COLECCIÓN COMUNICACIÓN POLÍTICA
4

Del Homo Videns al **HOMO TWITTER** *democracia y redes sociales*

César Cansino, Jorge Calles Santillana, Martín Echeverría
Editores

Cuerpo académico
Comunicación Política y Ciudadanía en la Transición Democrática

Red de Estudios sobre Integridad Electoral y Participación Ciudadana

Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico
Centro de Estudios en Comunicación Política

Del Homo Videns
al **HOMO TWITTER**
democracia y redes sociales

Del Homo Videns
al **HOMO TWITTER**
democracia y redes sociales

César Cansino
Jorge Calles Santillana
Martín Echeverría
Editores

COLECCIÓN COMUNICACIÓN POLÍTICA
4

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico
Centro de Estudios en Comunicación Política
Cuerpo Académico Espacio Público, Diversidad Cultural, Nuevos Actores Políticos
Cuerpo Académico Comunicación Política y Ciudadanía en la Transición Democrática
Red de Estudios sobre Integridad Electoral y Participación Ciudadana

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
José Alfonso Esparza Ortiz
Rector
René Valdiviezo Sandoval
Secretario General
Ygnacio Martínez Laguna
Vicerrector de Investigación y Estudios de Posgrado

Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico
José Antonio Meyer Rodríguez
Director

Esta investigación, para ser publicada, fue arbitrada y avalada por el sistema de pares académicos.

Comité Científico: Francisco Aceves González, Francisco Javier Martínez Garza, Javier Esteinou Madrid, Murilo Ramos Kuschick, Silvia Molina y Vedia, Javier del Rey Morató, José Manuel de Pablos Coello, Víctor Sampedro Blanco, Salomé Berrocal Gonzalo y Juan José Igartua.

Cuidado de la edición: Carlos Enrique Ahuactzin Martínez
Diseño editorial: Iván Velasco Vega

Primera edición, 2016
ISBN (versión impresa): 978-607-525-200-1
ISBN (versión electrónica): 978-607-525-205-6

© Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
4 sur 104, Centro Histórico, Puebla, Pue. C.P. 72000

Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico
Av. Cúmulo de Virgo s/n. Acceso 4, CCU. Puebla, Pue. C.P. 72810
www.icgde.buap.mx

Editado en México

Índice

PRESENTACIÓN 7
César Cansino, Jorge Calles Santillana y Martín Echeverría

INTRODUCCIÓN 11
Viejas y nuevas tesis sobre el Homo Twitter
César Cansino

PRIMERA PARTE:
LA DEMOCRACIA EN LA ERA DE LAS REDES SOCIALES

1. La democracia en la era de la desconfianza 29
Pierre Rosanvallon

2. El déficit democrático 43
Gianfranco Pasquino

3. Viejas y nuevas promesas de la democracia 57
César Cansino

4. La democracia y el desafío tecnológico 73
Ian Morris

5. Democracia, opinión pública y redes sociales 83
Javier Sánchez Galicia, Elías Aguilar García y César Cansino

SEGUNDA PARTE:
LAS REDES SOCIALES EN LA ERA DE LA DEMOCRACIA

6. Democracia 2.0: la política se introduce en las redes sociales 115
David Caldevilla Domínguez

7. Los rebeldes del presente: la acción en la era de la Web 2.0 137
Benjamín Arditi

8. Democracia digital y ciudadanía. El discurso político en Twitter 177
Juan Calvillo y Carlos Enrique Ahuactzin Martínez

9. Twitter: estructura y prácticas sociales 199
Jorge Calles Santillana

10. La rebelión del coro (o de cómo Twitter es intrínsecamente subversivo) 231
César Cansino

TERCERA PARTE:
DEMOCRACIA Y REDES SOCIALES EN UN PAÍS CAUTIVO

11. Twitter y sus perversiones: violencia y censura 251
Rossana Reguillo y Jesús Robles Maloof

12. ¿Quién programa las redes sociales en Internet? El caso #YoSoy132 259
Luis César Torres Nabel

13. Entre mitos: Internet, redes sociales y participación política juvenil 287
Martín Echeverría, José Antonio Meyer y César Cansino

14. Jóvenes y redes sociales 309
Octavio Islas Carmona

15. Twitter en números: motivaciones, hábitos y perfiles 333
Elías Aguilar García

EPÍLOGO 353
Homo Twitter, ¿fase superior del Homo Digital?
César Cansino

Presentación

Las ciencias sociales, como ocurre en todas las esferas del conocimiento, van transformando sus miradas y enfoques en sintonía con los propios cambios que se registran en la realidad que buscan explicar. De ahí que las primeras reflexiones más o menos consistentes y originales sobre un fenómeno nuevo o inédito en el mundo social suelen orientar los debates ulteriores y hasta perfilar el rumbo en lo que a la manera de aproximarse al mismo se refiere. Sin duda, éste es el caso de un breve ensayo en el que César Cansino aventuraba una serie de tesis sobre las implicaciones para los seres humanos de la llegada de las redes sociales a sus vidas, y en particular de Twitter. El ensayo se intituló "Diez tesis sobre el Homo Twitter", y Cansino lo dio a conocer inicialmente en su blog "Textos Heréticos" en 2009. Hoy sabemos que ni el propio Cansino llegó a imaginar el impacto que este ensayo terminaría alcanzando entre los interesados en el tema, así como en el ciberespacio y en los medios intelectuales en general. En el ciberespacio el ensayo se reprodujo en decenas de páginas y revistas electrónicas, e incluso llegó a publicarse en varias revistas impresas, como la mexicana *Emeequis*, o la española *Revista de Occidente*, entre muchas otras, sin mencionar los cientos de referencias, comentarios y traducciones que el mencionado ensayo motivó en todas partes. Al respecto, Cansino suele decir con la humildad que lo caracteriza que el éxito de ese ensayo se debe más que a la calidad del mismo al hecho de que, dada la novedad del tema, cualquier cosa medianamente coherente que se dijera al respecto ganaría inmediatamente la atención del público interesado. Como quiera que sea, la expresión "Homo Twitter" propuesta por primera vez en ese ensayo ha ganado ya un lugar inamovible entre los estudiosos del tema de las redes sociales.

Motivados por este ensayo, los editores del presente libro convocamos a varios especialistas a reaccionar a las tesis contenidas en el mismo, ya sea confrontándolas, enriqueciéndolas o simplemente utilizándolas como punto de partida para avanzar nuevas reflexiones sobre el tema. Es así que celebramos dos seminarios internos en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en el 2014 y el 2015 respectivamente, cuyos trabajos fueron los primeros antecedentes de la mayoría de los ensayos que finalmente integran el presente volumen.

Como suele ocurrir en estos casos, se alcanzaron varios consensos, pero también varios desacuerdos, lo cual sin duda enriquece el debate y amplía el espectro de la mirada, con nuevas sugerencias e inquietudes. El meollo de la cuestión, además de apuntar un conjunto de ideas sobre el impacto que las redes sociales han tenido y seguirán teniendo para la humanidad, tanto en lo cultural, como en lo social, lo político e incluso lo biológico, terminó siendo el aporte de las redes sociales para la democracia y viceversa: ¿hasta dónde las redes sociales alientan la centralidad de los ciudadanos en los asuntos públicos, concediéndoles un protagonismo inédito y promisorio en la vida democrática? y ¿hasta dónde la democracia realmente existente, ocupada materialmente por actores e interés muy localizados, sobrellevará sin tensiones a la redes sociales, portadoras de una carga simbólica contestataria y crítica que exhibe abiertamente y en tiempo real los excesos e incompetencias de la clase política?

Se trata sin duda de interrogantes cruciales y decisivas para comprender mejor el presente y el futuro de nuestras democracias, siempre atravesadas por insatisfacciones y desconfianzas de todo tipo, pero también, siempre perfectibles. Con todo, toca a los lectores decidir el alcance y el potencial explicativo de la propuesta de análisis contenida en el presente volumen. Para nosotros el resultado es sumamente satisfactorio y prometedor.

