gran parte de estos movimientos sociales representantes del nuevo activismo digital ha perdido combustible: o han desaparecido, como es el caso del movimiento an-

ticorrupción de la India y el #YoSoy132 mexicano, o se han institucionalizado, como el caso de los indignados españoles (hoy Partido X) y —de cierta forma— el movimiento estudiantil chileno, cuyos principales líderes han cruzado la vereda para plantearse como candidatos a cargos de representación popular y, por esa vía, integrarse a la esfera política institucionalizada.

¿Quiere decir esto que a los movimientos sociales que se organizan en torno al activismo digital se les hace más difícil mantener el impulso, o al menos el entusiasmo, que los movimientos sociales tradicionales, aquéllos organizados *offline*? Es difícil responder la pregunta considerando que todavía falta distancia histórica como para realizar un análisis riguroso. De todas formas, ello no ha impedido que algunos —los más escépticos del activismo digital (Gladwell, 2010; Morozov, 2009)— vean en el declive de los movimientos surgidos en 2011 una demostración más de que las nuevas tecnologías no alteren la lógica de la acción colectiva. Mientras tanto, los más convencidos de la influencia que tienen los medios digitales en cambiar las lógicas de los movimientos sociales (Bennett y Segerberg, 2012; Shirky, 2008) —los llamados ciberoptimistas— insisten en que, independientemente de su éxito o permanencia en el tiempo, los movimientos sociales del 2011 pusieron de manifiesto que las nuevas tecnologías, particularmente las redes sociales, están cambiando la manera en que los movimientos sociales surgen y se desarrollan.

Es más, existe un debate académico importante en la actualidad respecto de si el activismo digital de los últimos años altera o no los supuestos que subyacen a la teoría clásica de acción colectiva y los movimientos sociales (McAdam, Tarrow y Tilly, 2001; Olson, 1965). Por ejemplo, la teoría tradicional típicamente asume que la organización de un movimiento social es centralizada, en el sentido de una organización que planifica acciones colectivas y moviliza los recursos necesarios para llevar a cabo estas acciones. Sin embargo, aparentemente las redes sociales en

línea y los medios digitales en general ofrecen la posibilidad de coordinar acciones colectivas de manera más barata, por lo que se haría menos necesaria la centralización y acopio de recursos para conseguir movilizar a la ciudadanía. (De que esto sea así es debatible y, por lo mismo, volveré sobre este punto más adelante.)

El debate sobre qué tanta novedad significan las nuevas tecnologías de comunicación e información para el activismo social no es sólo académico. Como bien muestra el texto de Salvador Millaleo y Pablo Cárcamo que motiva este comentario, las visiones escépticas y convencidas del potencial movilizador de las tecnologías digitales también conviven entre los propios activistas y organizaciones que participan de la acción colectiva digital. Después de dos décadas de literatura acumulada, el debate está lejos de acabar. Y probablemente nunca acabará, puesto que parten de supuestos y sistemas de justificación diferentes. Esto es precisamente lo que identifican Millaleo y Cárcamo y, sólo por ese aspecto, su trabajo es un aporte a la discusión actual sobre los contornos y potencialidades del activismo digital hecho en Chile.

Sin embargo, la detallada descripción del ciberpesimismo y ciberpesimismo del que dan cuenta Millaleo y Cárcamo tiene un efecto no deseado, a mi juicio, que es importante discutir más extensamente. Me refiero a que al emplear estas dos perspectivas para resumir la literatura sobre activismo digital, los autores —intencionalmente o no— las convierten en las dos únicas maneras de entender los usos y efectos de los medios digitales en el activismo y la participación ciudadana. Esto, por supuesto, no es algo único de Millaleo y Cárcamo. Yo mismo en mis trabajos previos sobre el tema (Valenzuela, 2013; Valenzuela, Arriagada y Scherman, 2012, entre otros) he empleado esta dicotomía para describir la literatura académica sobre medios digitales y movimientos de protesta. Pero me parece que es momento de dejarla atrás. Y, como explicaré en el resto de este artículo, hay varias razones para hacerlo.

Si bien el grueso de este comentario tratará sobre este punto, hay otros tres aspectos adicionales del trabajo de Millaleo y Cárcamo que merecen una reflexión. Primero, la suposición de que el activismo digital sólo tiene un efecto sustantivo o alcanza su máximo potencial en tanto derive en activismo *offline* —en tanto la gente pase de Facebook a la calle, por ponerlo en simple. Segundo, la existencia (o persistencia) de brechas en el acceso y uso de redes sociales entre organizaciones con diferentes tamaños y manejo de recursos, que sólo vienen a reflejar las amplias brechas en el uso de los medios digitales entre la ciudadanía. Y, finalmente, el rol que juega la comunicación afectiva —particularmente los mensajes positivos— en la movilización social.

Un debate reduccionista

La masificación de las redes sociales en línea ha coincidido con la ola de protestas en el Medio Oriente, Europa y las Américas. Ya sea que hablemos de la Primavera Árabe, los indignados en España, Occupy Wall Street, o el movimiento estudiantil chileno, pocos discuten el protagonismo que han tenido para estos movimientos de protesta plataformas como Facebook, Twitter y YouTube, así como la tecnología móvil. Sin embargo, sí hay una fuerte discrepancia respecto del papel que juegan las redes sociales en generar descontento social y causar protestas ciudadanas. Un fenómeno similar ocurre con el papel que juegan los medios sociales en línea en la participación política institucionalizada, especialmente en el plano electoral. Mientras muchos ven en las campañas presidenciales de Barack Obama en Estados Unidos el mejor ejemplo de cómo las redes pueden movilizar exitosamente a los votantes, otros destacan que los candidatos que suelen dominar las redes no son, finalmente, los que dominan en las urnas de votación. Por de pronto, las elecciones presidenciales de 2013 en Chile parecen reflejar esta última

tendencia, con candidatos secundarios en las encuestas que parecen dominar el discurso *online*.

Este debate, que enfrenta a escépticos y convencidos del potencial movilizador de las redes sociales, probablemente no terminará nunca. Y no sólo por las razones que citan Millaleo y Cárcamo —esto es, marcos de justificación diferentes—, sino por un asunto más mundano pero aún más relevante: me refiero a la falta de un contrafactual. Siguiendo la lógica de Bailard (2012), es virtualmente imposible determinar si la ola de protestas que ha sacudido a varios países del mundo desde 2011 a la fecha habría ocurrido en un mundo ciento por ciento analógico, esto es, sin Internet, redes sociales y teléfonos móviles. Mirando el caso chileno, ¿las acciones colectivas por Hidroaysén, los estudiantes, el gas en Magallanes —por nombrar algunas— habrían ocurrido si no es por la existencia de las nuevas tecnologías de comunicación e información? ¿O, al menos, habrían operado de manera sustancialmente diferente, o habrían tenido consecuencias diferentes a las que tuvieron si no hubieran existido Facebook, Twitter y los teléfonos inteligentes? Sin este contrafactual, es imposible —desde un punto de vista empírico— falsificar (en el sentido como lo propone Popper, 1965) la proposición de que Internet y los servicios en línea como las redes sociales son causa necesaria y suficiente para gatillar estos movimientos.

En consecuencia, las ciencias sociales y la aplicación de métodos usados por éstas para determinar las relaciones de causa-efecto, tales como los experimentos (naturales, de campo, de laboratorio o cuasi experimentos), las intervenciones de política pública y el seguimiento de procesos difícilmente podrán resolver de manera inequívoca el debate entre ciberoptimistas y ciberpesimistas. A cambio, nos queda la acumulación paulatina de evidencia, aunque siempre parcial, que permita identificar cuándo las redes sociales y los medios digitales en general hacen una diferencia significativa en la generación de movimientos sociales.

Es más, probablemente lo más ajustado a la realidad sea concluir que, a veces, la perspectiva más pesimista describirá mejor los efectos de las nuevas tecnologías en la participación ciudadana, el comportamiento de protesta y el desarrollo de la sociedad civil y, en otros casos, será la perspectiva más optimista la más ajustada a los hechos. Esta posición, aunque relativista y poco amigable con predicciones generalizables sobre el papel que juegan los medios digitales en los movimientos sociales y cívicos, me parece la más productiva por cuanto reconoce que la realidad de los movimientos sociales en la actualidad es mucho más compleja, diversa y heterogénea de lo que sugieren el ciberoptimismo y el ciberpesimismo.

Tomemos, como ejemplo, el caso del movimiento Occupy Wall Street (OWS) de Estados Unidos. ¿Podemos decir —como los ciberoptimistas— que este movimiento fue exitoso porque, sin financiamiento y una organización central, aprovechó las redes sociales en línea para movilizar a miles de manifestantes en decenas de ciudades norteamericanas? Definitivamente sí. Pero, ¿acaso no fue también un completo fracaso por cuanto el objetivo del movimiento OWS —a saber, transformar profundamente el sistema capitalista y revertir la desigualdad en la distribución de los ingresos— no ha estado ni de cerca de cumplirse, al menos en el horizonte de mediano plazo? Claro que sí. Entonces, el pesimismo y el optimismo —como modos de pensar las nuevas tecnologías— pueden coexistir incluso en el estudio de un mismo movimiento social. Veamos otro ejemplo, en este caso, para profundizar en una de las campañas discutidas en el texto de Millaleo y Cárcamo: pensemos en el caso de las organizaciones a favor del uso de la bicicleta en Santiago. ¿Han sido exitosas en emplear las redes y herramientas digitales para fomentar una identidad colectiva entre sus miembros que refuerce el objetivo de las organizaciones? Probablemente sí. ¿O bien son un fracaso porque año tras año, el parque automotor metropolitano crece y crece?

Puesto de otra forma, la mejor forma de superar el estancado deba-

te entre ciberoptimistas y ciberpesimistas es mediante la teorización y evidencia empírica respecto de cómo y bajo qué condiciones los nuevos medios digitales se relacionan con el activismo ciudadano, la participación política y las nuevas formas de acción colectiva. Por eso digo que hay que superar la dicotomía «los medios digitales sirven/no sirven para la participación ciudadana». En cambio, hay que analizar cuándo y en qué circunstancias esta relación se produce.

Esta tarea no es fácil.

Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías en general, son un blanco en movimiento, en el sentido de que su rápida masificación y su continua evolución tecnológica obligan a quien investiga sus efectos en la participación política a cuestionar constantemente la validez de los estudios empíricos sobre el tema (Althaus y Tewksbury, 2000). Este problema aumenta considerando que los efectos de los medios digitales en los movimientos sociales y el activismo ciudadano está condicionado por las características sociales y psicológicas de los usuarios (Bimber, 2003), la forma específica en que se usan estos medios, ya sea para entretención, información, política u otro (Kwak, Shah y Holbert, 2004), y por las características y circunstancias específicas de los movimientos sociales que generan las oportunidades para el activismo ciudadano (Earl y Kimport, 2011; McAdam, Tarrow y Tilly, 2001).

En otras palabras, en algunos casos ciertos movimientos sociales podrán sacar provecho de los medios digitales para organizar y movilizar a la ciudadanía, lo que puede precipitar cambios concretos en el proceso político. Si uno mira las organizaciones estudiadas por Millaleo y Cárcamo, pareciera que éste fuera el caso de organizaciones estudiantiles y educacionales, así como aquéllas de minorías sexuales y ambientalistas. Pero, en otros casos, el uso de los medios digitales puede derivar en un falso activismo (*slacktivism*), en el que ni la causa ni el movimiento social logran sacar provecho alguno de sus iniciativas digitales (Morozov,

2009). Es, por ejemplo, el caso de la campaña Kony 2012 organizadas por el grupo Invisible Children. Incluso, está documentada la forma en que regímenes autoritarios usan las nuevas tecnologías a su favor para acallar a la sociedad civil y perseguirla. El caso más ilustrativo es Irán, cuando el gobierno empleó Twitter en 2009 para identificar a sus principales detractores.

Esta mirada más matizada sobre el efecto de las nuevas tecnologías de comunicación e información también es aplicable a los estudios de los movimientos sociales a nivel individual. Así, por ejemplo, cuando los investigadores miden el uso de Internet como tiempo destinado a su uso o frecuencia de uso, hacen caso omiso de las múltiples audiencias, motivaciones y experiencias que el medio posibilita y tienden, en general, a encontrar un efecto negativo en la participación de los individuos. Por el contrario, cuando los investigadores reconocen los diferentes usos de la tecnología (por ejemplo, informativo versus recreativo), tienden a encontrar una relación positiva entre ciertos motivos para usar Internet y mayor participación. En general, el uso de nuevos medios relacionados con la adquisición de información y construcción de comunidad se asocia positivamente con una ciudadanía más activa y participativa. Por el contrario, los patrones de uso de la tecnología relacionados con el entretenimiento y la distracción se asocian negativamente con activismo (aunque no siempre; véase Ekström y Östman, 2013). Por lo tanto, no es la tecnología *per se* lo que puede afectar a los ciudadanos y los movimientos sociales que buscan movilizarlos, sino las formas específicas en que los individuos utilizan las tecnologías. Aquí, la capacidad tecnológica está limitada por la agencia humana. De nuevo, esto puede explicar por qué, a veces, algunas campañas de activismo digital fracasan y otras, en cambio, resultan exitosas.

Pese a que el trabajo de Millaleo y Cárcamo usa como fundamento teórico la dicotomía ciberoptimismo/ciberpesimismo y, por lo tanto,

es víctima de una visión un tanto reduccionista sobre el rol que juegan las tecnologías digitales en los movimientos sociales, las entrevistas en profundidad a los encargados del activismo digital de las organizaciones estudiadas hacen eco de una mirada más amplia y matizada. Específicamente, varios de los entrevistados parecen reconocer que los efectos de los medios digitales en el activismo ciudadano son un asunto —en la conceptualización de Earl y Kimport (2011)— de escala y de modelo. Por escala, me refiero a que hay un reconocimiento de que las redes sociales permiten llevar a cabo las mismas tareas que antes se hacían mediante soportes analógicos, sólo que de manera más rápida, a mayor escala y a menor costo. Y esto puede ser, a veces, revolucionario. Es el caso de Punta Choros (o Barrancones), un movimiento que logró en días convocar a casi 300 mil personas en línea. Y por cambio de modelo, me refiero a nuevas formas de activismo, las mismas que no tienen un correlato *offline*. Es más, como argumentaré a continuación, me parece que el reconocer las particularidades del activismo digital respecto del analógico es un paso necesario para poder superar la dicotomía reduccionista del optimismo/pesimismo.