En cuanto a la estructura del libro, lo hemos armado de la siguiente manera: en la Introducción le solicitamos a Cansino que revisitara sus tesis originales sobre el Homo Twitter, añadiendo aquello que considerara importante retomar, a la luz de los cambios siempre vertiginosos tanto en el ámbito de las redes sociales como en el de la vida política durante los últimos años. Posteriormente, en la primera parte, "La democracia en la era de las redes sociales", incluimos varios aportes que examinan a las democracias realmente existentes a la luz de lo que representan hoy en día las redes sociales y su potencial para conectar simultáneamente y en tiempo real a millones de ciudadanos, ávidos de expresar todo aquello que les ocupa y preocupa. Aquí contamos, entre otras, con dos valiosas colaboraciones de Pierre Rosanvallon y Gianfranco Pasquino, sin duda dos figuras intelectuales del pensamiento político contemporáneo. En la segunda parte, "Las redes sociales en la era de la democracia", se avanzan varias tesis a cargo de importantes especialistas, como Benjamin Arditi y David Caldevilla, acerca de las transformaciones sociales y culturales que las nuevas redes han conllevado para las sociedades contemporáneas, en el contexto de las democracias actuales, más o menos consolidadas, pero siempre problemáticas. En la tercera parte, "Democracia y redes sociales en un país cautivo", decidimos incluir trabajos inéditos sobre el tema que nos ocupa, pero aplicados a un caso en particular, como un medio para ejemplificar en un contexto por lo demás cercano a nosotros las posibilidades heurísticas del mismo. Finalmente, el volumen incluye un Epílogo en el que Cansino, en respuesta a algunos de sus críticos y comentaristas, afina y alarga su argumentación sobre el Homo Twitter.

En un mundo en el que ya no existen certezas de ningún tipo, ni científicas ni ideológicas, ni nada, la figura de la tesis resulta más modesta y realista que la de axioma o hipótesis o ley. Piénsese, por ejemplo, en el derrumbe reciente de teorías largamente aceptadas provenientes de las ciencias exactas, como la teoría de la relatividad, la teoría de la evolución, la teoría del *big bang*, la teoría de la gravedad,

la teoría del heliocentrismo y la teoría de la tierra como planeta esférico... Una tesis puede tener o no base científica o filosófica pero no tiene más compromiso que intentar esclarecer modestamente un hecho o un fenómeno de manera lógica y persuasiva. Por ello, a nosotros nos va bien la imagen de tesis para englobar las ideas que se desarrollan a lo largo de este libro. Nos va bien porque sería un sinsentido a estas alturas aspirar a certezas cuando la materia central de nuestras reflexiones es el mundo virtual, el cual por definición es inasible, intangible y efímero. Pero esto no debe llevarnos a la parálisis, pues a final de cuentas la física cuántica ha descubierto recientemente que toda la materia del universo (los átomos), tanto orgánica como inorgánica, está compuesta en su inmensa mayoría (99.9 por ciento) por espacio vacío y solo una ínfima proporción es materia, o sea que los seres humanos como todas las cosas en el universo somos pura energía, o puro espíritu, o pura virtualidad, al igual que las redes sociales. Sin mencionar, claro está, que la realidad no existe como tal sino sólo las representaciones mentales que presumiblemente los seres humanos nos hacemos de ella, las cuales también son inmateriales. ¿No será acaso que en la medida que proseguimos por este camino para entender mejor nuestro entorno y a nosotros mismos nos acercamos cada vez más a una verdad que quizá duela pero que nos revelará finalmente lo que en realidad somos, como por ejemplo un sofisticado *software* de un gran ordenador tipo Matrix? En ese caso, tocará a todos y cada uno de nosotros decidir en algún momento "vivir" en la bendita ignorancia o perecer en la maldita verdad.

César Cansino
Jorge Calles Santillana
Martín Echeverría

Introducción
Viejas y nuevas tesis sobre el Homo Twitter*

En 1998, el conocido politólogo italiano Giovanni Sartori publicó un libro que cambió para siempre nuestra manera de entender la TV y su impacto en los seres humanos, en especial en la política y la democracia. El libro se llama *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, y su tesis central sostiene que la TV llegó muy temprano a la humanidad y se ha vuelto contra ella, no sólo porque marca una involución biológica del Homo Sapiens al Homo Videns, sino porque alimenta y reproduce la ignorancia y la apatía de una sociedad, lo cual es aprovechado por los políticos profesionales para manipularla de acuerdo a sus propios intereses. A esto Sartori lo llamó "videopolítica" o "teledemocracia". La involución de la que habla Sartori es resultado de la exposición permanente de ya varias generaciones de televidentes al bombardeo indiscriminado de imágenes. Por esa vía, el ser humano se ahorra la tarea de la abstracción pues las imágenes lo hacen por él, con lo cual ve disminuida su capacidad de raciocinio y pensamiento lógico, operadas gracias a la sinapsis. Si la escritura y la lectura permitieron el máximo desarrollo de las facultades del Homo Sapiens, la recepción pasiva de imágenes lo involucionan sin remedio. Como era de esperarse, el libro de Sartori generó todo tipo de reacciones. Pero independientemente de las críticas o las adhesiones que concitó, la verdad es que sus tesis han comenzado a ser obsoletas, sobre todo por la irrupción de nuevas tecnologías de la información que cambian radicalmente los referentes de la comunicación humana en las sociedades actuales. Me refiero a las redes sociales, y en particular a Twitter, que ha venido a constituirse en la moderna ágora de deliberación y confrontación de ideas y opiniones, en la nueva plaza pública virtual. Como sostengo

* El presente ensayo constituye una revisitación de aquel que motivó el presente libro, tal y como se describe en la presentación del mismo. El título obedece a que se ha añadido en esta versión un conjunto de nuevas tesis a las que se propusieron originalmente.

en mi ensayo "La rebelión del coro (o de cómo Twitter es intrínsecamente subversivo)" (capítulo 10 en este volumen), esta red social restituye a los ciudadanos su centralidad política largamente escamoteada por los políticos profesionales, todo lo cual estimula a la democracia representativa. Y junto con Twitter ha emergido el Homo Twitter, que como tal está a la espera de ser teorizado de manera persuasiva, pues al igual que el Homo Videns sartoriano, es indudable que Twitter marca un parteaguas evolutivo de la mayor trascendencia para la humanidad. Hacia ahí quieren caminar precisamente, las siguientes tesis, viejas y nuevas, sobre esta nueva etapa evolutiva del ser humano. Bienvenida pues, la era del Homo Twitter.

1. *El Homo Twitter no es un ser humano chiflando sino, en sentido metafórico, un pájaro que se cree ser humano*. Esta metáfora vuelve a la acción de tuitear el centro de Twitter y al tuitero el producto de sus tweets. El Homo Twitter existe por sus tweets, por el sonido de sus chiflidos, y no al revés. Por eso el Homo Twitter puede ser anónimo o no, el resultado siempre es el mismo. Lo que importa es el tweet, la arquitectura del tweet, su mayor o menor capacidad de conectar con los demás. Al igual que un ave es reconocida inmediatamente por otras aves por sus chiflidos, el Homo Twitter tuitea para ser escuchado por los demás, quiere ser reconocido, quiere pertenecer a una comunidad, sabe que sólo existe por los demás, por sus chiflidos. El silencio es la muerte del Homo Twitter.

2. *El Homo Videns mató al Homo Sapiens y el Homo Twitter mató al Homo Videns, o mejor, la imagen sucumbió al tweet*. Cuando parecía que el Homo Sapiens no tenía salvación, que sucumbiría arrollado por el Homo Videns, generando una involución lenta pero irreversible en la capacidad de abstracción y raciocinio de la especie humana, llegó el Homo Twitter, y con él la posibilidad de nuevos desarrollos evolutivos. El Homo Twitter no es la salvación o la reposición del Homo Sapiens, moribundo por el efecto adormecedor del bombardeo indiscriminado de imágenes; es simplemente un nuevo estadio en la cadena evolutiva, un estadio diferente a todos los precedentes. Sólo el tiempo dirá en que magnitud marcará a la especie humana. Por lo pronto, el Homo

Twitter es síntesis de su tiempo, no renuncia a las imágenes con las que ha crecido, pero tampoco a la palabra escrita (talón de Aquiles del Homo Videns), entiende la comunicación como la emisión de mensajes breves y concisos, pero al mismo tiempo persuasivos, apoyados con *tweetpics*, *tweetcams* y links virtuales que obligan a ampliar la mirada, en un ir y venir permanente entre lo abstracto y lo concreto, entre lo implícito y lo explícito. Por eso, el tweet es imagen, pero es mucho más que imagen, es imagen con un pie de imagen, o mejor, es un pie de imagen acompañado de imágenes. Si en la evolución humana el Homo Sapiens alcanzó sus máximas facultades con la lectura y la escritura, el Homo Twitter lo logra en su tentativa de ser elocuente en la brevedad, en el esfuerzo de la síntesis. Ahora es la concisión lo que determina al ser humano, la economía del lenguaje, la ligereza del tweet. Como el Homo Videns, el Homo Twitter también es seducido por el canto de las sirenas de las imágenes, ya no puede abstraerse de sus encantos, su contagio es generacional, pero a diferencia del Homo Videns, el Homo Twitter no renuncia a la interacción, se niega a ser una esponja receptora pasiva de imágenes, por lo que reacciona a todos los estímulos que recibe. Opina, critica, convalida, rechaza, repudia...

3. *El Homo Twitter subvierte la cultura del video y restituye la cultura de la escritura, pero breve y críptica*. La cultura de la imagen propalada por el cine y la TV imprimió su sello al siglo XX. Y no obstante que la industria del libro creció como nunca antes, cada vez se lee menos. La lectura es altamente valorada por la sociedad, pero cada vez menos frecuentada. Como la cultura de la imagen, también la literatura terminó por ser efímera, un componente más de las imágenes que los individuos desean proyectar de sí mismos. Muchas veces cuenta más saber de qué se trata un libro someramente para aparentar tener cierta cultura, que leer el libro, al fin que nadie lo ha leído. La industria editorial crea autores famosos para vender obras no para que sean leídas. Hoy se escribe más para alimentar egos y aceitar la industria que para formar lectores o generar debates intelectuales. A su modo, la masificación de las computadoras y de Internet ha permitido que la sociedad disponga de montañas de información como

nunca antes en la historia, pero también ha contribuido a la lectura críptica, cortada, intermitente, superficial. Hoy más que leer, los seres humanos navegan, viajan por Internet, saltando de un tema a otro. La cultura del videoclip (100 imágenes por minuto) atrofió en las últimas generaciones la capacidad de la concentración, de la comprensión, de la dedicación a la lectura. De ahí que la navegación les viene bien, pues con ella siempre se está en movimiento, al ritmo del perenne *click* del mouse, acumulando información sin decodificar. Si en la era digital, la lectura se volvió navegación, la escritura se volvió algo accesorio, un vehículo para googlear, para chatear, para hacer trabajos escolares mediante *copy paste*. Y justo cuando todo parecía perdido, la aparición de las redes sociales restituyó cierto valor a la escritura, a la palabra escrita para comunicar y conectar con los demás. Facebook primero, y luego Twitter, reposicionaron a la escritura en una generación que la desdeñaba. Si las redes sociales proveen un sentido de pertenencia a un grupo o una comunidad es gracias a la palabra escrita, y la escritura ordena las ideas y las opiniones para que tengan sentido para los demás. Pero la escritura nunca volverá a ser lo que alguna vez fue. La era digital nos acostumbró a los mensajes breves y concisos. Sólo la brevedad asegura receptores. El Homo Twitter lo asimiló rápidamente e incluso le puso un límite a la escritura: 140 caracteres por tweet, bajo la premisa de que no hay una sola idea o pensamiento que no pueda ser expresada correctamente dentro de esos límites.

4. *Si el Homo Videns es incapaz de abstraer conceptos, el Homo Twitter es incapaz de abstraer fárragos, piensa en corto*. Si la cultura de la imagen inhibió en los seres humanos la capacidad de abstracción, pues la imagen no exige del espectador ningún esfuerzo mental de deconstrucción, la cultura digital inhibió en los seres humanos la capacidad de concentración y comprensión frente a textos demasiado largos y complejos. De algún modo, ambos aspectos han contribuido a transformar las posibilidades y el potencial del pensamiento humano. El Homo Twitter, heredero de ambas tendencias, ha dejado las honduras del pensamiento a los iniciados, y prefiere moverse en la superficie, en el pensamiento en corto, inmediato, directo, sin florituras

ni barroquismos, ahí se siente seguro; en la simplicidad encuentra su zona de confort. Si la comunicación es posible para el Homo Twitter es porque no exige grandes elaboraciones, el pensar en corto es lo suyo.

5. *Si para el Homo Videns la imagen es expresión metafórica, para el Homo Twitter el tweet es metáfora de la expresión*. Si en el Homo Videns el pensamiento permanece adormecido, sometido a la tiranía de las imágenes, metáfora cruel de su propia existencia, en el Homo Twitter expresarse se ha vuelto una metáfora. En efecto, el Homo Twitter no habla, tuitea; no escribe, tuitea; no lee, sólo escucha los chiflidos de los demás Homo Twitter. Por efecto de Twitter, la expresión humana se ha vuelto la acción de tuitear. La palabra escrita ha sucumbido al tweet. Las opiniones y las ideas se vuelven expresiones del tweet. Pero el tweet es intangible, efímero, ligero, volátil, sólo vive en la evanescencia. Fuera de Twitter lo que se escucha es ruido, dentro de Twitter, es un silbido queriendo trascender.

6. *Si la palabra escrita representa evolución y la imagen, involución, el tweet es revolución a 140 caracteres por minuto*. En la era del Homo Twitter todo es breve y acelerado, no hay lugar para rollos ni tiempo para grandes abstracciones. En ese sentido, el Homo Twitter es la expresión más evolucionada del Homo Digital; o sea, un sujeto conectado virtualmente con el mundo, a la velocidad de los dedos y del mouse. El Homo Twitter es la materialización de un tiempo, el nuestro, que se percibe veloz, raudo, vertiginoso. Al acercarnos el mundo a una computadora, la era digital nos instaló en la fugacidad de la vida, en la conciencia de que el tiempo vuela y nunca será suficiente para nada. Es el tiempo de las metrópolis, acelerado, apresurado, que nos arrolla sin remedio. Hoy hay que correr para llegar, robarle horas al sueño para estar, conjugar actividades para que nos alcance el día. Hoy todo es *fast*, y entre más *fast*, mejor. El Homo Twitter se sabe prisionero del tiempo y se rebela tuiteando. Si el tiempo (o mejor, la ausencia de tiempo) anula, somete, presiona, borra, Twitter libera, aunque sea transitoriamente; es la catarsis efímera de una generación tan vertiginosa como el videoclip. Tuiteo luego existo.

7. *Con el Homo Videns el Homo Twitter comparte lo lúdico, pero de manera creativa, no pasiva*. Si el Homo Videns se regodea husmeando en la vida privada de ilustres desconocidos, según la exitosa fórmula de los *Reality shows*, el Homo Twitter también disfruta de escudriñar en los tweets ajenos, en los TL (*timelines*) y los Avatar de otros tuiteros. Pero a diferencia del Homo Videns, el Homo Twitter no sólo es espectador, sino también protagonista de un *Reality* (un *Reality* virtual, por contradictorio que parezca); o sea que el tuitero no solo observa a los demás tuiteros, sino que se sabe observado, es más, quiere ser observado; a su modo es un exhibicionista, un hedonista incorregible. En la retroalimentación con otros tuiteros, el Homo Twitter no sólo encuentra su lugar, sino también placer; no sólo un sentido de pertenencia a algo, sino un espacio lúdico, sumamente adictivo. De ahí que el Homo Twitter se vea obligado a perfeccionar sus tweets, pues entre más creativos sean, más observado será, tendrá más seguidores, imagen equivalente a los fans de la farándula. De hecho, en Twitter también hay Tuitstars, la expresión más revolucionada del Homo Twitter.

8. *Si el Homo Videns es manipulable, el Homo Twitter es un manipulador en potencia, pues el tweet es persuasión*. Un tweet que nadie lee es un tweet que nunca existió. Para trascender, un tweet tiene que seducir, persuadir, convencer, motivar... Sólo así destacará de entre millones de tweets que nacen y mueren cada segundo. Un tweet se sabe efímero, por lo que busca afanosamente desafiar su destino; quiere brillar en el mundo de los RT (retweets) y los Favs (favoritos) y así alargar su existencia lo más posible. Por eso, si el Homo Videns era un receptor pasivo de imágenes y se dejaba manipular por ellas al encender el televisor, el Homo Twitter se vuelve un manipulador en potencia. Lo suyo es persuadir con sus chiflidos, para que los demás repitan su tonada, se la aprendan, la reproduzcan, la recomienden... Si un tweet nace para ser escuchado, el Homo Twitter necesita muchos escuchadores, y entre más, mejor. Precisamente por ello, el Homo Twitter aprende pronto que tuitear no es suficiente, que cualquiera puede hacerlo, por lo que hay que hacerlo bonito, para atraer a

otros tuiteros. Quizá por eso, el Homo Twitter se vuelve exigente, no perdona los tweets salpicados de faltas ortográficas, los tweets ilegibles o incomprensibles. Quién lo iba a decir, el Homo Twitter ha revalorado el idioma, cualquiera que éste sea; exige respeto a las reglas gramaticales y censura los deslices.