La calle no es la única medida de éxito

Uno de los implícitos o supuestos que queda de manifiesto en el trabajo de Millaleo y Cárcamo es que la principal función del activismo digital es apoyar y proyectar las formas tradicionales de activismo. Puesto más en simple: muchos de los entrevistados dejan entrever la idea de que si lo *online* no conduce «a la calle,» entonces el activismo digital pareciera no tener mucha efectividad. Por ejemplo, uno de los entrevistados dice:

Lo que pasa es que nosotros tenemos la idea de que el chileno es cómo-do. Nosotros nos damos cuenta en las actividades, cuando la actividad es

muy linda llegan seis mil, pero cuando hay una actividad que de verdad necesitamos presencia y ver qué hacemos, como, no sé, en el acto que teníamos anoche, en el que llegaron sólo 60 versus 6 mil que llegan un primer martes, claro, nos da a entender que el chileno de repente es cómodo, que por Twitter, por Facebook, es bueno para reclamar y para escribir, pero al momento de salir a la calle y manifestarse no lo hace.

Esto tiene que ver, sin duda, con una consecuencia histórica: el éxito de los movimientos sociales se mide, en parte importante, por su capacidad de convocatoria medida en gente protestando. Y nada más claro que una marcha o protesta callejera masiva para demostrar este poderío. Después de todo, la gran mayoría de cambios que se pueden atribuir a movimientos sociales, tanto en Chile como en el mundo, se pueden atribuir a cuánta gente salió, literalmente, a las calles a demostrar su apoyo a tal o cual causa. Es el caso de las protestas de los años ochenta, de las protestas regionalistas por el gas en Magallanes a fines de 2010 y de los estudiantes secundarios y universitarios en 2006 y 2011, respectivamente.

También hay un sesgo teórico que explica este énfasis exagerado en la movilización *offline*. Cuando la literatura académica empezó a estudiar en serio el activismo digital a mediados de los años noventa y principios del 2000 (por ejemplo, Brunsting y Postmes, 2002; McCaughey y Ayers, 2003; Myers, 1994), el marco teórico preferido fue el de la acción colectiva y los movimientos sociales, que se desarrolló en una era analógica. Sin embargo, se ha aplicado con fuerza para explicar el activismo digital por varias razones: tiene larga data, está muy desarrollada conceptualmente (permite emplear términos tales como identidad colectiva y *free riders*) y admite estudiar fenómenos parecidos, tales como las demandas, los demandantes, las metas y la movilización. Es más, la facilidad con la que se puede aplicar la teórica clásica de los movimientos sociales

al activismo digital explica, además, que se trate lo digital como una extensión de lo analógico.

Sin embargo, el criterio de la calle para medir el activismo digital no sólo es anticuado a estas alturas, sino cada vez menos útil. La teoría de los movimientos sociales presupone la existencia de una organización que planifica y coordina acciones colectivas así como moviliza los recursos necesarios para llevar adelante estas acciones. Pero ya decíamos que las plataformas tecnológicas, tanto móviles como sociales, hacen menos necesaria estas estructuras jerárquicamente organizadas, al tiempo que la manifestación o expresión de descontento con el estado de cosas se hace más barata. Como resultado, están apareciendo y consolidándose organizaciones de la sociedad civil mucho más fluidas con la ciudadanía y menos rígidas y jerárquicas que antes. Son, como diría Chadwick (2007), organizaciones híbridas.

Es tiempo, entonces, de adaptar —no reemplazar, pues eso sería una exageración— la teoría clásica de la acción colectiva, a la era digital y de las redes sociales. Y, hasta ahora, quienes más han promovido esta adaptación son Bennett y Segerberg (2012) con su conceptualización de la acción colectiva versus acción conectiva (lo que, de paso, explica el título de este artículo). Explicaré brevemente de qué trata la acción conectiva para luego discutir por qué esta teoría puede ser muy útil para avanzar en algunos de los temas planteados por Millaleo y Cárcamo.

Según estos autores, la difusión de redes digitales basadas en perfiles individuales (o redes personalizadas) ha hecho que la comunicación se convierta en un proceso organizacional central de la acción colectiva, que puede reemplazar o complementar las típicas formas de acción colectiva que se basan más bien en la movilización de recursos, liderazgos nítidos y ejercicios de identificación colectiva. La acción conectiva, en este caso, emerge de las redes, sin líderes, pero es capaz de movilizar recursos y generar lazos entre grupos que, física o temporalmente, están desconecta-

dos. En otras palabras, la acción conectiva se estructura en torno a redes de comunicación, y su poder o viabilidad depende exclusivamente de la comunicación que se da en plataformas digitales.

Lo interesante, en este caso, es que Bennett y Segerberg (2012) distinguen entre la acción conectiva a nivel individual de la acción conectiva nivel organizacional (esta última, el foco del artículo de Millaleo y Cárcomo). A nivel de organizaciones de la sociedad civil, entonces, la acción conectiva y la acción colectiva se diferencian en los aspectos que muestra la tabla 1.

Tabla 1. Acción colectiva versus acción conectiva

Acción conectiva (redes en torno a organizaciones)	Acción colectiva (redes definidas por organizaciones)
Escasa coordinación centralizada de la acción	Fuerte coordinación centraliza de la acción
Organizaciones facilita o subsidia las plataformas tecnológicas (propias o comerciales) para la participación ciudadana	Organizaciones emplean las plataformas tecnológicas para gestionar la participación ciudadana y coordinar el cumplimiento de objetivos
El contenido de la comunicación se centra en marcos interpretativos (frames) personales o individuales	El contenido de la comunicación se centra en marcos interpretativos (frames) colectivos
Escaso grado de moderación de las expresiones personales transmitidas en las redes sociales online	Control del mensaje a través de las redes sociales por parte de las organizaciones; mayor énfasis en redes interpersonales para la acción colectiva
Organizaciones ceden protagonismo a las redes que forman los propios ciudadanos	Organizaciones están en el primer plano mediante coaliciones heterogéneas que resuelven sus diferencias mediante negociaciones entre la propia dirigencia de las organizaciones

Fuente: adaptado de Bennett y Segerberg (2012: 756).

Ahora bien, ¿cuál es el eje detrás de la acción conectiva? Aunque sigue siendo un área de reciente desarrollo teórico, Bennett y Segerberg (2012) plantean la hipótesis del «poder de compartir» (*power of sharing*). En sus propias palabras:

La clave de la acción conectiva es el elemento base de ‘compartir’: la personalización que conduce a acciones y contenido con el fin de que se distribuyan ampliamente a través de las redes sociales. Las tecnologías de comunicación permiten el crecimiento y la estabilización de las estructuras en red a través de estas redes. En su conjunto, los agentes tecnológicos que permiten el acto constitutivo de compartir en estos contextos desplaza la centralidad del cálculo del *free rider* y, con ello, la dinámica que surge de ello —esto es, obviamente, la centralidad de una organización con recursos. A su ventaja, la acción conectiva pone las dinámicas de acción de redes en perspectiva, una situación en la que las redes y la comunicación se convierten en algo más que mero prerrequisito e información, respectivamente. Lo que vemos en estas redes son aplicaciones de tecnologías de comunicación que brindan un principio organizativo diferente a las nociones de acción colectiva basada en las presunciones clásicas de recursos, redes e identidad colectiva. A este principio estructurador diferente lo denominamos lógica de acción conectiva (760; la traducción es nuestra).

Entender las diferencias entre la acción colectiva tradicional y la digital debieran permitir, a mi juicio, que las organizaciones puedan emplear criterios también digitales —esto es, distintos al criterio analógico de la calle— para determinar el éxito o fracaso de sus esfuerzos digitales. Ello permitiría que tanto organizaciones y académicos pudieran entender de manera más completa el repertorio de acción y contención del activismo digital que lo que permite la simple adaptación de la teoría de la acción colectiva y los movimientos sociales tradicionales. Hay, ciertamente, una lógica propia del activismo digital, de la acción conectiva, que exige el desarrollo de nuevas categorías de análisis.

Y, sin embargo, para algunas organizaciones entrevistadas por Milla-
leo y Cárcamo, la lógica de acción conectiva es una forma inferior de acción colectiva. Lo dice el representante de Techo para Chile:

Ahora, yo creo que el gran error para nosotros sería creer que así se hacen los movimientos ciudadanos. O sea, si no hay territorio, si no hay gente trabajando en la calle, en las escuelas, si Techo no está en las poblaciones, si nosotros no fuéramos a las escuelas esta cuestión no existe, o sea, sería una ilusión.

Queda, entonces, mucho camino por recorrer para lograr una mejor comprensión de la naturaleza y las consecuencias del activismo digital entendido como acción conectiva.

Brecha digital

Uno de los argumentos favoritos de los escépticos de las nuevas tecnologías, particularmente de las redes sociales, es que aumentan o —en el mejor de los casos— no aminoran las brechas de información a nivel social y, por extensión, entre organizaciones con diferentes niveles de recursos humanos y económicos. El estudio de Millaleo y Cárcamo refleja muy bien, de boca de los entrevistados, la existencia y las consecuencias de la brecha digital. Por ejemplo, dice uno de los participantes:

Solamente para un grupo específico que son gente muy joven, que es nativa digital o que creció con un computador en la casa, y gente que también tiene los medios para acceder, tiempo para acceder, y a lo mejor un trabajo que le da las posibilidades de acceder a un computador o a conocer estas redes sociales. Entonces, yo creo que ésa es una principal dificultad, que hay una brecha, que es como de élite el uso de las redes sociales, ¿cachai?, y yo creo que con todo este como impulso de disminuir esta brecha digital también se va a ir disminuyendo la brecha de influencia, que cada vez van a ser más ciudadanos, más personas las que tengan acceso, sobre todo los niños más jóvenes, a poder ser activistas digitales en el fondo, cada uno de ellos.

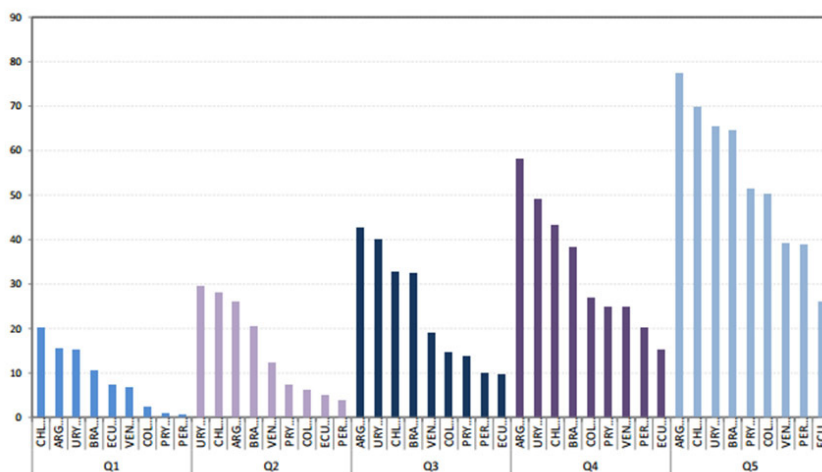


Figura 1. Porcentaje de hogares con acceso a Internet por quintil de ingreso, según el total de hogares en cada quintil en América Latina. Fuente: Cepal (2013).

Como bien grafica la cita, la brecha digital es un tema tanto de acceso a tecnología como de competencias digitales. Entender estos dos niveles de la brecha digital (Hargittai, 2002; Van Dijk, 2012) es importante por cuanto deja en claro que la brecha digital nunca se cerrará, ni siquiera si el país alcanza el nivel de desarrollo y conectividad de los países más avanzados en esta área. Ello, porque como explica Correa (2008), si las personas no tienen la motivación, las habilidades cognitivas y/o técnicas, y la autopercepción de eficacia necesaria para usar de manera asertiva Internet y los servicios digitales, se mantendrán rezagadas o permanecerán como espectadores pasivos de todo lo que ocurre en línea, incluyendo por cierto las iniciativas de movilización ciudadana. Es decir, puede ser que Chile continúe liderando el acceso a Internet y servicios *online* en América Latina (véase figura 1), pero no por ello se solucionará la brecha digital que más importa, aquella referida a la capacidad de uso de estas tecnologías.

Hay aquí, entonces, un techo o límite respecto del tipo de público que puede ser convocado directamente por el activismo digital y las iniciativas digitales de las organizaciones de la sociedad civil. Obviamente, el acceso y el uso están relacionados: a medida que el acceso a la comunicación digital se democratiza, aumentan las probabilidades de que más segmentos de la población usen activamente las nuevas formas de interacción que brindan los medios digitales. Sin embargo, las exigencias para ser consi-

derado un usuario —lo que define a un usuario activo— van mutando en el tiempo. Peor aún, diría que se ha ido elevando la vara para los ciudadanos menos sofisticados tecnológicamente hablando. Para graficarlo de una manera: si antes se requería dominar el correo electrónico y el uso de navegadores de Internet para pertenecer al grupo de los usuarios activos, hoy hay que agregar la creación y administración de perfiles en redes sociales, incluyendo Facebook y Twitter. Y, el día de mañana, serán otros servicios los considerados indispensables. Algo parecido pasa con la telefonía móvil. Antes importaba tener el aparato. Luego, saber dominar los mensajes de texto. Hoy hay que agregar la descarga y uso de aplicaciones.

De esta manera, parece enteramente lógico que las organizaciones concentren parte importante de su activismo digital en el público joven, tal como lo reconocen los entrevistados por Millaleo y Cárcamo, y que —por esa misma razón— tengan un grado razonable de escepticismo respecto de las potencialidades del uso de medios digitales para la acción colectiva del resto de la población.

Sin embargo, es importante hacer tres precisiones respecto de las implicancias para el activismo digital de la existencia de brechas de uso de los nuevos servicios tecnológicos. Primero, los jóvenes —aunque la prensa y el *marketing* digan lo contrario— no son «nativos digitales». El último reporte de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) encontró que sólo el 30% de las personas entre 15 y 24 años en el mundo tenía cinco o más años de experiencia usando Internet. Esto quiere decir que las brechas digitales también alcanzan al sector supuestamente más conectado de la sociedad.