9. *El Homo Twitter sólo se realiza en el espacio público, con-los-demás; es la nueva encarnación del* zoon Politikon. Si Twitter es la nueva ágora virtual, el espacio público donde se construye cotidianamente la ciudadanía y se definen los valores sociales, el Homo Twitter es la nueva representación del sujeto político, del ciudadano que opina de los asuntos públicos y que en conjunto con los demás Homo Twitter redefine y llena de contenido los valores que han de regir en la sociedad. El Homo Twitter nos recuerda que la democracia no puede edificarse en el vacío, sino en contacto permanente con la sociedad. Si la representatividad fue la fórmula que permitió que la democracia como forma de gobierno se concretara en sociedades complejas como las modernas, Twitter es el vehículo posmoderno que restituye a la sociedad su centralidad y protagonismo frente a los déficits de representatividad que acusaba desde hace tiempo. Los políticos profesionales se han dado cuenta por la irrupción de la sociedad en Twitter, que ya no pueden apropiarse arbitrariamente de la política, pues la política está hoy más que nunca en todas partes. En suma, el Homo Twitter reivindica al ciudadano, visibiliza a la sociedad frente a la sordina consuetudinaria de los políticos profesionales.

10. *El Homo Twitter es la síntesis virtuosa del Homo Ludens (lo lúdico) y el* zoon Politikon *(la acción en libertad)*. Para el Homo Twitter todo es politizable, a condición de que sea debatible; sabe que su opinión es parte de un tribunal plural y heterogéneo, pero que a final de cuentas refleja mejor que cualquier otro espacio público el sentir de una comunidad, sus anhelos, sus deseos, sus congojas y frustraciones... El Homo Twitter hace política, busca incidir en la opinión pública, busca marcar tendencias con sus opiniones, con sus HT, porque sabe que sus opiniones cuentan, que Twitter se ha convertido en el mejor espejo

de lo social. El Homo Twitter pudo haber definido sus convicciones en múltiples ámbitos sociales, incluidos las propias redes sociales, pero sólo en Twitter encuentra el lugar idóneo para proyectarlas, para socializarlas de regreso a un universo simbólico donde pueden alcanzar resonancia. Si debatir con-los-demás en condiciones de paridad, o sea de manera incluyente y abierta, es la naturaleza de la política, el Homo Twitter es la expresión moderna (virtual y digital) del *zoom Politikon*. Con la novedad de que tuitear es mucho más lúdico que vociferar o manotear para hacerse escuchar; y a la larga también es más democrático y efectivo.

11. *Twitter es de quien lo ocupa, pero no a todos los que llegan a sus dominios los mueve el simple gusto de intercambiar chiflidos*. El verdadero Homo Twitter aprende pronto a no tomarse en serio a sus interlocutores que se esconden en un avatar falso. El tuitero anónimo puede ser brillante, original y ocurrente, y por ello concitar seguidores, pero el genuino acto del tuitear comunicativo requiere transparencia y verdad. Aquí el velo de la ignorancia o las máscaras no son opción para la acción comunicativa horizontal e incluyente. Por el contrario, las caretas son la madre de todos los males en Twitter, de ahí emerge la nueva tiranía de los *bots* y los *trolls*, seres virtuales malignos y perversos cuyo único interés es destruir, aterrorizar, manipular... De sus gargantas no brotan tweets sino veneno. Son los *bullyngers* cibernéticos, una consecuencia no deseada de Twitter y que terminará contaminándolo hasta someterlo. En efecto, Twitter pertenece a quien lo ocupa con sus tweets, pero, tristemente, a este archipiélago también han llegado aves de rapiña.

12. *Si Twitter es el nuevo espejo de las sociedades modernas, el Homo Twitter proyecta lo mejor y lo peor de las mismas*. Así como Twitter, a juzgar por lo que algunos intelectuales piensan, le da voz a "hordas de ignorantes o idiotas" (Umberto Eco *dixit*), también es el lugar donde se expresa la masa crítica, o sea los ciudadanos más instruidos y educados de la sociedad, que entienden que Twitter es un ágora

demasiado influyente en la vida de nuestras sociedades como para dejarlo solamente a manos de los cretinos. Por eso Twitter, al igual que la sociedad que se expresa en esta red, es una arena en conflicto, un lugar decisivo para la existencia humana, un espacio público-político donde se definen y llenan de contenido muchos de los valores que han de articular al todo social. El Homo Twitter lo sabe o al menos lo intuye, de ahí su empeño en no claudicar, en disputarle la voz a los cretinos. Sin conflicto, sin confrontación, sin debate, simplemente no hay Homo Twitter. Por fortuna, casi siempre triunfa la razón y el buen juicio sobre la estridencia hueca.

13. *Homo Twitter no es el que se autoproclama como tal sino el que es aceptado por la comunidad tuitera*. En efecto, la condición de Homo Twitter se conquista, no se decreta. Se gana tuiteando, sumergiéndose en los ínferos tuiteros sin fallecer en el intento. No todos lo logran. Twitter puede ser demoledor y sumamente agresivo con los hipócritas y los advenedizos, con los oportunistas y los *outsiders*. Los políticos profesionales, por ejemplo, saben perfectamente que Twitter les ofrece una interlocución nada despreciable con sus conciudadanos, sean estos sus simpatizantes o no, por lo que desean participar del mismo, pero muy pronto, en la mayoría de los casos, se dan cuenta que no pertenecen a Twitter, que no son bienvenidos en sus filas, que los tuiteros serán implacables con ellos, pues constituyen casi siempre el objeto de sus críticas. El Homo Twitter conoce sus terrenos y no tolera que los políticos profesionales, los mismos que en la vida real los ignoran y toman decisiones a sus espaldas, aquí quieran congraciarse con ellos como si nada. Por eso Twitter no es el lugar más adecuado para que partidos y candidatos desplieguen sus estrategias de campañas en tiempos electorales. El Homo Twitter no se deja engañar o manipular fácilmente. Por el contrario, es muy frecuente que un candidato que pierde en Twitter, a juzgar por las críticas que ahí recibe, gane fuera de Twitter, es decir, que sea favorecido en las urnas. En suma, Twitter les da voz a todos, pero no todos los que tuitean conquistan a los tuiteros ni serán aceptados como sus miembros, o sea como Homo Twitter.

14. *Por la vía de la crítica, el Homo Twitter se convierte en juez de sus gobernantes y de las elites en general, pero también, de regreso, enfrenta el dedo flamígero de aquellos a quienes critica*. Así, por ejemplo, en muchos países se han presentado verdaderas batallas campales entre los tuiteros y los intelectuales y líderes de opinión, cuando las opiniones de aquéllos vulneran el ego de estos. La guerra de descalificaciones y cuestionamientos a las redes sociales (en especial Twitter), en las cuales los líderes de opinión no gozan de buena reputación, puede ser feroz. ¿Cómo hacerles entender que si Twitter no los ama la culpa no es de Twitter sino de ellos mismos, y no por ser líderes mediáticos sino por creer que pueden engañar y mentir a diestra y siniestra sin ser descubiertos o confrontados? Las descalificaciones a los tuiteros suelen ser desproporcionadas. Así, por ejemplo, el escritor mexicano Héctor Aguilar Camín, conocido por sus devaneos con el poder, ha señalado con más resentimiento que lucidez que "Los tuiteros son una masa fanática y autoritaria, unos pandilleros", "Twitter es la República del Odio" y "los tuiteros son un síntoma del fascismo, pues portan sus insultos con una repugnante certidumbre de superioridad moral, que su lenguaje procaz desmiente". En una línea semejante, otro "intelectual-político" mexicano de pésima reputación, Liébano Sáenz, ha dicho que "La República del Odio es una expresión de rencor social... La intolerancia que la acompaña le lleva al autoritarismo y se recrea en los incondicionales de su culto. En esta lógica de amenaza, todo se vale si el fin es acabar con el enemigo". Obviamente, esta caterva de intelectuales mediáticos y orgánicos de la vieja guardia no han entendido que hoy, gracias a las redes sociales, nadie escapa al escrutinio público. No escapan los políticos profesionales, y tampoco los intelectuales y líderes mediáticos. Si antes estos podían engañar o manipular sin ser cuestionados, hacerlo ahora es un despropósito; si antes vivían del oropel mediático en soliloquios perennes, ahora son observados y confrontados permanentemente; si antes sólo requerían la adulación de sus pares para creerse dioses, ahora necesitan ser congruentes para evitar ser señalados. Muchos líderes mediáticos quieren entrar en las redes sociales, congraciarse con sus usuarios, ser populares, pero no saben cómo hacerlo, pues los usuarios de las

redes no se dejan engañar fácilmente, la crítica puede ser implacable. En suma, las redes sociales visibilizan al ciudadano ante la ceguera acostumbrada de los políticos profesionales, los medios tradicionales y los líderes de opinión acomodaticios. Las redes sociales ponen a cada quién en su lugar, y si a veces se exceden al exhibir la pobreza intelectual, moral y periodística de ciertos miembros prominentes de la así llamada "comentocracia" es porque estos cosechan en Twitter lo que ellos mismos sembraron en los medios tradicionales. En todo caso, si algo revelan las reacciones tan viscerales y excesivas de las élites hacia Twitter es que esta nueva ágora virtual provoca mucho miedo entre los poderosos.