En segundo lugar, hay que entender el efecto cascada o de difusión que pueden estar jugando las redes sociales en línea, en el sentido de que los mensajes y campañas que transmiten las organizaciones por vía digital no tienen por qué influir únicamente en los usuarios directos de las redes. También pueden llegar, indirectamente, a quienes no son usuarios

de las redes sociales, pero que sí están conectados de alguna forma con dichos usuarios. Esta idea no es nueva. Desde el estudio del «flujo de dos pasos» (Katz y Lazarsfeld, 1955; Robinson, 1976), la teoría de la difusión de innovaciones (Rogers, 2003) y el modelo de comunicación mediadora (McLeod y otros, 2001; Shah y otros, 2007), que se sabe que los medios de comunicación pueden incidir directamente en las audiencias e indirectamente a los contactos personales de esos miembros de la audiencia por la vía de la comunicación interpersonal. Entonces, por ponerlo de una manera más concreta, no se puede despreciar el poder movilizador de Twitter sólo porque este servicio aparentemente es usado sólo por una élite de la sociedad. Hay que recordar que los miembros de esa «élite tuitera» pueden ser también líderes de opinión en otros ámbitos y espacios de comunicación. Por lo tanto, lo que ocurra en Twitter puede trascender —en un grado significativo— a la población que no usa activamente esta red de *microblog*.

Y, en tercer lugar, la brecha digital no sólo se aplica para la población usuaria de las plataformas digitales. También involucra a los grupos organizados y las organizaciones cívicas entrevistadas por Millaleo y Cárcamo. Así como las redes sociales son gratuitas y, por extensión, de acceso universal e ilimitado para cualquier organización civil, su uso eficaz para propósitos de activismo digital requiere de tiempo, dinero y habilidades técnicas —los mismos recursos que suelen escasear entre las organizaciones más pequeñas y pobres. Sólo por esta razón parece ilógico pensar que las diferencias que caracterizan a organizaciones cívicas con diferentes capacidades de capital humano y financiero no vayan a verse reflejadas también en la manera en que estas organizaciones se plantean digitalmente. Dicho de otro modo, es cierto que la reducción de costos que suponen los nuevos medios sociales para el activismo digital tiene el potencial de equilibrar la cancha en el mundo de la sociedad civil. Pero, en la práctica, no basta el acceso sino también el uso más sofisticado de

los medios sociales. Por ello, las organizaciones más grandes, con más personal y recursos, tendrán siempre una ventaja comparativa a la hora de emplear los medios sociales para hacer activismo respecto de organizaciones más pequeñas y con menos recursos. Por esta razón, me parece que visiones como la siguiente, recogida por Millaleo y Cárcamo, son más bien un anhelo que una meta alcanzable:

Yo creo que con todo este como impulso de disminuir esta brecha digital también se va a ir disminuyendo la brecha de influencia, que cada vez van a ser más ciudadanos, más personas las que tengan acceso, sobre todo los niños más jóvenes, a poder ser activistas digitales en el fondo, cada uno de ellos.

Comunicación, compartir y emociones

Uno de los aspectos sorprendentes que recoge el trabajo de Millaleo y Cárcamo tiene que ver con la percepción de parte de las organizaciones activistas de que los mensajes que transmiten emociones positivas son más exitosos en la comunicación digital que otro tipo de mensajes. Sorprendente porque, desde un punto de vista histórico, se ha considerado que las emociones negativas son, no sólo más memorables, sino catalizadoras de protestas y otras formas de acción colectiva. De hecho, para algunas teorías de los movimientos sociales, como la de la movilización de recursos (McCarthy y Zald, 2001), el descontento es una fuente directa de los movimientos sociales. No por nada a los españoles que participaron del movimiento 15M se les llaman «indignados».

Y, sin embargo, los entrevistados reconocen que la gente busca compartir información positiva. Desde el punto de vista de la psicología de las comunicaciones, esto no es obvio. La teoría de la inteligencia afectiva y sus antecedentes neurocognitivos (Gray, 1990; Marcus, Neuman y

MacKuen, 2000) propone que las personas tienen un sistema emocional dual que produce apreciaciones emocionales específicas, que a su vez determinan tanto actividades cognitivas (procesamiento de información) y comportamientos (comentar, retransmitir noticias, etcétera). Mientras que el sistema de disposición gatilla emociones positivas como felicidad y satisfacción, el sistema de vigilancia está relacionado a emociones negativas de temor y ansiedad. El sistema específico que se activa depende de la información recibida por la persona. Cuando se trata de información esperable, sea ésta buena o mala, las personas sentirán entusiasmo, tristeza o incluso aversión; emociones típicas del sistema de disposición. Pero ante información novedosa o inusual que requiere mayor atención, se activa el sistema de vigilancia, que se caracteriza por la ansiedad y el miedo.

Esta teoría se basa en dos presunciones importantes: a) las emociones preceden los procesos cognitivos y de comportamiento; y b) las diferentes emociones pueden reducirse a dos dimensiones que pueden ser ortogonales entre sí y que están relacionadas con el sistema dual de procesamiento de emociones: ya sea valencia (de emociones negativas a positivas) y activación (de baja a alta), ya sea emociones positivas (entusiasmo, orgullo) y emociones negativas (indignación, temor).

De la teoría de la inteligencia afectiva se desprende que los mensajes que deberían llamar la atención de los usuarios de redes sociales y de Internet en general son aquellos que tienen una carga emocional, y que a mayor emocionalidad, más incidencia tienen en la memoria y el comportamiento de las personas. Por tanto, es esperable que la activación emocional de una noticia o mensaje transmitido por una organización *online* sea un predictor importante de su tasa de difusión en las redes sociales por parte de los usuarios.

Ahora bien, según la teoría de la inteligencia afectiva, entre los mensajes con carga emocional es esperable que los más negativos sean más difundidos que los positivos. Aunque hay evidencia de ello (véase, por

ejemplo, Hansen, Arvidsson, Nielsen, Colleoni y Etter, 2011) también hay estudios que indican que los usuarios de redes sociales prefieren retransmitir información positiva a sus contactos por una cuestión de preservar y mostrar una imagen positiva de sí mismos ante el resto (Falk, Morelli, Welborn, Dambacher y Lieberman, 2013). Investigaciones recientes desde el mundo del *marketing* (Berger y Milkman, 2012) también han comprobado que hay mayores preferencias por compartir contenido positivo aun cuando éste sea menos memorable que el contenido negativo. Después de todo, en las redes nadie quiere parecer un ave agorera. Lo que sugiere, entonces, el trabajo de Millaleo y Cárcamo es que el caso chileno —o al menos el de la decena de organizaciones entrevistadas por los autores— está más cerca de esta última variante.

Dilucidar específicamente el peso de las emociones positivas y negativas en la difusión de los mensajes de las organizaciones cívicas es, por tanto, uno de los posibles cursos de acción para la investigación futura del activismo digital.

Conclusión

Para recapitular, aquí he querido plantear cuatro reflexiones o temas de discusión surgidos a partir del trabajo de Millaleo y Cárcamo. Primero, me he referido al reduccionismo que implica discutir el activismo digital en torno a la dicotomía optimismo y pesimismo. No es ésta una crítica al trabajo de los autores que motivó este comentario, más bien es una oportunidad para pensar cómo seguir adelante en el estudio del activismo digital, al menos desde el punto de vista de las potencialidades de los medios digitales y sociales para las organizaciones de la sociedad civil. Y, a mi juicio, una buena puerta de salida es la propuesta de la lógica de la acción conectiva. A su vez, he planteado la necesidad de que no se evalúe el activismo digital sólo con criterios analógicos (como, por ejemplo, qué tan

efectivo es el activismo digital en convocar a la gente a marchas callejeras). Hay una serie de acciones participativas en el mundo digital que no tienen un correlato *offline* y que, por lo mismo, deben ser evaluadas desde su propia óptica. Finalmente, planteé una serie de reflexiones en torno a la brecha digital y la función de las emociones en la comunicación digital.

Ciertamente, el estudio del activismo digital tiene mucho camino por delante. Y, por ello, el trabajo de Millaleo y Cárcamo es una contribución valiosa que permite avanzar en la discusión sobre la naturaleza y los efectos que tienen los nuevos medios de comunicación en los movimientos sociales.

Referencias

- ALTHAUS, Scott L. y David TEWKSBURY (2000). «Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community». *Political Communication*, 17, 21-45.
- BAILARD, Catie S. (2012). «Testing the Internet's effect on democratic satisfaction: A multi-methodological, cross-national approach». *Journal of Information Technology y Politics*, 9 (2): 185-204. Doi: 10.1080/19331681.2011.641495.
- BENNETT, W. Lance y Alexandra SEGERBERG (2012). «The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics». *Information, Communication y Society*, 15 (5), 739-768. Doi: 10.1080/1369118X.2012.670661.
- BERGER, Jonah y Katherine L. MILKMAN (2012). «What makes online content viral?» *Journal of Marketing Research*, 49 (2), 192-205. Doi: 10.1509/jmr.10.0353.
- BIMBER, Bruce (2003). *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*. Nueva York: Cambridge University Press.

- BRUNSTING, Suzanne y Tom POSTMES (2002). «Social movement participation in the digital age: Predicting offline and online collective action». *Small Group Research*, 33 (5): 525-554. Doi: 10.1177/104649602237169.
- CHADWICK, Andrew (2007). «Digital network repertoires and organizational hybridity». *Political Communication*, 24 (3): 283-301. Doi: 10.1080/10584600701471666.
- CEPAL (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. Disponible en <<http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/5/49395/P49395xmlyxsl=/tpl/p9f.xslybase=/socinfo/tpl/top-bottom.xslt>>.
- CORREA, Teresa (2008). «Literature review: Understanding the second-level digital divide». School of Journalism, College of Communication, University of Texas at Austin. Disponible en <http://www.academia.edu/212163/Literature_Review_Understanding_the_second-level_digital_divide_>.
- EARL, Jennifer y Katrina KIMPORT (2011). *Digitally enabled social change: Activism in the Internet age*. Cambridge: MIT Press.
- EKSTRÖM, Mats y Johan ÖSTMAN (2013). «Information, interaction, and creative production: The effects of three forms of internet use on youth democratic engagement». *Communication Research*. Doi: 10.1177/0093650213476295.
- FALK, Emily B., Sylvia A. MORELLI, B. Locke WELBORN, Karl DAMBACHER y Matthew D. LIEBERMAN (2013). «Creating buzz: The neural correlates of effective message propagation». *Psychological Science*, 24 (7): 1234-1242. Doi: 10.1177/0956797612474670.
- GLADWELL, Malcolm (2010). «Small change: Why the revolution will not be tweeted». *The New Yorker*, 42-49.
- GRAY, Jeffrey A. (1990). «Brain systems that mediate both emotion and cognition». *Cognition and Emotion*, 4: 269-288.

- HANSEN, Lars K., Adam ARVIDSSON, Finn Årup NIELSEN, Elanor COLLEONI y Michale ETTER (2011). «Good friends, bad news: Affect and virality in Twitter». En James J. Park, Laurence T. Yang y Changhoon Lee (eds.), *Future Information Technology* (vol. 185, pp. 34-43). Berlín: Springer.
- HARGITTAI, Eszter (2002). «Second-level digital divide: Differences in people's online skills». *First Monday*, 7 (4). Disponible en <<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/942>>.
- KATZ, Elihu y Paul LAZARFELD (1955). *Personal influence*. Nueva York: The Free Press.
- KWAK, Nojin, Dhavan V. SHAH y R. Lance HOLBERT (2004). «Connecting, trusting, and participating: The direct and interactive effects of social associations». *Political Research Quarterly*, 57 (4): 643-652.
- MARCUS, George E., W. Russell NEUMAN y Michael B. MACKUEN (2000). *Affective intelligence and political judgment*. Chicago: University of Chicago Press.
- MCADAM, Doug, Sidney TARROW y Charles TILLY (2001). *Dynamics of contention*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MCCARTHY, John D. y Mayer N. ZALD (2001). «The enduring vitality of the resource mobilization theory of social movements». En Jonathan H. Turner (ed.), *Handbook of Sociological Theory* (pp. 533-565).
- MCCAUGHEY, Martha y Michael D. AYERS (2003). *Cyberactivism. online activism in theory and practice*. Nueva York: Routledge.
- MCLEOD, Jack M., Jessica ZUBRIC, Heejo KEUM, Sameer DESHPANDE, Jaeho CHO, Susan STEIN y Mark HEATHER (2001). «Reflecting and connecting: Testing a communication mediation model of civic participation». Estudio presentado en la convención anual de la Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, DC.
- MOROZOV, Evgeny (2009). «The brave new world of slacktivism». *Fo-*

- reign Policy*. Disponible en http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism.
- MYERS, Daniel J. (1994). «Communication technology and social movements: Contributions of computer networks to activism». *Social Science Computer Review*, 12 (2), 250-260.
- OLSON, Mancur (1965). *The logic of collective action: Public goods and the theory of groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- POPPER, Karl R. (1965). *The logic of scientific discovery*. Nueva York: Harper y Row.
- ROBINSON, John P. (1976). «Interpersonal influence in election campaigns: Two step-flow hypotheses». *The Public Opinion Quarterly*, 40 (3), 304-319.
- ROGERS, Everett M. (2003). *Diffusion of innovations*. Nueva York: Free Press.
- SHAH, Dhavan V., Jaeho CHO, Seungahn NAH, Melissa R. GOTLIEB, Hyunseo HWANG, Nam-Jin LEE, Rosanne M. SCHOLL y Douglas M. McLEOD (2007). «Campaign ads, online messaging, and participation: Extending the communication mediation model». *Journal of Communication*, 57 (4), 676-703.
- SHIRKY, Clay (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Nueva York: Penguin Press.
- VALENZUELA, Sebastián (2013). «Unpacking the use of social media for protest behavior: the roles of information, opinion expression, and activism». *American Behavioral Scientist*, 57 (7): 920-942. Doi: 10.1177/0002764213479375.
- VALENZUELA, Sebastián, Arturo ARRIAGADA y Andrés SCHERMAN (2012). «The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile». *Journal of Communication*, 62 (2): 299-314.
- VAN DIJK, Jan (2012). *The network society*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Todos juntos: ciudadanía, comunicación y democracia en la era de Internet

¿De qué manera se relacionan el activismo —particularmente a través de las organizaciones sin fines de lucro (ONG)— y las tecnologías digitales, especialmente los medios sociales en línea? Para Salvador Millaleo y Pablo Cárcamo esta pregunta puede abordarse empíricamente desde «abajo hacia arriba», es decir, a través del análisis de las prácticas y discursos de los grupos sociales que llevan a cabo el activismo y del uso que hacen de recursos materiales tales como las tecnologías de la información, específicamente los medios sociales en línea.