15. *Si el Homo Twitter subvierte al Homo Videns, Twitter coloniza a los medios tradicionales*. La evolución que origina la aparición del Homo Twitter en la humanidad va acompañada de otras transformaciones en las maneras de relacionarnos, informarnos, comunicarnos y hasta divertirnos. Así, por ejemplo, los medios tradicionales, como la radio, la prensa y la TV, comienzan a ser desplazados por las redes sociales como los espacios de referencia primordiales de los individuos, sobre todo de los niños y los jóvenes que se sienten cada vez menos atraídos por la TV y cada vez más involucrados con el Internet, cuestión fácilmente constatable si se compara el tiempo promedio que las nuevas generaciones invierten en Internet con el que pasan frente al televisor. Además, por su capacidad para reflejar los intereses y los anhelos de una sociedad en tiempo real y de manera muy fiel, Twitter ha comenzado a desplazar a los medios tradicionales casi sin darnos cuenta. Así, por ejemplo, se ha vuelto común que los medios tradicionales aludan a Twitter cuando de reflejar las inclinaciones sociales en torno a un tema o asunto se trata. Gracias a ello los medios tradicionales se barnizan de democracia, pues refieren lo que se está opinando en Twitter para aparecer como sensibles a las necesidades y las preocupaciones sociales del momento, algo a todas luces muy ventajoso y oportunista para medios de comunicación históricamente unilaterales y altamente manipuladores.

16. *Muchos sentimientos colectivos viven en el Homo Twitter, pero de todos ellos el más recurrente es la indignación*. La indignación emerge sobre todo en tiempos y circunstancias de agravio y cinismo por parte de las elites en contra de una comunidad dada. Twitter proyecta así lo mejor de una sociedad: su convicción de no ser avasallada por las injusticias y los abusos de los poderosos, por los prejuicios de todo tipo y las arbitrariedades en su contra; en suma, su deseo de ser libre. Twitter se convierte así en el nuevo espacio donde la indignación social se expresa y proyecta hacia el todo, independientemente de su mayor o menor impacto. No por casualidad la expresión indignación se sobrepuso a otras para referirse a múltiples expresiones de malestar y protesta surgidas originalmente en las redes sociales para después trasladarse a las plazas públicas en diversos países, desde los indignados de la Primavera árabe hasta los Indignados en Europa, Estados Unidos y América Latina. Claro está que más allá de los resultados concretos alcanzados por estos movimientos, su verdadero éxito hay que buscarlo en la dimensión simbólica de la política,que en este caso no es otra cosa que el avance cualitativo que con la indignación compartida se logra en la consecución de un imaginario colectivo generacional y global, según el cual, por una parte, los ciudadanos se conciben cada vez más como artífices de su destino, capaces de incidir directamente en las decisiones que les competen a condición de participar políticamente, o sea de debatir y transparentar en el espacio público todo aquello que les ocupa y preocupa; y, por otra parte, los ciudadanos se vuelven cada vez más conscientes de que sus representantes les han dado la espalda y casi siempre gobiernan en el vacío, anteponiendo sus propios intereses a los del resto de la sociedad. De ahí que la indignación se multiplique en todas partes a la velocidad de la luz, como una ola incontenible que a su paso no hace más que sumar nuevos adeptos. Obviamente, los indignados de hoy cuentan a su favor con algo que no tuvieron los indignados de otras épocas, y que propició su reproducción acelerada a escala planetaria: las nuevas redes sociales, y en especial Twitter.

17. *El Homo Twitter, como ente colectivo, puede ser ocasionalmente propositivo, pero su condición natural es ser reactivo, o sea que su actuar*

debe ubicarse más en la negatividad que en la positividad. La indignación puede ser un motor nada despreciable de las sociedades, pero como tal entra más en el ámbito de la negatividad que de la positividad. En efecto, la crítica, el cuestionamiento, el escarnio, la denuncia, la indignación..., son más actitudes reactivas que constructivas: proyectan un malestar sentido y muchas veces compartido, pero no implican la construcción de grandes proyectos colectivos alternativos a los existentes. La política como negatividad no define rumbos políticos alternativos para un país o comunidad, sino que sólo exhibe y denuncia inconsistencias, ya sea de los gobernantes o de quienquiera que agravie a la sociedad. Quizá a todo esto convenga el nombre de "resentimiento social", pero en realidad la indignación alude más a una mera reacción social en contra de lo que una colectividad considera como injusto. La pregunta aquí es si el carácter predominantemente negativo de la indignación en Twitter convierte al Homo Twitter en impolítico, en la medida que de éste no emanan proyectos colectivos alternativos a los existentes en una comunidad sino sólo cuestionamientos y críticas. La respuesta tiene que ver con la importancia que concedemos a la dimensión simbólica de la política, o sea al debate público como fuente potencial de valores o contenidos socialmente deseables en un país o comunidad. Al respecto, Twitter se ha convertido en el lugar más influyente de socialización política y en consecuencia de institución de valores en las sociedades actuales, lo cual no es poca cosa. Más aún, si comparamos el impacto que las redes sociales han alcanzado en la política institucional, o sea, donde se toman las decisiones vinculantes en un país, con el que tienen otras expresiones de lo social, como la votación en los procesos electorales o la sociedad civil organizada, no será difícil constatar que la dimensión simbólica de la política ha prácticamente desplazado a las restantes.

18. *El Homo Twitter no es una condición metafísica del ser humano en la era digital sino la expresión virtual de su existencia concreta*. La existencia del Homo Twitter no puede ser reducida a objeto, incluida como mero predicado de todo, manifestación de una ley en la contingencia. Por el contrario, su existencia concreta, aunque virtual,

excede siempre a la esencia, y el hombre existe sólo como pluralidad y en la pluralidad. Convive. Por ello también, sólo en la política, en el poder compartido, en el compromiso, su existencia se vuelve auténtica. La existencia del Homo Twitter es individual, tan individual como lo específicamente humano, como la existencia auténtica, cuyos componentes esenciales —la diferencia y la libertad—, sólo se realizan en el espacio público. Frente a la tendencia de las democracias liberales occidentales a reducir el discurso público a pura mediación de intereses igualmente particularistas, frente a la precariedad de una integración social y étnica cada vez más débil, y frente a la tendencia de los sistemas políticos democráticos a legitimarse en los términos, siempre aleatorios, de la prosperidad económica, la integración de las sociedades complejas ya no puede fundarse sobre los principios democráticos tal y como los conocemos. El Homo Twitter confirma la idea sostenida por muchos pensadores, como Hannah Arendt, Claude Lefort y Cornelius Castoriadis, según la cual la verdadera política no puede ser más que democrática, pues es una condición de la existencia y el actuar de los seres humanos de carne y hueso. Actuar es sinónimo de libertad, y por ello de existencia. Pero este milagro acontece sólo en el espacio público y simétrico, en el ser-con-los-otros, cuando cada quien asume la pluralidad como una necesidad propia e irrenunciable. Al respecto, hoy diríamos que, corrigiendo a Arendt, "El individuo, en su aislamiento, nunca es libre; lo puede ser solamente si pisa el terreno de la *polis* y la actúa" porque sólo en la *polis* se conquista, sea ésta virtual, como las redes sociales, o real, como la plaza pública.

19. *Lo que pasa en Twitter, aunque lo trascienda, se queda en Twitter*. Con esta tesis lo que se quiere subrayar es que el Homo Twitter puede motivar revoluciones, tumbar dictadores, adelantar elecciones, cambiar preferencias electorales..., como de hecho ha ocurrido en múltiples ocasiones, pero su condición es vivir y morir en Twitter. La eventual repercusión de lo virtual en la realidad de una colectividad ya no le pertenece al Homo Twitter. Así, por ejemplo, en el momento que la indignación compartida y expresada en Twitter contra una injusticia se materializa o cristaliza en un movimiento social que toma las calles

y las plazas, justo en ese momento desaparece el Homo Twitter para cederle su lugar al sujeto social o al activista político. En otras palabras, aunque se toquen en algún momento, lo virtual se queda en lo virtual y lo real en lo real. De hecho, la indignación en Twitter, cuando concita amplios consensos, es espontánea, genuina, heterogénea y efímera; no tiene liderazgos visibles ni ideologías, no tiene partido ni corriente; les pertenece a todos y a nadie al mismo tiempo. En cambio, la indignación en la realidad casi siempre es aprovechada por líderes oportunistas que se montan en su ola envolvente; es manoseada a conveniencia por partidos e ideologías, es pervertida hasta responder a intereses específicos y sustraerle su espontaneidad y heterogeneidad originales. Más aún, es frecuente que un movimiento de indignación exitoso en Twitter, y que lo trascienda, no lo sea en la realidad, y viceversa.