En su estudio titulado «Medios sociales y acción colectiva en Chile», desarrollado para la Fundación Democracia y Desarrollo, los autores indagan en la relación que establecen los actores de 11 organizaciones de la sociedad civil con una serie de tecnologías digitales que utilizan para orientar sus acciones de activismo. A través de entrevistas exploran los regímenes de legitimación (Boltanski y Thevenot, 2006) por medio de los cuales los actores justifican y despliegan su relación con las nuevas tecnologías en función de objetivos compartidos y de carácter público. De esta forma —concluyen— las acciones de los actores son orientadas por los recursos con que cuentan y «los marcos discursivos que sostienen». Los recursos pueden ser materiales o simbólicos, por ejemplo, como el conocimiento que tienen, el equipo humano o la tecnología especializada con la que cuentan para desarrollar sus estrategias de activismo digital. En tanto, los marcos discursivos permiten a los actores situar sus acciones en un contexto de bien común y público —invocando a la democracia—

a la hora de justificar su relación con las tecnologías digitales. De igual forma, plantean los límites y expectativas al papel que las tecnologías y las «redes sociales» tienen en sus actividades de activismo, así como su «real» alcance.

Con este marco conceptual y metodológico los autores concluyen que los participantes en esta investigación construyen un orden que les permite legitimar sus acciones. Por un lado, ven en las tecnologías digitales artefactos para ejercer un «poder democratizador» en tanto estas plataformas disminuyen las barreras de entrada para la participación y el activismo, así como ofrecen la posibilidad de expresar y difundir mensajes. Por otro lado, ese potencial democratizador se sitúa en un contexto de «brecha digital», que opera como una limitante tanto a nivel de acceso a conexiones y plataformas, así como también en una dimensión de conocimiento respecto a cómo utilizar estos dispositivos tecnológicos. Así los actores conciben, definen y llevan a la práctica sus repertorios de activismo digital: prácticas que se mueven entre el uso de medios sociales para difundir ideas y actividades, sin una lógica particular vinculada a las características del medio, y acciones con un alto despliegue de conocimiento tecnológico y herramientas digitales.

Los hallazgos del estudio muestran cómo se entrecruzan los imaginarios de distintos actores que son parte de organizaciones involucradas en acciones de activismo político orientadas a promover ideas en la esfera pública, así como también a generar transformaciones legales e institucionales a través de diversas demandas. Así se entiende que la tensión existente entre el «poder democratizador» que los actores ven en el uso de tecnologías digitales como parte de sus acciones de activismo y el contexto nacional de «brecha digital» tenga un carácter performativo. Esto significa que los discursos en torno a las tecnologías digitales y la «nueva cultura participativa» gracias a Internet y que circulan en la esfera pública operan como un contexto y motor que orientan las definiciones y el

espacio en el que se desenvuelven los activistas locales. De esta forma, el trabajo de Millaleo y Cárcamo provee de una aproximación teórica, así como también de datos (entrevistas) que son escasos en las investigaciones locales sobre activismo digital, tradicionalmente acotadas a encuestas que operan como fotos de un momento particular (con mayor o menor detalle dependiendo del tipo de encuesta). Ahora bien, el estudio es un primer paso que debiera ampliarse teniendo en cuenta que los participantes son actores con altos niveles de interés e involucramiento en procesos de participación política y en acciones de activismo. Tal como sugieren Millaleo y Cárcamo, queda la pregunta pendiente respecto a las formas en que los discursos y representaciones de este grupo de activistas se relacionan o no con los del resto de la sociedad. También quedan pendientes otras preguntas como, por ejemplo, ¿qué entienden los participantes por «activismo»?; ¿de qué manera la comunicación y las tecnologías digitales son parte de esas definiciones?

Tomando como puerta de entrada el trabajo de Millaleo y Cárcamo, en este ensayo abordaré la relación entre las prácticas de participación política —especialmente de los jóvenes—, los procesos de comunicación y el uso de tecnologías digitales en el contexto chileno. Intento presentar un pequeño marco conceptual para abordar la complejidad de la participación política y los procesos comunicacionales asociados a ella en la era de Internet. En la primera sección se discutirán algunas aproximaciones teóricas para indagar en la relación entre ciudadanía, comunicación y democracia en la era de Internet. Luego, ocupando los datos de la encuesta «Jóvenes y Participación Feedback-UDP» se analizarán las prácticas de participación y los dispositivos tecnológicos que son parte de ellas en el caso chileno, específicamente de jóvenes entre 18 y 29 años. Finalmente, se discutirán las implicancias que tiene para la democracia las prácticas de participación política y circulación de contenidos por parte de los ciudadanos/audiencias en el Chile actual.

Derribando mitos sobre las tecnologías digitales

Es común ver en la prensa distintos artículos donde se destaca el papel que tendrían las nuevas tecnologías en la organización y difusión de demandas de distintos grupos de interés que han aparecido en los últimos años, desde las protestas políticas en Egipto y Grecia hasta el actuar de movimientos como Occupy Wall Street (OWS) o los Indignados en España. En Chile también se han desplegado públicamente distintos grupos y demandas, desde el movimiento estudiantil, las demandas de comunidades indígenas, pasando por los movimientos encabezados por organizaciones medioambientales, hasta iniciativas destinadas a fomentar el uso de la bicicleta junto a agrupaciones que promueven la igualdad de género y la defensa de minorías sexuales. Palabras como disconformidad y politización abundan en la cobertura de estos grupos, especialmente en el caso chileno; pero sobre todo varios de esos artículos destacan el rol de las redes sociales, Internet y los teléfonos inteligentes para visibilizar y movilizar causas y discursos en la esfera pública. Todo como una especie de «combo» donde las motivaciones, iniciativas, demandas y acciones de estos grupos son una cadena de producción que descansa principalmente en el papel de las tecnologías digitales para que tomen forma. Muchas veces esta misma hipótesis se traslada a las políticas gubernamentales locales e internacionales.

No es de extrañar que los medios de comunicación pongan ese énfasis en su cobertura a los movimientos y sus demandas. Lo que sí sorprende es el carácter lineal —más bien de causa-efecto— que le atribuyen a la relación entre el papel que juegan las tecnologías digitales y las prácticas de participación y activismo de quienes salen a las calles a protestar. Por ejemplo, resumiendo y reduciendo la representación de los medios, estaríamos frente a un «nuevo ciudadano» por el hecho de tener un teléfono móvil o una cuenta en Twitter, ya que esas tecnologías permiten la expre-

sión y la difusión de ideas. Esta visión también se materializa en distintos titulares que mencionan a las redes sociales como si fueran una entidad viva con características definidas y no como un espacio en construcción de ensayo y error donde —tal como lo demuestran Millaleo y Cárcamo— actores y organizaciones intentan representar sus actividades y demandas políticas. Ahora bien, ¿qué deja fuera esta relación causal que establecen los medios a la hora de referirse al activismo digital y a la participación política de las personas en relación al uso de tecnologías digitales? La complejidad de conceptos como ciudadanía y cultura política que dejan a las tecnologías digitales como un resultado, es decir, como un ensamblaje de objetos, prácticas y discursos que se sitúan y construyen en contextos particulares. Esto es contrario al determinismo tecnológico que sitúa a las tecnologías digitales como un conjunto de objetos con características fijas o predeterminadas cuyo «efecto» en las acciones de las personas es verificable de antemano. Dicho de otra forma, ¿de qué manera las tecnologías digitales se incorporan a la «caja de herramientas» que la gente utiliza para ser ciudadanos y participar políticamente? ¿Cómo afectan estas tecnologías los procesos comunicacionales de las personas que a su vez orientan sus acciones de participación política?

Explorando las «culturas cívicas»

Tradicionalmente el concepto de *ciudadanía* se entiende como una serie de derechos y obligaciones legales asociados a la relación que un individuo establece con el Estado. De igual forma, la participación política como concepto se ha centrado principalmente en la posibilidad que tienen esos ciudadanos de participar en elecciones para elegir a sus representantes. Ahora bien, en esas definiciones no necesariamente caben actividades de expresión (en un muro en Facebook o un *tweet*), ni tampoco los imaginarios y experiencias que van más allá de participar

en una elección presidencial y que constituyen el capital político de los individuos.

Distintos autores han intentado ampliar el concepto de ciudadanía, situándolo más allá de una relación y mandato legal con el Estado. Dahlgren (2009) y Loader (2006), por ejemplo, destacan la importancia que tienen las experiencias e imaginarios de las personas a la hora de llevar adelante una acción política. Así, la ciudadanía no sólo incorpora un componente legal, sino que valores, símbolos, experiencias, imaginación e identificación que proveen de sentido la acción y el comportamiento político de las personas. Ésta es una pregunta que queda abierta en el trabajo de Millaleo y Cárcamo, es decir, cómo invocan los actores que participan de la investigación y en organizaciones de la sociedad civil el concepto de *ciudadanía*. Específicamente, cómo esa definición se conecta con las definiciones que los actores tienen respecto del papel que juegan las tecnologías digitales en relación a la vinculación con los asuntos públicos, por ejemplo. Aquí cobra importancia el concepto de *cultura cívica* (Dahlgren, 2009, 2006), que opera como marco de referencia para futuros estudios y como un entramado sobre el cual se puede evaluar la relación ciudadanía-tecnologías digitales en la vida cotidiana de las personas.

Por *cultura cívica* se apunta a los significados creados y compartidos por las personas en la vida cotidiana que funcionan como condiciones para la participación democrática, ya sea en instituciones de la sociedad civil, involucrándose en los asuntos públicos y actividades políticas en general (Dahlgren, 2006: 2). Para abordar empíricamente el estudio de las culturas cívicas, Dahlgren sugiere explorar cuatro dimensiones que permiten incorporar el papel de los medios de comunicación en las democracias modernas: 1) conocimiento y competencias, 2) valores democráticos, 3) prácticas, rutinas y tradiciones, y 4) identidad de ciudadanos.

La información que proveen los medios a través de análisis y noticias permite a las personas adquirir conocimiento sobre los asuntos públicos.

Con esa información también pueden expresar ideas y opiniones esenciales para el involucramiento en los procesos políticos. Con la posibilidad que entregan los medios sociales en línea de personalizar esas plataformas para que los individuos difundan lo que consideran relevante, cabe preguntarse qué información y contenidos son relevantes para que estas personas desarrollen conocimiento político y se involucren así en los asuntos públicos. De esta forma, las mismas prácticas de las personas en relación a la información que circula en la esfera pública nubla los límites de conceptos como información periodística y cultura popular, ciudadanos y consumidores, política y consumo, espacio público y privado.

La adscripción a los valores democráticos implica validar y respetar los cimientos legales e institucionales que sostienen la vida política y la democracia. Creer en la democracia, las instituciones y la representatividad a través del mandato que las personas le otorgan a sus autoridades sostiene la existencia misma de una democracia. La democracia y los valores asociados a ella —como tolerancia, respecto, reciprocidad, libertad y justicia— requieren que las personas los adscriban y practiquen, tanto a nivel racional y emocional. En el caso chileno, si bien se presentan altos niveles de confianza en la democracia y en las instituciones en comparación con otros países de América Latina, en los últimos años en el país han disminuido los niveles de confianza en los partidos e instituciones como el Congreso (Morales, 2008). Navia y Real (2013) sugieren que —al menos hasta 2009, antes de las movilizaciones estudiantiles— en Chile quienes consumen más información de los medios presentan mayores niveles de confianza en las instituciones que aquellos que no lo hacen.

Las prácticas, rutinas y tradiciones de las personas dan vida a la democracia, pero también otorgan sentido a los individuos para involucrarse en ellas. Desde informarse y conversar sobre los asuntos públicos con los pares hasta acudir a las urnas a votar, son actividades significativas que derivan en tradiciones. Las representaciones que los medios hacen

de ellas también juegan un rol fundamental en cómo las personas las valoran de manera individual y colectivamente. De igual forma, el papel de los medios muchas veces puede ser un insumo relevante para que los individuos se involucren o no en dichas prácticas. Así lo demostraron Couldry y otros (2008) en el Reino Unido al dar cuenta que los medios de comunicación —principalmente la información, imágenes y representaciones que proveen— conectan a los individuos con los asuntos públicos y con el valor de la democracia, a diferencia de otros estudios como el de Putnam (2000), quien le atribuye a la televisión la responsabilidad de debilitar los vínculos y lazos entre las personas, lo que atentaría contra la participación política y el capital social.

Por último, la identidad de los ciudadanos no es un traje de talla única. Se construye en función de los contextos y relaciones sociales en las que los individuos participan. Es un proyecto reflexivo, en constante movimiento. En este sentido, Dahlgren (2008: 120-121) sugiere que el concepto de ciudadanía se complementa con formas no tradicionales de participación política, así como también con cuán empoderado se siente un individuo en su rol de ciudadano en tanto pueda identificarse como un miembro de una comunidad política. En relación al papel de las tecnologías digitales —particularmente Internet y los medios sociales en línea— la dimensión de interés para el concepto de ciudadanía es cómo estos artefactos se incorporan a los procesos comunicativos de las personas. ¿De qué manera el uso de plataformas digitales —y los contenidos que allí circulan— alimentan el repertorio de acción/interés político de los ciudadanos?

El marco analítico que propone Dahlgren permite analizar empíricamente el papel que tienen los medios de comunicación y las tecnologías digitales en representar y proveer de recursos para la circulación e interacción en torno a información sobre los asuntos públicos y políticos. Con ello también es posible explorar cómo las personas imaginan y ex-

perimentan la democracia a través de la relación que establecen con los medios y plataformas digitales. Dahlgren y Olsson (2007), a través de entrevistas a dirigentes jóvenes de ONG, indagaron en la construcción de identidad de los activistas en relación al uso que le dan a las tecnologías digitales, así como también el significado que tiene Internet en sus actividades cotidianas. Similar a lo que muestran Millaleo y Cárcamo, Internet provee de información alternativa, permite la coordinación interna, el contacto con líderes de opinión, recursos para el activismo y el acceso a «esferas públicas» más allá de sus respectivas organizaciones (Dahlgren y Olsson, 2007: 80). En tanto, Internet se convierte en un insumo que —en el contexto de las actividades cotidianas de los actores y en relación a otros medios de comunicación— complementa la permanente construcción de identidad de las organizaciones, así como también la identidad política de sus miembros. En este sentido, para quienes estudiamos la relación entre la participación política, es clave el activismo y el uso de tecnologías digitales, y la comprensión de estas actividades en un contexto más amplio de relaciones sociales y de medios de comunicación. Así, el análisis no sólo se centra en Internet y otras tecnologías digitales de manera aislada, sino que las entiende como herramientas que se sitúan e interactúan en diversas relaciones, contextos variados y a la par con otros artefactos.