20. *La libertad es el ADN del Homo Twitter. Si aquélla desaparece el Homo Twitter también*. Algún día no muy lejano Twitter será víctima de su éxito y el Homo Twitter se extinguirá. De hecho, las señales de este desenlace fatal ya están presentes. El Homo Twitter se convirtió en poco tiempo en una suerte de quinto poder, un crítico implacable de las elites y sus estrategias de control y dominio, un denunciante de las injusticias, un juez de los abusos y los excesos de las autoridades. Demasiado poder para una sociedad que había sido mantenida hasta entonces por las propias elites en un umbral de bajo perfil, con islas de rebeldía que no alcanzaban a disputarle su hegemonía y sus privilegios. Es por ello que las elites han decidido pasar a la ofensiva en lo que a Internet y las redes sociales se refiere, ya sea imponiendo controles más rígidos a los usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación, imponiendo reglamentos más restrictivos a las mismas; en una palabra, limitando la libertad con la que las redes se movieron en un principio y gracias a la cual alcanzaron tanto éxito. Huelga decir que sin libertad las redes se vacían de sentido para los usuarios, se pervierten sin remedio. Paralelamente, la ofensiva de las élites las ha llevado a crear todo tipo de estrategias para contrarrestar el impacto de la indignación espontánea generada en las redes sociales, desde comprar TT para desviar la atención de los usuarios hasta infiltrar

bots y *trolls* para intimidar y confundir. El resultado es la perdida irreversible de credibilidad hacia las redes y el potencial declive de las mismas. Por otra parte, si bien es cierto que el Homo Twitter inyecta a Twitter un impulso democrático, libre y espontáneo, Twitter también es un negocio y, como tal, por lógica, supeditará al lucro todo lo demás e incluso sacrificará, de ser necesario, su libertad. De hecho, este es el caso de un aspecto que ha afectado por igual a todas las redes sociales y que no hace sino provocar indignación y desconfianza entre sus usuarios: el carácter invasivo que se ha apoderado de ellas mediante el uso con fines comerciales de la información provista por los propios usuarios (datificación), una suerte de algoritmo hecho a la medida de cada usuario según el perfil que él mismo va descubriendo de su persona por el simple hecho de publicar en las redes, en una clara e inadmisible violación a su privacidad y anonimato. Huelga decir que por efecto de este hecho queda en entredicho la aspiración de libertad que las redes prometieron en sus orígenes al ciudadano.Sin duda que este hecho, junto con los referidos antes, aunque siempre cabe la posibilidad de que el deseo de libertad de la gente se rebele a cualquier imposición, abona más al deterioro de Twitter que a su consolidación. Triste desenlace para una experiencia exitosa de política democrática como nunca se había logrado antes. En ese caso, algún día exclamaremos con pesar que "era demasiado lindo para ser verdad".

César Cansino

PRIMERA PARTE

La democracia en la era de las redes sociales

1

La democracia en la era de la desconfianza

Pierre Rosanvallon

Históricamente, la democracia se ha manifestado siempre como una promesa y un problema a la vez. Promesa de un régimen acorde con las necesidades de la sociedad, fundada sobre la realización de un doble imperativo de igualdad y autonomía. Problema de una realidad que a menudo está muy lejos de haber satisfecho estos nobles ideales. El proyecto democrático ha quedado siempre incumplido allí donde se lo proclamó, ya sea que haya sido groseramente pervertido, sutilmente limitado o mecánicamente contrariado. En cierto sentido, jamás hemos conocido regímenes plenamente "democráticos", en la acepción más rigurosa del término. Las democracias realmente existentes han quedado inacabadas o incluso confiscadas, en proporciones muy variables según cada caso. De allí que el desencanto haya convivido permanentemente con las esperanzas que hicieron nacer las rupturas con los mundos de la dependencia y el despotismo. El principio de la construcción electoral de la legitimidad de los gobernantes y la expresión de la desconfianza ciudadana respecto de los poderes han estado así prácticamente siempre vinculados. El famoso *Acuerdo del pueblo*, publicada en Londres el 1° de mayo de 1649, que constituye el primer manifiesto democrático moderno, mostraba ya de manera ejemplar esa

dualidad. Garantía de libertades civiles y religiosas, institución del juicio por jurados, sufragio universal, limitación de los mandatos electivos, estricta subordinación del poder militar a los poderes civiles, acceso de todos a las funciones públicas: todos los principios que alimentarían las revoluciones de los siglos XVII y XVIII se encontraban ya formulados en ese texto precursor. Pero es significativo que hiciera referencia al mismo tiempo a la "dolorosa experiencia" de la corrupción del poder, al riesgo de que se impusieran los intereses particulares, a pesar de todas las precauciones tomadas, y que la representación se volviera dominación. La determinación de las condiciones de formación de un poder legítimo y la formulación de una "reserva de desconfianza" se expresaron así en conjunto desde un comienzo.

Desconfianza y democracia

La historia de las democracias reales es indisociable de una tensión y un cuestionamiento permanentes. Desde un comienzo ha estado continuamente en discordancia aquello que la teoría de los gobiernos representativos-democráticos había ligado en el mecanismo electoral: la legitimidad y la confianza. Esas dos cualidades políticas que se consideran superpuestas en el resultado de las urnas no son de la misma naturaleza. La legitimidad es entendida aquí como una cualidad jurídica, estrictamente procedimental; es producida de modo perfecto y absoluto por la elección. La confianza es mucho más compleja. Constituye una especie de "institución invisible", para retomar una fórmula famosa del economista Arrow (1974, p. 26), que cumple al menos tres funciones. En primer lugar, produce una *ampliación* de la calidad de legitimidad, agregando a su carácter estrictamente procedimental una dimensión moral (la integridad en sentido amplio) y una dimensión sustancial (la preocupación por el bien común). La confianza tiene también un papel temporal: permite presuponer *el carácter de continuidad en el tiempo* de esa legitimidad ampliada. Simmel destaca, de manera muy esclarecedora en esa perspectiva, que es "una hipótesis sobre una conducta

futura".[1] La confianza es, en fin, un economizador institucional, permite ahorrarse todo un conjunto de mecanismos de verificación y prueba. Esta disociación de la legitimidad y de la confianza ha constituido un problema central en la historia de las democracias. La disociación ha sido la regla; la superposición, la excepción (en Francia se habla de "estado de gracia" por expresar que existe después de una elección un periodo muy breve en el que las dos cualidades se confunden excepcionalmente). Las reacciones a esta situación de hecho se han desarrollado en dos direcciones. Se han multiplicado en primer lugar las propuestas y las experiencias que buscan reforzar los condicionantes de la legitimidad procedimental. Se aumenta por ejemplo la frecuencia con que se recurre a las urnas, se desarrollan también mecanismos de democracia directa, se intenta además reforzar la dependencia de los elegidos. Lo que se busca en todos esos casos es la mejora de la "democracia electoral". Pero paralelamente también se ha formado todo un entrecruzamiento de prácticas, de puestas a prueba, de contrapoderes sociales informales y también de instituciones, *destinados a compensar la erosión de la confianza mediante una organización de la desconfianza*. No se puede pensar la democracia y rehacer su historia sin ocuparse de estas últimas formas.

Hay así dos dimensiones a tener en cuenta para comprender correctamente el movimiento de las diversas *experiencias democráticas*: el funcionamiento y los problemas de las instituciones electorales-representativas, por un lado, y la constitución de este universo de la desconfianza, por el otro. La primera dimensión es la que hasta ahora retuvo principalmente la atención de los historiadores y teóricos políticos. Por mi parte, yo he propuesto un abordaje sistemático de este campo al elaborar un análisis razonado de las tensiones estructurantes que operan en las instituciones de la ciudadanía, de la representación y de la soberanía.[2] Ahora es necesario ocuparse de la segunda dimensión. Ciertamente, las diversas expresiones de esa desconfianza ya han sido

[1] Simmel (1999, pp. 355-356). "Bastante seguros porque fundamos la acción práctica basados en ella, la confianza es también un estado intermedio entre el saber y el no saber sobre el prójimo. El que sabe todo no necesita la confianza. El que no sabe nada no puede razonablemente tener confianza" (*ídem*).

[2] Véase mi trilogía: Rosanvallon (1992, 1998 y 2000).

objeto de múltiples estudios puntuales: la historia de las resistencias y las reacciones a las presiones de los poderes, sociología de las formas de desafección cívica o de rechazo del sistema político, etcétera. De esta manera se han considerado acciones y actitudes particulares. Pero no han sido resituadas en un conjunto, salvo cuando fueron relacionadas de manera muy general y vaga con el combate de los hombres y lasmujeres por vivir en un mundo más justo y libre. De ahí que me he propuesto comprender las manifestaciones de la desconfianza en un marco global que reubique de manera articulada y coherente sus características más profundas, en síntesis, entenderlas en tanto *conforman políticamente un sistema*. Sobre esta base propondré una comprensión ampliada del funcionamiento, la historia y la teoría de las democracias.

Para situar en forma adecuada el problema, es necesario señalar previamente que la expresión de esa desconfianza ha tomado dos grandes vías, la liberal y la democrática. La desconfianza liberal respecto del poder ha sido teorizada y comentada a menudo. Montesquieu le ha dado su expresión canónica[3] y los Padres Fundadores del régimen norteamericano le han dado forma constitucional. Toda la visión de un Madison, en el periodo de debate de la Constitución Federal, se basa en la obsesión por prevenir la acumulación de poderes. Su proyecto no fue edificar un gobierno bueno y fuerte fundado en la confianza popular, sino constituir un poder débil e institucionalizar la sospecha. El objetivo para él era más bien proteger al individuo de las invasiones del poder público antes que coronar al ciudadano. Por el lado francés, Benjamin Constant o Sismondi, un economista que fue también uno de los grandes teóricos políticos de principios del siglo XIX, defendió posiciones comparables. Para este último, la piedra angular del tipo de régimen que él defendía es la "disposición constante a la resistencia".[4] El recuerdo del antiguo

[3] Recordemos a título informativo la formulación en *De l'esprit dos Iois* (1758): "Es una experiencia eterna, que todo hombre con poder es llevado a abusar de éste; avanza hasta que encuentra límites. ¡Quién lo diría! La virtud misma necesita límites. Para que no se pueda abusar del poder es necesario que, por la disposición de las cosas, el poder contenga al poder" (libro XI, cap. 4).

[4] Sismondi (1836, p. 230). Continúa: "Es bajo la garantía de esa disposición que deben establecerse todas las instituciones" (*ibid.*).

régimen es determinante para estos autores. Quieren hacer imposible un regreso al despotismo. Más democracia significa, muy mecánicamente en este caso, más sospecha hacia los poderes.[5]

Con ese espíritu Benjamin Constant va a considerar que la libertad presupone que la opinión sea sistemáticamente opuesta a los agentes del gobierno; habla incluso de "una necesaria vigilancia del odio" (Constant, s/f). Pero su verdadera originalidad se encuentra en otra parte, en el hecho de que es el primero en distinguir claramente una desconfianza "antigua", que viene del rechazo a los "poderes arbitrarios impuestos a la sociedad, y una desconfianza "moderna", que tiene su raíz en la constatación de los posibles yerros de los nuevos regímenes surgidos de la voluntad general. Al evocar el "terrible ejemplo" de Robespierre, señala el divorcio que conoció la Francia de 1793 entre un proceso político en el que "la confianza universal llevó a hombres honestos a las funciones administrativas" y el hecho de que éstos "permitieron organizar empresas de asesinato" (*ibid*., p. 67). Para Constant, por lo tanto, es la confianza democrática misma la que hay que igualmente limitar. En el momento en que fue adoptada en 1830 la carta de la monarquía parlamentaria, coronando el tipo de régimen que siempre defendió, hace el elogio del texto y destaca abruptamente que "toda [buena] constitución es un acto de desconfianza"[6] La desconfianza liberal se puede entender allí como un "poder de prevención", retomando una expresión apropiada de Bertrand de Jouvenel (1966). Se inscribe por ello en una perspectiva temerosa y pesimista sobre la democracia. La desconfianza es en ese caso sospecha del poder popular, temor a sus errores, reticencia a la instauración de un sufragio universal. Existe otro enfoque, de tipo democrático, de la desconfianza. En este caso, el objetivo es velar para que el poder sea fiel a sus compromisos, buscar los medios que permitan mantener la exigencia inicial de un servicio al bien común. En una era postotalitaria, es este tipo de desconfianza el que se manifiesta principalmente. Tal desconfianza democrática se expresa y se organiza de múltiples maneras. Distinguiré tres modalidades principales: los

[5] *Cfr*. la introducción de Warren (1999).

[6] *Courier francais*, 5 de noviembre de 1829, en Constant (1992, p. 53).

poderes de control (*surveillance*), las formas de obstrucción, la puesta a prueba a través de un juicio. A la sombra de la democracia electoral-representativa, estos tres contrapoderes dibujan los contornos de lo que llamo una contrademocracia. Esta contrademocracia no es lo contrario de la democracia; es más bien una forma de democracia que se contrapone a la otra, es la democracia de los poderes indirectos diseminados en el cuerpo social, la democracia de la desconfianza organizada frente a la democracia de la legitimidad electoral. Esta contrademocracia conforma de este modo un sistema con las instituciones democráticas legales. Apunta a prolongar y extender sus efectos; constituye su contrafuerte. El impacto de esta desconfianza política, de tipo democrático, es tanto más importante en cuanto las sociedades contemporáneas están caracterizadas estructuralmente por una erosión general del papel de la confianza en su funcionamiento, así como por un consecuente acrecentamiento de las reacciones de desconfianza.

Tres factores, de orden científico, económico y sociológico, explican respectivamente este advenimiento de una sociedad de la desconfianza. El primer factor, científico, fue aclarado correctamente por Ulrich Beck en su obra *La sociedad del riesgo* (2001). El punto de partida de su razonamiento es la constatación trivial de la entrada en un mundo que ha roto con el optimismo tecnológico que había prevalecido hasta la década de 1960. La era de las catástrofes y las incertidumbres, que es la nuestra, ha conducido así a conjugar la aprehensión respecto de las industrias y las tecnologías modernas con la noción de riesgo mucho más que con la de progreso. Esta sociedad del riesgo es estructuralmente una sociedad de la desconfianza frente al porvenir. Pero el problema es que los ciudadanos a pesar de todo están condenados a confiar e los científicos; no disponen, de hecho, de elementos autónomos de apreciación sobre los problemas en cuestión. El papel de los científicos es percibido como ineludible y problemático al mismo tiempo. La única estrategia que pueden adoptar los ciudadanos es por lo tanto obligar a estos últimos a explicarse y rendir cuentas. Intentar instituir positivamente la desconfianza, como una suerte de barrera de contención, de un condicionamiento

protector de los intereses sociales. De allí la paradoja, bien formulada por los comentaristas de Beck:

El ciudadano, cuando busca resolver los problemas que los especialistas no han podido prever ni evitar se encuentra nuevamente en sus manos. No tiene por lo tanto otra solución que mantener la delegación, pero multiplicando los dispositivos para controlarlos y supervisarlos (Callon, Lascoumes y Barthe, 2001, p. 311).

La evolución del universo científico y técnico conduce de este modo a estructurar una cierta desconfianza social, de una manera que la reivindicación del "principio de precaución" no expresa más que muy pobremente (es el equivalente, en su registro, del poder liberal de prevención en el campo político).

La confianza también experimenta una regresión en el orden macroeconómico. Si aquella se define como una forma de saber que permite formular hipótesis sobre un comportamiento futuro, debemos constatar que el saber implicado, que en este caso se llama previsión económica, declina. Las grandes instituciones encargadas de esta tarea han dejado de proponer proyecciones confiables de mediano y largo plazo. Ya sea que son técnicamente incapaces de proveerlas o que éstas ya no son más creíbles por haberse equivocado demasiadas veces. Los tiempos en que el Parlamento votaba en Francia sobre tasas de crecimiento a plazos de cinco años parecen corresponder a otra era (¡aunque eso era aun así hace treinta años en el marco del Plan!). La entrada en un mundo económico menos previsible, porque está regido por un sistema de interacciones más abierto y complejo, participa así de la potenciación de las actitudes de desconfianza, articuladas largamente en este caso sobre un sentimiento más amplio acerca de la impotencia de las políticas públicas.