Subactivismo y tecnologías de la participación

Otra perspectiva de interés para complementar el trabajo de Millaleo y Cárcamo es el concepto de *subactivismo* (Bakardjieva, 2009: 6). Por este concepto se entienden las decisiones y acciones de las personas a pequeña escala que tienen un marco de referencia político o ético (o ambos) y que están inmersas en la vida cotidiana. Desde esta perspectiva, las tecnologías digitales operan como plataformas que pueden ser parte de esos

marcos de referencia o —al mismo tiempo— como espacios para la expresión de ellos. ¿Qué mueve a los activistas a involucrarse en la defensa y promoción de ciertas causas? ¿Qué papel tienen en esas motivaciones las tecnologías digitales?

En un breve ensayo, Tironi y Hermosilla (2012) proponen «escuchar a los movimientos sociales» más que «explicarlos», además de indagar en el papel que juegan las «tecnologías de la participación» en su existencia y actuar. Estas tecnologías son «lugares, instrumentos y redes» donde se constituyen los colectivos. Estas tecnologías formatean a los colectivos, ya que al operar como espacios donde circulan mensajes e imágenes contribuyen a la construcción de identidad de ellos. Aquí la observación se centra no sólo en los discursos de los actores, sino también en sus acciones y prácticas cotidianas que al ser constantes en el tiempo dan vida a las organizaciones y sus causas. Las tecnologías de la participación tienen un rol performativo en la constitución de los movimientos sociales. Permiten la circulación de información, al mismo tiempo que articulan la identidad del grupo y sus miembros. Son espacios donde se distribuye conocimiento que a su vez se hace visible contrastándolo con otros discursos que circulan en la esfera pública. Las causas que promueven individuos y organizaciones operan como un ensamble compuesto por *links*, fotos, *likes*, cadenas de *e-mails*, estudios, etcétera.

Tomemos como ejemplo el movimiento estudiantil. Si bien en Chile los niveles de desigualdad también se reflejan en el acceso y uso de tecnologías digitales, aquellos que las incorporan a su repertorio de acción política están redefiniendo ciertas categorías de ciudadano y sus formas de participación. Por un lado, el panorama puede ser devastador, tomando en cuenta los altos niveles de desconfianza que presentan los jóvenes hacia el sistema político, sus bajos niveles de votación y participación en campañas. Por otro, hay una visión más optimista, en tanto el interés se centra en aquellos ciudadanos jóvenes que ven en las tecnologías digitales

un espacio para la expresión política, la información sobre los asuntos públicos, así como también una plataforma para la organización de acciones que van más allá de una esfera pública en línea. Al usar Internet y los medios sociales —e independiente de que sean o no una gran mayoría— quienes sí lo hacen están encontrando un espacio para construir formas de ciudadanía que los conectan con los asuntos públicos y no necesariamente a través del voto y el contacto cara a cara.

A través de esta combinación de recursos e intereses, la suma de las acciones de quienes se vincularon a las movilizaciones estudiantiles por medio de las redes sociales lograron ampliar la difusión de las demandas estudiantiles. De igual forma lograron ser parte de la agenda de los medios tradicionales. Esto no significa que el uso de redes sociales, Internet y otras plataformas digitales de comunicación sustituyan las acciones de participación consideradas como válidas por el sistema político. Lo que sí han permitido es fomentar novedosas estrategias de participación en un escenario de desigualdad. En esta dimensión, algunos autores han puesto atención a cómo se mezclan la información política que proveen los medios, por ejemplo, con elementos de la cultura popular que luego las personas circulan a través de Facebook o Twitter (Jenkins, 2006; Jenkins y otros, 2013). Un par de ejemplos fueron la aplicación «cacerolazo virtual» creada por un publicista en 2011 como una forma de apoyar al movimiento estudiantil y la distribución a través de los muros de Facebook de distintas «pancartas» digitales que proveían información sobre las protestas y demandas estudiantiles. Una acción que logró ser parte de los contenidos de los medios tradicionales —validando una nueva forma de protestar— fue la difusión en YouTube de un video que recreaba la coreografía de *Thriller* de Michael Jackson. Esa acción emergió como un ensamblaje de cultura popular y política, donde quienes la desarrollaron tenían un rol de productores de contenido, pero a la vez de audiencias, de ciudadanos y consumidores.

Más que preguntarnos por la efectividad de estas acciones, su masividad o impacto, podemos poner atención —y eso es algo que podría complementar el estudio de Millaleo y Cárcamo— en cómo las personas se sienten participando de los procesos políticos a través de la incorporación de tecnologías digitales a su repertorio de acción política. En el caso de los jóvenes, si no votan, ni participan en campañas políticas, ¿de qué manera apretar el botón *like* en Facebook los hace sentir partícipes de los asuntos públicos o de un proyecto colectivo? Dicho de otra forma, ¿de qué manera estas plataformas permiten la creación de experiencias colectivas que vinculen a las personas y las doten de un sentido de lo «público»? Con esto no apunto a que el uso y acceso a estas plataformas disminuya las brechas de participación política en Chile. Para ello la educación cívica en colegios —incorporando el uso de plataformas digitales para la información, expresión y participación en los asuntos públicos— es una política mucho más de largo plazo. La pregunta que queda abierta es cómo el sistema político incorpora y valida estas formas de participación y expresión que convergen en plataformas digitales. En el caso de las organizaciones estudiadas por Millaleo y Cárcamo, éstas tienen el desafío de incorporar esa «participación» y experiencia colectiva que logran a través de Internet y las redes sociales a iniciativas que les permitan desarrollarse en el largo plazo (por ejemplo, a través del *fundraising*) o, desde una perspectiva más institucional, a través de la transformación de las leyes y una conexión permanente con las autoridades políticas. Más allá de convertirse en referentes mediáticos o líderes de opinión en relación a sus respectivas causas.

Más allá de las ONG: jóvenes, expresión y participación desde lo digital

Tomando en cuenta que el trabajo de Millaleo y Cárcamo se centra en actores que son parte de organizaciones sin fines de lucro, con altos nive-

les de activismo y participación, ¿qué ocurre con el resto de los chilenos, especialmente los jóvenes? Desde 2009 la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales y Feedback desarrollan la encuesta «Jóvenes y Participación». A través de ella es posible analizar las tendencias en relación a las distintas formas de participación política de los jóvenes y el papel que tienen en ellas las tecnologías digitales. Al tomar los años 2011 y 2012 es posible tener una mirada más amplia sobre las «tecnologías de la participación» en el Chile actual.

Los datos recolectados a través de esta encuesta dan cuenta de un cambio en la concepción del concepto de ciudadanía entre los jóvenes. Tal como sugieren Bennett (2008) y Dalton (2009), los ciudadanos «autorrealizados» son aquellos que encuentran un espacio de participación y expresión política en las tecnologías digitales, así como también en otras organizaciones sociales asociadas al trabajo comunitario. A diferencia de ellos, los ciudadanos «obedientes» se identifican con formas más tradicionales de participación, como el voto en elecciones. Diversas investigaciones han explorado la relación entre los ciudadanos y el papel que tienen las tecnologías digitales. Al igual que lo planteado por Millaleo y Cárcamo, la discusión se enfoca en el debate existente entre los *ciberoptimistas* (Norris, 2000; Xenos y Moi, 2007) y los *ciberpesimistas* (Nie, 2001; Putnam, 2000). Los primeros ven en Internet una capacidad instrumental para disminuir los costos de organización, comunicación y participación de las personas en los asuntos públicos. En tanto los segundos consideran que las tecnologías digitales no hacen más que alejar a la gente de la política. Ahora bien, estas categorías son discutibles en tanto operan como conceptos excluyentes que no necesariamente dan cuenta de la complejidad de las relaciones que establecen las personas con las tecnologías digitales para distintos fines. Por ejemplo, hay evidencia que da cuenta de la importancia de los contextos en los cuales los individuos usan las tecnologías para participar en política, así como también los distintos usos que

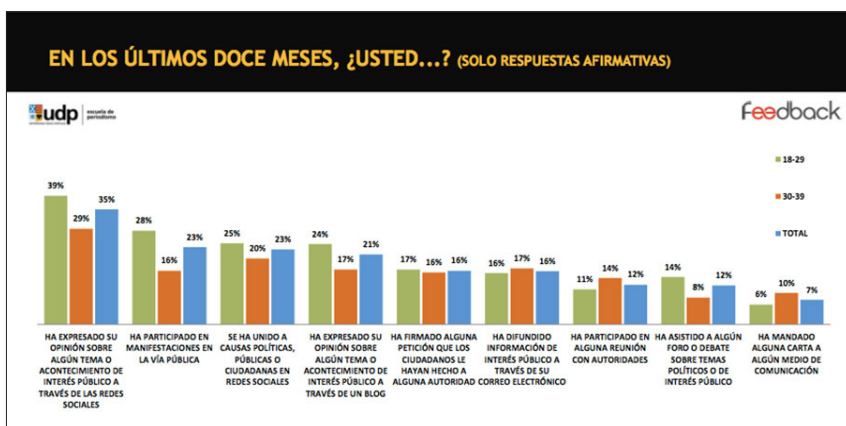


Figura 1. Participación social de jóvenes y adultos en Chile 2012.

Fuente: Encuesta «Jóvenes y Participación 2012».

le dan a ellas (Kwak, Shah y Holbert, 2004; Shah, Kwak y Holbert, 2001). Por otra parte, estos conceptos no necesariamente incorporan variables sociales y psicológicas que median la relación entre individuos y tecnologías (Bimber, 2001). De esta forma, una pregunta que Millaleo y Cárcamo pueden abordar en futuras investigaciones es si las personas invocan al reflexionar sobre sus experiencias las categorías de *ciberoptimistas* y *ciberpesimistas*. Probablemente, el escenario es más complejo que eso y menos reduccionista que lo surgido por las categorías. En ello debieran influir los contextos particulares en los que las tecnologías digitales son un recurso importante para las prácticas de participación política de las personas, así como también sus características psicológicas.

En su versión 2012, la encuesta «Jóvenes y Participación» incluyó una muestra tanto de jóvenes de 18 a 29 años como de adultos de 30 a 39 años. Estos datos dan cuenta que una parte considerable de jóvenes se comporta como ciudadanos «autorrealizados». La figura 1 muestra que un 39% de los jóvenes entre 18 y 29 años utiliza las redes sociales para expresar su opinión sobre los asuntos públicos. De igual forma, este grupo presenta altos niveles de participación en manifestaciones en la vía pública. Además de ser un espacio para la expresión, también las redes sociales en línea operan como proveedores de información sobre temas públicos para los jóvenes. Por ejemplo, en 2012 las redes sociales fueron el medio más utilizado para informarse sobre las movilizaciones estudiantiles después de la televisión y la conversación con cercanos. Además, 7 de cada 10 personas entre 18 y 29 años recibió información sobre el tema a través de

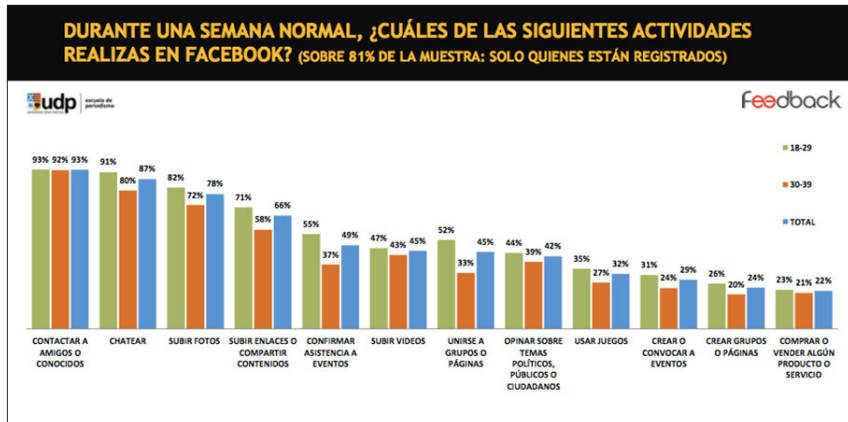


Figura 2. Actividades en Facebook. Personas entre 18 y 39 años.

Fuente: Encuesta «Jóvenes y Participación 2012».

Facebook y Twitter. Esto se diferencia del grupo conformado por aquellas personas entre 30 y 39 años donde sólo un 48% se informó sobre el conflicto estudiantil a través de las redes sociales.

Los datos de esta encuesta muestran que a mayor edad es distinta la aproximación al uso de redes sociales. Por ejemplo, existe un grupo conformado por aquellos jóvenes entre 18 y 29 años que utiliza estas plataformas tanto para informarse como para expresarse sobre los asuntos públicos. En tanto, un grupo de mayor edad (30-39 años) se expresa en estas plataformas, pero a la hora de informarse opta por los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio y la prensa escrita.

La figura 2 muestra el uso de Facebook por parte de los encuestados. Interesantes son las diferencias que aparecen entre jóvenes de 18 y 29 y adultos entre 30 y 39 años. Si bien ambos grupos utilizan Facebook para relacionarse con amigos, a la hora de «subir enlaces» y «compartir información» el primer grupo (71%) lo hace con mayor frecuencia que el segundo (58%). Lo mismo ocurre a la hora de opinar sobre temas «políticos y ciudadanos» (44% y 39%, respectivamente). Aparte de ser un espacio de comunicación, también para una mayoría considerable del grupo conformado por jóvenes de 18 a 29 años, Facebook opera como un espacio para la expresión y el intercambio de opiniones sobre los asuntos públicos.

La investigación desarrollada con los datos de la encuesta «Jóvenes y Participación» entrega interesantes hallazgos para el caso chileno. Por ejemplo, el consumo de noticias en medios de comunicación y medios sociales como Facebook, están relacionados positivamente con la dispo-

sición a votar de los jóvenes (Scherman y Arriagada, 2012). Ahora bien, tomemos como ejemplo dos importantes movilizaciones ocurridas durante 2011: el movimiento estudiantil y las protestas en contra del proyecto HidroAysén. En el caso de las movilizaciones estudiantiles, 8 de cada 10 jóvenes entre 18 y 29 años conversó sobre el tema con otras personas, pero un 45% difundió información en redes sociales. En el caso de HidroAysén, un 42% de los jóvenes entre 18 y 29 años compartió información relacionada con el proyecto en plataformas como Facebook o Twitter. Scherman, Arriagada y Valenzuela (2013) concluyen con estos datos que aquellas personas con una cuenta activa en estas redes sociales tienen una mayor probabilidad de participar en actos de protesta y movilizarse. El consumo de noticias en medios de comunicación tradicionales presenta bajos niveles de asociación con las prácticas de participación política de los jóvenes en el movimiento estudiantil y en las protestas contra HidroAysén. Al contrario, son los medios de información en línea, como blogs y sitios de noticias, los que sí tienen una «incidencia positiva» en esas prácticas (Scherman, Arriagada y Valenzuela, 2013: 197). Una conclusión relevante del trabajo de Scherman y otros (2013) es que no siempre el uso de medios sociales para protestar —en el caso de las movilizaciones estudiantiles e HidroAysén— está determinado por valores culturales y políticos de las personas. De esta manera, concluyen, estos medios se convierten en un espacio para la amplificación y masificación de sus demandas y de las protestas en las que participan.

Independiente de las preguntas de investigación e hipótesis, diversos trabajos realizados con los datos de esta serie de encuestas llegan a una conclusión similar. Son preocupantes las diferencias socioeconómicas existentes entre aquellos que usan e incorporan al ejercicio de su ciudadanía los medios sociales en línea y aquellos que no lo hacen. Así queda de manifiesto que estamos frente a una desigualdad informativa y considerables diferencias de capital tecnológico entre los chilenos. Más allá

de la brecha digital entre aquellos que tienen acceso a Internet y diversas plataformas de comunicación digital, el problema es que estas diferencias reflejan la escasez de recursos para expresar y participar de los asuntos públicos que tienen las personas en estas plataformas. Aquellos que ahora no lo hacen —ya sea por no tener acceso o por no desarrollar esa capacidad de involucramiento a través de estas plataformas— están en una situación de desventaja frente a quienes han desarrollado esas habilidades. ¿Qué ocurre si el sistema político incorpora esas formas de participación? ¿Cómo imaginan y practican su ciudadanía aquellas personas que perciben como bien valorado —social y políticamente— el uso de los medios sociales en línea versus aquellos que no?

Comentarios finales

El trabajo de Millaleo y Cárcamo opera como una puerta de entrada para explorar la relación entre tecnologías digitales y prácticas de activismo. Para ello toman como caso de estudio a una serie de ONG que han tenido relevancia pública, promoviendo causas y demandas. A través de entrevistas con miembros de esas organizaciones los autores concluyen que este grupo se mueve entre un paradigma que celebra el «poder democratizador» de las tecnologías digitales para el desarrollo de sus actividades y la existencia de una «brecha digital» que impide desarrollar más el potencial de esas herramientas.

Esta conclusión opera como una pregunta abierta necesaria de ser explorada con mayor profundidad, más allá de los activistas digitales. Por un lado, ¿de qué manera ese «poder democratizador» que invocan las personas para relacionarse con las tecnologías las lleva a sentirse parte de una o varias esferas públicas? ¿En qué se traduce esa mayor democracia? ¿Cómo imaginan y practican el ejercicio de su ciudadanía las personas comunes y corrientes cuando invocan el «poder democratizador» de las

tecnologías digitales? En relación a la «brecha digital» que plantean los autores, queda la pregunta abierta: ¿esas personas se sienten o no parte de una forma de ejercer ciudadanía que requiere la incorporación de las tecnologías digitales en las formas cotidianas de involucramiento de las personas con los asuntos públicos?

Por eso aquí se propone indagar en esa cotidianeidad —ya sea en la forma de «subactivismo» o de la constitución de «culturas cívicas»— donde las personas invocan imaginarios y los llevan a la práctica a través de diversas tecnologías digitales en conjunto con otros actores —como los medios masivos— y contextos sociales. El desafío es simple: cómo las personas entienden y practican el «poder democratizador» de las tecnologías. ¿Se sienten parte de ese relato? Al mismo tiempo, cómo construyen su capital digital a través del uso que le dan a estas plataformas, pero, sobre todo, de qué manera esas prácticas operan como marcos para distinguirse como ciudadanos en distintos contextos. No sólo en una elección presidencial, sino también a la hora de relacionarse con los pares o sentirse parte de una comunidad política.

Los datos que entrega la encuesta «Jóvenes y Participación» dan cuenta que —en ese grupo conformado por aquellos que tienen entre 18 y 29 años— las tecnologías digitales, especialmente los medios sociales en línea, operan como espacios para el involucramiento con los asuntos públicos, entregando recursos para la construcción de un capital político, así como espacios para la expresión política. Ahora bien, la encuesta permite indagar en los efectos de las tecnologías sobre las prácticas de participación de los jóvenes, los contextos y características sociopsicológicas de los encuestados. Queda espacio para indagar en la construcción de mundos e imaginarios de las personas en relación al papel que juegan cotidianamente las tecnologías digitales, tanto a la hora de participar políticamente a través de esas plataformas, pero también respecto a cómo se sitúan esas plataformas en contextos más am-

plios con otros medios de comunicación, instituciones, marcos legales y relaciones sociales.

El marco propuesto en este ensayo requiere de una aproximación empírica desde la etnografía, es decir, a través de la observación de las prácticas cotidianas de los actores por un período extendido de tiempo. Así como también analizar sus reflexiones e imaginarios respecto de lo que hacen y de lo que se sienten parte a la hora de utilizar o no las plataformas digitales para expresarse y participar políticamente. Los estudios comparativos son necesarios. Con ello será posible entender cómo los individuos invocan conceptos y los llevan a la práctica, y de qué manera operan como marcos para desenvolverse y crear un orden social, tanto en el contexto chileno como en otros a nivel internacional.

Referencias

- BAKARDJIEVA, Maria (2009). «Subactivism: Lifeworld and politics in the age of the Internet». *The Information Society*, 25 (2): 91-104.
- BENNETT, W. Lance (2008). «Changing citizenship in the digital age». En W. Lance Bennett (ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 1-24). Cambridge: The MIT Press.
- BIMBER, Bruce (2001). «Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level». *Political Research Quarterly*, 54: 53-67.
- BOLTANSKI, Luc y Laurence THEVENOT (2006). *On justification. The economies of worth*. Princeton: Princeton University Press.
- COULDRY, Nick, Sonia LIVINGSTONE y Tim MARKHAM (2008). *Media consumption and public engagement*. Londres: Palgrave.
- DAHLGREN, Peter (2007). Internet and the democratization of civic culture. Working paper. Disponible en <http://bit.ly/1aunG1A>.
- DAHLGREN, Peter y Tobias OLSSON (2007). «Young activists, political ho-

- rizons and the Internet: Adapting the net to one's purposes. En Brian Loader (ed.), *Young citizens in the digital age* (pp. 68-81). Londres: Routledge.
- DAHLGREN, Peter (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication and democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DALTON, Russell J. (2008). «Citizenship norms and the expansion of political participation». *Political Studies*, 56: 76-98.
- JENKINS, Henry (2006). *Convergence culture*. Nueva York: New York University Press.
- JENKINS, Henry, Sam FORD y Joshua GREEN (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked world*. Nueva York: New York University Press.
- KWAK, Nojin, D. V. SHAH y R. L. HOLBERT (2004). «Connecting, trusting, and participating: The interactive effects of social associations and generalized trust on collective action». *Political Research Quarterly*, 57: 643-652.
- LOADER, Brian (2007). *Young citizens in the digital age*. Londres: Routledge.
- MORALES, Mauricio (2008). «Evaluando la confianza institucional en Chile». *Revista Ciencia Política*, 28 (2): 161-186.
- NAVIA, Patricio y Paulette REAL (2013). «El consumo de medios y la confianza en las instituciones en Chile, 1995-2009». En Arturo Arriagada y Patricio Navia (eds.), *Intermedios: medios de comunicación y democracia en Chile* (pp. 81-100). Santiago: Ediciones UDP.
- NIE, Norman (2001). «Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings». *American Behavioral Scientist*, 45: 420-435.
- NORRIS, Pippa (2000). *A virtuous circle? Political communications in post-industrial democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PERIODISMO UDP-FEEDBACK (2011). *Tercera Encuesta de Jóvenes, Participación y Consumo de Medios*. Disponible en <www.cip.udp.cl>.

- . (2012). *Cuarta Encuesta de Jóvenes, Participación y Consumo de Medios*. Disponible en <www.cip.udp.cl>.
- PUTNAM, Robert (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of the American community*. Nueva York: Simon & Schuster.
- SHAH, Davan. V., Najim KWAK y R. L. HOLBERT (2001). «'Connecting' and 'disconnecting' with civic life: Patterns of Internet use and the production of social capital». *Political Communication*, 18: 141-162.
- SCHERMAN, Andrés, Arturo Arriagada y Sebastián Valenzuela (2013). «La protesta en la era de las redes sociales: el caso chileno». En Arturo Arriagada y Patricio Navia (eds.), *Intermedios: medios de comunicación y democracia en Chile* (pp. 181-199). Santiago: Ediciones UDP.
- SCHERMAN, Andrés y Arturo ARRIAGADA (2012). «Jóvenes, disposición a votar y consumo de medios en Chile». *Comunicación y Sociedad*, 25 (1): 85-111.
- TIRONI, Manuel y Juan Cristóbal HERMOSILLA (2012). «Redes sociales y experticia ciudadana: nuevas formas de hacer política». Publicado en *Diario 30*, 6 de marzo. Disponible en <<http://bit.ly/Iv4TbO>>.
- XENOS, Michael y Patricia MOY (2007). «Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement». *Journal of Communication*, 57: 704-718.

Cómo estudiamos el impacto y la experiencia de nuevas prácticas sociocomunicativas del activismo digital ciudadano

Hablar de activismo digital implica necesariamente preguntarse por el uso estratégico comunicacional que hacen de las tecnologías de información y comunicación (TIC), no sólo de la red de Internet, personas, organizaciones, agrupaciones y colectivos de la sociedad civil y movimientos sociales y ciudadanos en el desarrollo de acciones y estrategias colectivas que buscan el logro de metas y objetivos específicos en la agenda política, social y pública de un país. Un punto clave entonces para la investigación, análisis y sistematización que se hace en este campo, que vemos emerger con entusiasmo, es preguntarse por el lugar y el sentido estratégico que ocupa la comunicación en las organizaciones chilenas de la sociedad civil con la diversidad de perfiles que implican, particularmente en la última década.

El activismo social es fundamentalmente una práctica política y estratégica, pero también supone un accionar comunicacional y, en ese sentido, cabe preguntarse cuál es el trabajo comunicacional que piensan, planifican y desarrollan las organizaciones sociales. En ese proceso no sólo importa el *uso per se* de las TIC, usarlas porque las damos por supuestas, sino que *el sentido del uso* y la apropiación estratégica que hacen las organizaciones sociales de las aplicaciones y recursos que ofrece la comunicacional digital.

El trabajo que nos proponen Millaleo y Cárcamo contribuye con una necesaria exploración y descripción de lo que ha pasado con esta sociedad civil chilena en tiempos de una Internet marcada por el sello de los servicios y aplicaciones de la web social, que bajo la promesa de ser par-

ticipativa, colaborativa e interconectada (Rheingold, 2004; Cobo, 2007; Shirky, 2010), también puede ser un espejismo de participación, acción y finalmente de cambio y transformación social. Sus resultados entregan una buena panorámica acerca del trabajo de formación consolidación y análisis crítico que se necesita potenciar para que esta relación entre el uso de las TIC, activismo y comunicación permita el desarrollo de modelos y metodologías que sean coherentes con las necesidades y los recursos de organizaciones, colectivos y movimientos sociales.

El aporte que desarrollaremos es el análisis desde la perspectiva de la «ciudadanía comunicativa» (término propuesto por Mata, 2006), es decir, desde «el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y [desde] el ejercicio de ese derecho» (Mata, 2006: 9).

Chile ha sido un campo fértil para el uso y la masificación de las TIC, de Internet y de las aplicaciones de redes sociales (con un récord de usuarios a nivel latinoamericano en redes como Facebook y Twitter) y con 24 millones de abonados a telefonía celular (Subtel, 2012). Sin embargo, a nivel de hogares aproximadamente entre 41% y 45% tiene conexión a Internet (Subtel, 2012; Censo, 2012).¹ Se ha demorado la implementación de la conectividad digital en los sectores rurales y el acceso igualitario a banda ancha (bajando los precios y garantizando la calidad de la conexión), y queda la tarea de resolver los problemas en la infraestructura de telecomunicaciones evidenciadas por el terremoto de febrero de 2010.

En este proceso, las posibilidades de instalar lógicas y prácticas de activismo a través de las plataformas digitales asume el doble desafío de evitar nuevos procesos de exclusión social, de quienes no están conectados,

1. Señalamos el dato preliminar que entregó el Censo 2012 sobre conectividad digital en hogares chilenos a modo de referencia, si bien este resultado está cuestionado por la revisión completa que se realizará del Censo.

y a la vez potenciar este espacio como un espacio público, donde articular debates y acciones colectivas.

Desde los medios de comunicación y desde el análisis general de algunos especialistas, se comienza a construir la idea que desde la entrada a la segunda década del 2000, gracias a la llegada de estas tecnologías y plataformas digitales —llamadas por los optimistas como tecnologías de la participación—, no sólo se comienza a generar una nueva forma para las acciones de movilización colectiva ciudadana, para las acciones de organizaciones sociales en sus estrategias de denuncia y llamada a la protesta social frente a demandas e injusticias, para la articulación estratégica de movimientos sociales, sino también incide en el activismo individual que usa recursos y redes digitales para dar a conocer sus protestas.

¿Qué es lo nuevo que aportan las tecnologías digitales de comunicación al accionar de los movimientos y organizaciones que buscan hacer activismo? Como señalarán Tilly y Wood (2009), la pregunta más bien debería ser: ¿de qué modo la integración en las relaciones y las prácticas sociales ya existentes de las innovaciones en el terreno de las comunicaciones amplían aquellos proyectos que ya se están llevando a cabo y resaltan aquellas relaciones que ya están en marcha, a pesar de lo complejo que resultaba mantenerlas?

Las preguntas que no podemos dejar de hacer es qué vamos a considerar finalmente como «activismo digital» (como un accionar de protesta y coordinación colectiva digital) y qué de nuevo están configurando, potenciando, facilitando estos medios y plataformas digitales —que no había en la época de los medios masivos de comunicación y de las formas tradicionales de articular las estrategias de activismo—, y qué análisis crítico podemos aportar para que efectivamente vayamos consolidando el trabajo comunicacional de lo que implica un activismo que no se queda en las redes en línea, sino que aporta a los cambios y mejoramiento de la sociedad y la democracia de la que busca ser parte.

Como señalan Tascón y Quintana (2012), los casos y hechos que se van acumulando en el mundo sobre estas prácticas de activismo digital (ciberactivismo) nos plantean una doble disyuntiva. Por una parte, saber si el uso intensivo de estas tecnologías digitales es algo distintivo de estas nuevas formas de movilización, acción colectiva y de protesta social; donde el acceso a los recursos de social media y redes sociales en Internet permiten a cualquier persona, ser «potencialmente activistas». Y por otra parte, entender que el enfoque de entendimiento de este activismo social tiene historia que debe ser considerada para comprender lo nuevo, lo distinto y lo recursivo en momentos donde los y las activistas digitales desarrollan sus acciones: los orígenes de las protestas de los primeros movimientos sociales —ya preestablecidos como organizaciones no gubernamentales, grupos ecologistas y anticapitalistas— en 1999 cuando se alzaban contra la Organización Mundial de Comercio (OMC) en su reunión en Seattle, Estados Unidos, y que usaron como herramientas de coordinación, comunicación y protesta las TIC de la época: fundamentalmente una web 1.0, sin blogs ni redes sociales online, las listas de correo electrónicos, los foros de participación encriptados y el teléfono celular a través de los servicios del SMS (Tascón y Quintana, 2012 : 10).

De la misma forma, en Chile una de las primeras movilizaciones sociales que hizo un uso estratégico de Internet fue la de la Coordinadora «No a la Costanera Norte», que entre 1997 y 2001 llamó la atención no sólo de las autoridades nacionales a cargo de dar luz verde al proyecto, sino que también de la opinión pública internacional a través del trabajo informativo y comunicacional que se hizo en su sitio web.²

2. La ex Coordinadora No a la Costanera Norte, compuesta por más de 20 organizaciones ciudadanas de las comunas de Providencia, Recoleta e Independencia, devino en la Corporación Ciudad Viva. Antecedentes del proyecto pueden encontrarse en la presentación de Rodrigo Quijada (2003), disponible en <<http://www.itdp.org/>

Antes de la web 2.0 y de las redes sociales, las organizaciones sociales en Chile habían comenzado a entrar en el camino del uso de las TIC de manera dispersa, con una serie de expectativas y desafíos.

Afirman Tilly y Wood (2009: 205): «Todas las innovaciones tecnológicas que han estado al alcance de las organizaciones y activistas del movimiento social redujeron los costes de la comunicación al aumentar su área de cobertura, también permitieron establecer una relación mucho más sólida entre los agentes del movimiento social y el resto de los usuarios de esas tecnologías y distanciarlos de quienes no las usaban».

La sociedad civil chilena subiéndose a la red a fines de los noventa

Un punto importante en la relación entre la sociedad civil y las TIC es saber cuál es el nivel de acceso de las organizaciones sociales a Internet: un dato que hasta la fecha no estaba sistematizado o estudiado demasiado. Por ejemplo, durante la administración del Presidente Ricardo Lagos (2000-2006) se llevó a cabo un proyecto llamado Portal Ciudadano³ con la idea de hacer que todas las organizaciones sociales y ciudadanas que postularan a proyectos y fondos concursables públicos tuvieran un registro en línea.

Durante la misma época (1999-2002 aproximadamente), se llevó a cabo un proyecto que buscó implementar una plataforma de informa-

documents/Seminar/2%20Rodrigo%20Quijada%20Chile.pdf>. Lake Sagaris, una de sus fundadoras y coordinadoras, acaba de recibir su doctorado en Urbanismo en la Universidad de Toronto, con una tesis sobre este caso y el proceso de participación ciudadana y urbanismo en Chile.

3. El enlace original ([www.portalciudadano](http://www.portalciudadano.cl)) lleva al enlace de Participación Ciudadana (www.participacionciudadana.cl) y de los Fondos Concursables del Ministerio Secretaría General de Gobierno (<http://www.msgg.gob.cl/fondos-concursables/index.html>).

ción y comunicación en línea para las organizaciones sociales chilenas: el *Diario de la Sociedad Civil*. La iniciativa fue puesta en marcha con financiamiento del Fondo de las Américas-Chile (FDLA)⁴ y coordinada y ejecutada como proyecto por un consorcio de organizaciones compuesto por un organismo no gubernamental (ONG) del área de educación y democracia, una universidad y un equipo de profesionales de desarrollo web.⁵ Su objetivo era entregar herramientas tecnológicas para apoyar a las organizaciones sociales chilenas, especialmente, a aquellas que trabajan en la promoción del desarrollo sustentable y participación ciudadana, en un tema en particular: la falta de visibilidad y presencia en los medios de comunicación tradicionales. El *Diario de la Sociedad Civil* era la apuesta por hacer funcionar un diario electrónico alimentado con informaciones, noticias y contenidos levantados directamente por las organizaciones que quisieran participar.

Aprovechando este contexto se desarrolló un estudio que buscó comprender, desde una perspectiva cualitativa, lo que ocurre con este colectivo humano, esto es, los miembros de organizaciones de la sociedad civil chilena que constituyen el grupo o «comunidad de emisores» del sitio web *Diario de la Sociedad Civil* (Peña, 2003). Esto se hizo a través de un estudio exploratorio donde la pregunta central fue cuáles son los usos y apropiaciones que ocurren en estas organizaciones. La experiencia constituía un caso privilegiado para identificar fortalezas y desafíos que permitieran mejorar los objetivos de interactividad y participación en una red o «comunidad virtual»⁶ desde la sociedad civil chilena. La pregunta

4. El Fondo de las Américas Chile financió iniciativas de desarrollo sustentable y participación ciudadana activa.

5. A cargo de la Fundación Ideas (www.ideas.cl), la Universidad Bolivariana en una primera etapa, y el grupo de diseño Koala Web.

6. Existen variadas definiciones de lo que es una «comunidad virtual», para este

por los usos tiene que ver con el grado o atribución de funcionalidad y utilización de un producto comunicacional que es usado y consumido por el público al que quiere llegar. En este caso, el sitio web del *Diario de la Sociedad Civil* en tanto herramienta o plataforma tecnológica (de acceso, de vitrina o escaparate, por ejemplo), como producto o servicio comunicacional que ofrece ciertos contenidos (informaciones, hechos, situaciones, datos estratégicos) y, por cierto, como medio de comunicación e interacción con otros para la creación o fortalecimiento de redes, reforzamiento de los contactos, o el desarrollo de acciones conjuntas entre las organizaciones.

El proyecto del *Diario de la Sociedad Civil* pasó por varias etapas en su desarrollo. Un desafío central fue diseñar una aplicación (*software*) que permitiera a los emisores publicar directamente en el sitio, usando una serie de recursos y herramientas fáciles de utilizar, sin necesidad de saber el lenguaje de la programación HTML, antes de la masificación de los blogs y las redes sociales. En su primera etapa de marcha blanca (1999-marzo 2001) el sitio fue desarrollado y diseñado con una interfaz de diario electrónico y con una intranet para publicar las noticias. En su segunda etapa (abril 2001 hasta la fecha de su dada de baja), el sitio cambió de diseño en su interfaz de acceso público y de la intranet a la que accedían las organizaciones. A continuación, una imagen que muestra la página de inicio (portada) del *Diario de la Sociedad Civil* a marzo de 2002

En la propuesta del diario electrónico como sitio informativo (la ima-

caso usamos la de Rheingold (1993) quien señala que se trata de «un grupo de personas que pueden o no encontrarse cara a cara, que intercambian palabras e ideas por medio de foros electrónicos y redes informáticas como Internet. Es una agrupación de personas que adhiere a un contrato social (laxo) y comparten ciertos intereses. Desde el punto de vista geográfico suelen tener un eje local y conexiones en un terreno mucho más amplio».

gen 1 es cómo se visualizaba a marzo de 2002), no sólo iban a estar las noticias publicadas directamente por las organizaciones, sino que se abrieron secciones para noticias e informaciones generados por un núcleo de periodistas, miembros de equipo, como propuesta de «periodismo público», de manera de dar seguimiento y sentido a temas claves en la agenda temática de la sociedad civil chilena.

El estudio implicó el desarrollo de: i) un cuestionario general a las organizaciones consideradas como miembros de la comunidad de emisores a noviembre del 2001 (150 emisores)⁷; ii) una serie de once entrevistas en profundidad a un grupo de emisores de estas organizaciones;⁸ y iii) la inclusión de una miniencuesta a los usuarios generales del sitio web de manera de tener algunas tendencias en la percepción que puede tener cualquier persona que visita y acude al sitio web del *Diario de la Sociedad Civil*.

El cuestionario enviado a la base de datos de las organizaciones con emisores registrados permitió obtener los siguientes datos base.

- Un 38% de las organizaciones encuestadas señalaba que se había unido al diario porque «era una vitrina para dar a conocer lo que hacen las organizaciones sociales en Chile», 20% porque «era una efectiva forma de comunicarse con otras organizaciones». El 90% lo validaba como «un medio para estar informado de la actualidad del tercer sector en Chi-

7. De los 150 cuestionarios enviados por *e-mail*, se recibió un total de 50 respuestas, lo que arroja un porcentaje de representatividad de 33%.

8. Entre las organizaciones que participaron publicando noticias se cuentan: Asociación Chilena de ONG Acción (www.sociedadcivil.cl/accion), Red de Educación Ambiental Casa de la Paz (www.casapaz.cl), Corporación Canelo de Nos, Codeff, Fundación Terram (www.terram.cl), Centro Ecológicos (www.ecoceanos.cl), Centro Comunitario y Radio El Encuentro de Peñalolén (www.elencuentro.cl/radio.php), Federación Nacional de Profesionales Universitarios de la Salud Fenpruss (www.fenpruss.cl), Red Territorial por los Derechos de Niñas y Niños Planeta Luchín.



Imagen 1. Página de inicio del *Diario de la Sociedad Civil* (marzo de 2002).

le», y un 80% lo consideraba como un sitio informativo que «presenta una perspectiva diferente sobre los hechos».

- Como emisores del sitio, los comentarios más positivos estaban relacionados a posibilidad de tener un espacio privilegiado para la difusión de sus noticias e informaciones, ya que a nivel de comunicación masiva la sensación es que «su voz y accionar» no es considerada por los medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión y radio). En ese sentido, al ser un sitio web abre a las organizaciones a un público mayor y también más focalizado, ya que se trata de un sitio sobre la temática de la sociedad civil, y que por lo tanto de por sí convoca a un público más segmentado.

A partir de las respuestas recibidas del cuestionario, se seleccionó a un grupo de organizaciones para realizar entrevistas en profundidad, que permitieron identificar tres niveles de apropiación entre las organizaciones tanto en relación a la plataforma del *Diario de la Sociedad Civil*, como de Internet como medio.

Primero, hay una apropiación que se da en una dimensión informativo-funcional, como fuente de primera mano de informaciones y contenidos que difícilmente se conseguirían en otra parte, especialmente sobre algunas temáticas. Por ejemplo, para una de las radios comunales que

usaba el sitio web del *Diario de la Sociedad Civil* era una agencia de noticias que nutría su pauta informativa diaria.

Segundo, hay una incipiente apropiación en la dimensión de comunicación estratégica externa, cuando motivó la necesidad de desarrollar un sitio web de su organización para darse a conocer. Este es el caso de redes territoriales de organizaciones que estaban recién comenzando su trabajo o proyectos asociados al fortalecimiento de liderazgos ciudadanos.

Tercero, había una incipiente apropiación en la dimensión comunicación estratégica interna, lo que se refleja en el proceso de desarrollo de modelos de trabajo y comunicación interna en línea, como en el caso de gremios y asociaciones sindicales, asociaciones de radios comunitarias, entre otras.

A pesar de los esfuerzos de los gestores y dinamizadores del proyecto, y si bien habían registrados aproximadamente 200 personas como emisores autorizados a publicar informaciones, representantes de unas 180 organizaciones (en algunos casos hay más de una persona con clave de acceso autorizados para subir informaciones y contenidos al sitio), al revisar las estadísticas de publicación que tienen los emisores registrados, se tenía el dato que en promedio un poco más del 10% de esta comunidad de emisores, representantes de unas 20 organizaciones, eran los que estaban publicando frecuentemente noticias, anuncios, documentos, notas o recursos de otro tipo.⁹ Estos datos y estadísticas por sí no bastan para explicar por qué el sitio estaba funcionando o no en ciertos aspectos.

Desde el equipo ejecutor del *Diario de la Sociedad Civil* se dieron por sentado muchos aspectos en relación a cómo las organizaciones sociales estaban o no usando la red en sus rutinas diarias y profesionales.

Si hablamos de comunicación, hablamos de generar un espacio para

9. Esta cifra de frecuencia implica que para el período 1999-2001 estos emisores habían publicado más de 10 noticias en el sitio.

conocer una multiplicidad de discursos y experiencias, sentidos, aprendizajes, propuestas e iniciativas, pero que se relacionan finalmente con acciones y trabajos en el mundo real y especialmente con nuevas prácticas y vías de comunicación y contacto con otros.

Finalmente, un aspecto clave de este caso apuntaba a cómo, desde la experiencia de comunicación digital en red, dinámica, inmediata, que promueve un proyecto web como el *Diario de la Sociedad Civil*, se reflejaba la generación de sentidos más o menos compartidos y líneas de acción estratégicas que hay entre esta «sociedad civil chilena». Allí hay elementos que nos hablan de su capacidad para generar conversaciones con otros, más allá del «entre los mismos de siempre», de sus ganas y talento para crear espacios o instancias de trabajo colaborativo en red —acción colectiva— y plataformas de comunicación renovadas.

No es sólo el impacto de las TIC en el activismo social, sino el para qué y cómo se utilizan

Una década después del estudio y diagnóstico en el caso de las organizaciones chilenas el aporte de Millaleo y Cárcamo nos da cuenta de las características del trabajo y accionar de un grupo de organizaciones en activismo digital y en un contexto en el que podríamos suponer que han mejorado varias condiciones en relación al acceso, uso y apropiación estratégicas de las TIC. Sin embargo, el panorama que nos entregan da cuenta de que muchas de las situaciones que se identificaban a comienzos del 2000 se mantienen. En los discursos de los entrevistados y las entrevistadas para el estudio podemos identificar varios puntos de los señalados por Bennett: hay oportunidades para crear redes de trabajo más flexibles y adecuadas a cada ámbito de acción de las organizaciones, mayores oportunidades para las organizaciones con pocos recursos, focalización en campañas permanentes pero con objetivos inmediatos que pueden ser

variables, la combinación de acciones virtuales con presenciales (en la medida de lo posible).

Las conclusiones del estudio nos señalan que hay dos factores críticos a la hora de orientar sus acciones de activismo digital: los recursos con que cuentan y los marcos discursivos que sostienen en ese proceso.

Esto para los autores es una pista para entender que a partir de los casos estudiados en Chile tenemos la predominancia de una forma de «activismo digital de ventana» que refleja las expectativas, las carencias, los «imaginarios tecnológicos» (Maurizi, 2003) que tienen las actuales organizaciones en relación al ideario y potencial que se le atribuye a Internet, particularmente a las aplicaciones de social media y de redes sociales. Es aquí donde surge la diferencia con lo que se denomina la *apropiación social de la tecnología*:

Una organización, país o persona se habrá apropiado de la Internet cuando haya incorporado fluidamente dentro de su quehacer cotidiano el uso de la red. Cuando pueda discernir cuando es o no conveniente utilizar la herramienta para la resolución de los problemas cotidianos y como combinarla con otros instrumentos. Cuando se puedan establecer con naturalidad procedimientos, políticas y estrategias organizacionales para el aprovechamiento de la Internet. Una organización, país o persona se habrá apropiado de la Internet cuando pueda preguntarse primero ¿qué deseo resolver? Y una vez respondido esto, tenga los recursos y conocimientos suficientes para responder ¿cómo puede ayudarme la Internet a lograrlo?, hacer un uso efectivo de esta tecnología y lograr la solución del problema planteado (Camacho, 2010).

En relación al primer punto, se confirma que existe una brecha digital entre las organizaciones sociales, colectivos y organizaciones estudiadas, entre aquellas que cuentan con más recursos, financieros, técnicos y hu-

manos y entre aquellas que no los cuentan, y buena parte del trabajo digital se hace con recursos mínimos y limitados.

En este punto es clave señalar que el estudio considera un universo variado y diferenciado de organizaciones y esto es un primer punto para seguir mejorando en relación a las propuestas metodológicas y de análisis de estos estudios, que desde el punto de vista comunicacional son claves. Efectivamente para la sede o filial chilena de una ONG internacional, en un campo clave como la defensa de la ecología y el medio ambiente, puede ser más viable (lo que no implica más fácil) contar con un equipo dedicado a desarrollar e implementar estrategias de comunicación y de activismo, o para una fundación dedicada a temas sociales o de política pública específicos, que para un grupo ciudadano cuyos miembros tienen la lógica de todos-hacemos-de-todo para sacar adelante sus temas y demandas.

En este sentido, si bien la web 2.0 ha facilitado el acceso y el manejo técnico de aplicaciones para la publicación y mantención de sitios web, es interesante el uso que se da a los recursos de redes sociales, que dan la impresión de que el trabajo que hay que hacer comunicacionalmente es más fácil, porque un mensaje en Twitter o en un muro de Facebook tiene una operativa sencilla, inmediata y con potencial de impacto y llegada masivo en la medida que se comparte y reproduce. Pero esto no implica que no hay que desarrollar de manera paralela, un trabajo comunicacional más estratégico y profundo que tiene que ver con la respuesta de cualquier organización comunicante: qué queremos comunicar a un público, que además en el mundo digital ya no es una audiencia pasiva que recibe, sino que es una comunidad de personas que está esperando interactuar y dialogar con quienes motivan o invitan precisamente a conocer y a saber más de las propuestas que hacen las organizaciones chilenas.

Por otro lado, la falta de planificación comunicacional de su activismo se constata en los resultados del estudio cuando nos da cuenta de que en

aquellas organizaciones con más recursos hay una mayor planificación estratégica de los sitios web (o weblogs), que son el espacio que debe anclar cualquier trabajo en comunicación digital. Hay mayor cantidad no sólo de informaciones o noticias, sino que hay una preocupación por visibilizar recursos y contenidos que se van produciendo y por abrir canales de participación (voluntariado, donaciones) más ordenados en sus webs. También en esta planificación y maduración del trabajo de comunicación digital se nota que algunas organizaciones se preocupan de visibilizar en sus sitios web la información sobre sus formas de financiamiento o de rendición de cuentas (*accountability*); otras no lo ven aún como un tema clave de su estrategia de trabajo.

En relación al segundo punto, es interesante ver que las organizaciones transitan en una línea de tensión que va del optimismo a la mirada crítica sobre el poder democratizador de las redes sociales y las aplicaciones de *social media*: se confía y se trabaja con entusiasmo desde éstas, pero también se reconoce que no es suficiente. La brecha de conectividad social será un punto clave para darse cuenta que «Ya no basta con twittear» (como rezaba un cartel en las marchas del movimiento de los estudiantes en el 2011), porque efectivamente hay una buena cantidad de población en Chile que no está conectada a las redes sociales; o bien no llega a los circuitos de información que se potencian desde las organizaciones de la sociedad civil.

Un detalle importante en el estudio es constatar la importancia y la centralidad que se le da al uso de las aplicaciones de redes sociales en Internet —Twitter y Facebook básicamente— pero que en gran medida, la utilizan como un canal de comunicación directa «hacia las personas» y «desde las personas», quedándose entonces en este ámbito del «activismo de ventana», como señalan los autores.

Este estilo de *activismo de ventana*, debería ser un dato de diagnóstico importante a devolver a las organizaciones, ya que implica revisar y remi-

rar el sentido y las estrategias con que están desarrollando su activismo. Este necesita desplegar, en la mayoría de los casos, no sólo acciones y prácticas que usan el espacio de lo digital, sino que estrategias integradoras, off line y online si se quiere. Este ha sido el aprendizaje de lo que hemos visto con el trabajo y acciones desplegados por el movimiento de los estudiantes chilenos durante el 2011, a través de la ocupación pública de marchas o de las acciones de *flashmob*, que ocurriendo en los espacios públicos como la Alameda de Santiago y La Moneda (recordemos el caso del *flashmob* Thriller por la Educación subido a YouTube) o la ocupación de calles y caminos realizada por una comunidad como Freirina, para denunciar a la empresa responsable de malos olores en una planta faenadora de carne. En otros casos, como por ejemplo, el movimiento Miles Chile¹⁰, que trabaja por la aprobación del proyecto de ley de aborto terapéutico o la Mesa Ciudadanía y TV Digital,¹¹ que presentó propuestas ciudadanas en el proceso de debate del proyecto de ley que introduce la televisión digital terrestre a Chile, si bien se pueden desplegar acciones y recursos digitales (sitios web con informaciones, uso de Twitter para difundir contenidos a favor de sus demandas, videos virales *online*, etcétera) deben complementariamente realizar un trabajo con parlamentarios, una incidencia política-parlamentaria, de manera de presentar sus argumentos y demandas a la hora de buscar cambios en leyes o políticas públicas, porque ahí es donde finalmente se votan y definen cambios definitivos.

Particularmente, el trabajo a realizar por las organizaciones y agrupaciones ciudadanas en su decisión por asumir estrategias de activismo y/o

10. Ver la campaña pro proyecto de ley de aborto terapéutico del Movimiento por la Interrupción Legal del Embarazo-Miles Chile en la web <www.mileschile.cl>.

11. Ver la web de la Mesa de Trabajo Ciudadanía y TV Digital, con la propuesta ciudadana por la democratización de la TV Digital en la web <www.ciudadaniatv.cl>.

acción colectiva digital utilizando lo que permite el mundo de los social media, está en tener la claridad y solidez para responder a los para qué y para quiénes finalmente se convoca al apoyo y el «*me gusta*» de los ciudadanos y las ciudadanas. De manera adicional hay un desafío importante, cuando ese activismo digital se hace en nombre de «comunidades» que están afectadas por un problema, porque debería incluir un proceso de acompañamiento para que esas otras y esos otros afectados (un pueblo, un grupo social determinado) también sea capaz de usar y apropiarse de las tecnologías digitales.

Lo que nos muestra el estudio de Peña (2003) es que las organizaciones sociales que han incursionado de manera positiva en las dimensiones informativo-funcional y de comunicación estratégica externa que les entrega esta web 2.0 y particularmente las redes sociales, logran romper buena parte de las veces el cerco comunicacional-informativo de los medios y lograr articular comunidades de personas que les siguen, que interactúan y con quienes generan procesos de interacción y compromiso. Pero también se trata de un proceso de maduración y consolidación, donde influye no sólo el perfil político de la organización, sino que las historias y particularidades de cada una de ellas, así como de sus miembros y especialmente la comunidad-ciudadanía a la que se quiere apelar, la que está ya enredada en la web y la que no está (dirigentes vecinales locales, líderes locales, personas comunes y corrientes).

Desde la visión que entrega Mata (2006), la pregunta pendiente es cuál es el rol que las organizaciones, agrupaciones, colectivos sociales y ciudadanos le dan a la comunicación en su quehacer y en sus fundamentos, como «ciudadanía comunicativa real», donde la democratización de las comunicaciones también se reconoce como un campo de cambio y transformación social. Una argumentación que se repite en una buena parte de los encuestados en el estudio es que una de las expectativas más importantes en relación al uso de Internet y de sus recursos y aplicaciones

sigue siendo «romper el cerco comunicacional» que imponen los medios de comunicación tradicionales al quehacer y al mundo de la sociedad civil.

También la comunicación es un espacio de disputa de poderes, de discursos, de visiones y de construcciones de relatos, en un contexto como el chileno, marcado por un sistema de medios concentrado, marcados por los monopolios, por la precariedad y falta de reconocimiento del tercer sector de las comunicaciones (los medios comunitarios y ciudadanos). En este punto, la llegada de Internet ha significado una promesa por diversificar y potenciar el derecho a la comunicación, facilitando el no depender de la cobertura de la prensa o de los periodistas para existir en la escena pública para una organización o agrupación, pero no resuelve todos los problemas, tanto porque existe una brecha digital social como porque también hay una disputa por el espacio y por la visibilidad que se logra tener en los espacios digitales. Quienes tienden a tener más «seguidores» en redes sociales en Internet en Chile son medios, periodistas, miembros de la farándula criolla y marcas, y eso no quita ni aporta al trabajo comunicativo de las organizaciones.

Un desafío clave para los estudios e investigaciones en esta área está en el ámbito de las expectativas y las posibilidades reales que se generan en relación a estas «tecnologías como liberadoras y empoderadoras», al abrir nuevas oportunidades para el desarrollo de las organizaciones que quieren hacer activismo, frente a los poderes políticos y económicos, ganando así espacios de visibilización de la diversidad y pluralidad de voces, imágenes y expresiones que hay en distintos grupos de nuestra sociedad.

Por cierto, el aporte del estudio también abre también un gran desafío: la necesidad de formar en capacidades o competencias comunicativas digitales en las organizaciones, agrupaciones y colectivos de la sociedad civil, no sólo pensadas desde la lógica de las «campañas de alfabetización digital» (asociadas a enseñar el uso de un computador e Internet), sino

que sobre todo para construir creativa y críticamente iniciativas y estrategias que permitan la construir comunidades y redes sociales virtuales-reales activas, que les permitan desarrollar estrategias de largo plazo y consolidar finalmente esta sociedad civil que transita entre los territorios locales y reales y los digitales, aprendiendo a enredarse y comprendiendo de manera estratégica las lógicas digitales que se vienen en un terreno tan cambiante como es el de las tecnologías de información y comunicación y su aporte al desarrollo y a las democracias.

Referencias

- CAMACHO, Kemly (2010). *Internet: ¿una herramienta para el cambio social? Elementos para una discusión necesaria*. Cooperativa Sulabatsu, Costa Rica. Disponible en <http://sulabatsu.com/wp-content/uploads/2010-internet_herramienta_cambio_social.pdf>.
- COBO, Cristóbal y Hugo PARDO (2007). *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona y México: Universidad de Vic y Flacso México. Disponible en <<http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/133/8/978-84-934995-8-7.pdf>>.
- MATA, María Cristina (2006). «Comunicación y ciudadanía: Problemas teórico-políticos de su articulación». *Fronteiras. Estudos midiáticos*, 8 (1): 5-15. Disponible en <<http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/recomen/mata.pdf>>.
- MAURIZI, María Rosa (2003). *Imaginarios tecnológicos. Internet en Chile según dirigentes sociales de la comuna de Cerro Navia*. Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Social, Universidad Diego Portales.
- PEÑA, Patricia (2003). «El *Diario de la Sociedad Civil* (www.sociedadcivil.cl): usos y apropiaciones de un espacio de comunicación ciudadana colaborativa en la web». En J. I. Porras y R. Araya (editores), *E-demo-*

- cracia: retos y oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la sociedad de la información*. Santiago: Universidad Bolivariana.
- RHEINGOLD, Howard (1993). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- . (2004). *Multitudes inteligentes. Las redes sociales y las posibilidades de las tecnologías de cooperación*. Barcelona: Gedisa.
- SHIRKY, C. (2010). *Cognitive surplus. Creativity and generosity in a connected age*. Nueva York: The Penguin Press.
- SUBTEL (2012). *Informe Sectorial Telecomunicaciones en Chile*. Disponible en <http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo_articulos/informacion_estadistica/analisis_sectorial_dic2012_20130315.pdf>.
- TILLY, Charles y Lesley J. WOOD (2009). *Los movimientos sociales 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.
- TASCÓN, Mario y Yolanda QUINTANA (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Catarata.