El advenimiento de una sociedad de la desconfianza resulta en tercer lugar de mecanismos de tipo sociológico. En una "sociedad de distanciamiento", usando la fórmula de Michael Walzer, las bases materiales de establecimiento de la confianza social se pulverizan; los individuos confían menos unos en los otros porque no se conocen lo suficiente. La falta de confianza en el prójimo y la desconfianza hacia los gobernantes aparecen bastante correlacionadas, como lo

han establecido importantes estudios comparativos. Así, desconfianza democrática y desconfianza estructural coinciden y se consolidan. Estos tipos de factores son los que han llevado a hablar de la entrada en una "sociedad de la desconfianza generalizada" para calificar el mundo contemporáneo.

Desconfianza y contrademocracia

Para desentrañar las características de las sociedades de la desconfianza se deben considerar cuando menos tres transformaciones históricas de la democracia:

1. *Poderes de control*. Al proyecto original de una "representación utópica" que haría vivir plenamente al representado en el representante, se superpuso la práctica efectiva de un cuestionamiento permanente, de una presión sobre los elegidos organizada de manera más difusa y más exterior. La búsqueda de un "contrapoder" (vigilancia, denuncia y calificación), a la vez estabilizador y corrector, ha estado siempre subyacente en la vida de las democracias.

2. *Poderes de sanción y obstrucción*. Viéndose finalmente poco capaces de obligar a los gobiernos a realizar ciertas acciones o tomar ciertas decisiones, los ciudadanos recuperaron una forma de eficacia al multiplicar las sanciones con respecto al poder. Así se erigió progresivamente a la sombra de la "democracia positiva" —la de la expresión electoral y de las instituciones legales— lo que podríamos llamar una "soberanía social negativa". La soberanía del pueblo se manifiesta así cada vez más como poder de rechazo, ya sea a través de la expresión electoral periódica o de las reacciones permanentes ante las decisiones de los gobernantes. Se superpone de esta manera una suerte de nueva democracia de rechazo a la original democracia de proyecto. De este modo se ha impuesto la soberanía de un *pueblo-veto*.

3. *Poderes del pueblo-juez*. El juicio como procedimiento de puesta a prueba de un comportamiento se ha impuesto, progresivamente, como una forma metapolítica considerada superior a la elección porque produce resultados tangibles. Al pueblo elector del contrato social se le han superpuesto de manera cada vez más activa las figuras del pueblo-controlador del pueblo-veto y del pueblo-juez, De ello han resultado modos de ejercicio indirecto de la soberanía de acuerdo con formas no organizadas por las constituciones.

Ciertamente, los indicadores de la confianza de los ciudadanos en las instituciones políticas testimonian un fuerte movimiento de declinación en todas partes, pero estos indicadores deben interpretarse con precaución y deben sobre todo resituarse dentro de una comprensión más amplia de las transformaciones de la inclusión ciudadana. La ciencia política se ha esforzado durante mucho tiempo por distinguir las formas de "participación no convencional", constatando que se multiplican, aunque la concurrencia a las urnas pueda parecer menos frecuente. Los indicadores de participación en huelgas o manifestaciones, la firma de petitorios, la expresión de formas de solidaridad colectivas en las situaciones extremas sugieren así que no hemos ingresado en una nueva era de apatía política y que la idea de un creciente repliegue sobre la esfera privada no tiene fundamento.[7] De modo que conviene más hablar de mutación que de declinación de la ciudadanía. Simultáneamente, se han diversificado los repertorios de la expresión política, los *vectores* de esta expresión, así como sus objetivos. Mientras los partidos se erosionan, se desarrollan los grupos de interpelación (*advocacy groups*) y las asociaciones de diversos tipos. Las grandes instituciones de negociación han visto empequeñecerse su papel mientras se multiplican las organizaciones *ad hoc*.

Los ciudadanos tienen así muchos otros medios fuera del voto para expresar sus reclamos o sus quejas. El fenómeno de la abstención y de la declinación de la confianza debe resituarse por ello en un análisis ampliado de las mutaciones de formas de la actividad democrática.

[7] Véase, por ejemplo, entre una vasta literatura sobre el tema, Norris (2002).

El voto es ciertamente la expresión más visible y la más institucional de la ciudadanía. Es el acto que desde hace mucho tiempo simboliza la idea de participación política y de igualdad cívica. Pero esta noción de participación es compleja. Mezcla en efecto tres dimensiones de la interacción entre el pueblo y la esfera política: la expresión, la implicación, la intervención. La *democracia de expresión* corresponde a la toma de palabra de la sociedad, a la manifestación de un sentimiento colectivo, a la formulación de juicios sobre los gobernantes y sus acciones, o también a la expresión de reivindicaciones. La *democracia de implicación* engloba el conjunto de los medios por los cuales los ciudadanos se ponen de acuerdo y se vinculan entre ellos para producir un mundo común. La *democracia de intervención* se constituye con todas las formas de acción colectiva para obtener un resultado deseado.

La vida democrática se articula en torno de esas tres formas de actividad política. Lo propio de la elección es que se propone superponer en los hechos estos diferentes modos de existencia cívica (que corresponden también a diferentes "momentos" de la vida pública); el voto ha querido constituir su modalidad aglomerada y condensada más incontestable, por ser la más organizada y visible. En la era dorada de la participación electoral, esa dimensión globalizante e integradora del voto estaba encastrada en su dimensión identitaria: el voto no era entonces tanto la expresión de una preferencia individual como la manifestación de una pertenencia colectiva.[8] Desde André Siegfried hasta los sociólogos políticos de la década de 1960, esta característica fue señalada en múltiples trabajos. La historia de la democracia se identificó por mucho tiempo en esa medida con un proceso de concentración del campo político del que la larga lucha por la obtención del sufragio universal ha sido a la vez el medio y el símbolo. Es dentro de ese marco que hay que apreciar las mutaciones actuales de la democracia: si la democracia de elección está incontestablemente erosionada, las democracias de expresión, de implicación y de intervención se han desplegado y afirmado. Conviene entonces

[8] La ciencia política de la década de 1960 estableció así el "paradigma de Michigan" (el nombre de la universidad donde se realizó la investigación), mostrando que los electores no se determinaban a partir de sus conocimientos políticos, muy limitados, sino que votaban en función de identidades partidistas precozmente fijadas.

hablar en todos los sentidos de un mito del ciudadano pasivo.[9] Esas mutaciones de la actividad política han sido estudiadas en numerosos trabajos científicos así como en toda una literatura de naturaleza más militante. Pero la conceptualización teórica de esos fenómenos sigue siendo imprecisa. Lo testimonia lo variable del vocabulario empleado para calificarlos. La ciencia política evoca así en la última docena de años el advenimiento de formas políticas "no convencionales", de una nueva "política de protesta" (*protest politics*), de una "ciudadanía civil", para describir esas manifestaciones proteiformes que testimonian el advenimiento de tipos inéditos de intervenciones y reacciones políticas. En el universo de los actores militantes más directamente implicados, emerge igualmente un nuevo tipo de vocabulario. Se habla así de "izquierda movimientista", de "política no gubernamental", de "política de los gobernados".[10] Las nociones de antipoder o de contrapoder son también frecuentemente utilizadas, al mismo tiempo que se opera en numerosos círculos una relectura de los trabajos de Michel Foucault sobre la *gubernamentalidad* moderna. El concepto de contrademocracia también debe ubicarse dentro de esta perspectiva. Puede dar a la vez un lenguaje y una coherencia intelectual a estos diferentes universos proponiendo un marco sistemático para la descripción de estas múltiples transformaciones de la democracia contemporánea; este marco las integra ordenándolas en una teoría razonada de la democracia.

Una reflexión final

Si bien no hay despolitización en el sentido de un menor interés por los asuntos públicos y una declinación de la actividad ciudadana, sí se ha modificado mucho cierto tipo de relación con la cosa misma de lo político. Pero el cambio es de otro orden del que habitualmente se sugiere. El problema contemporáneo no es el de la pasividad,

[9] Es necesario señalar también el hecho de que los ciudadanos se informan más. *Cfr*. los datos reproducidos por Schweisguth (2002, pp. 56-57).

[10] *Cfr*. Chatterjee (2004).

sino el de la *impolítica*,[11] es decir, de la falta de aprehensión global de los problemas ligados a la organización de un mundo común. Lo propio de las diferentes figuras de la contrademocracia es en efecto que llevan al aumento de la distancia entre la sociedad civil y las instituciones. Delinean así una suerte de *contrapolítica* fundada sobre el control, la oposición, la disminución de poderes que ya no se busca prioritariamente conquistar. Estos rasgos se manifiestan de manera doble. Los diversos mecanismos o comportamientos en juego tienen como primera consecuencia disolver las expresiones de pertenencia a un *mundo común*. Esta contrademocracia impolítica tiene así por rasgo distintivo superponer una *actividad* democrática y *efectos* no políticos Es por ese motivo que no se inscribe en el marco de las clasificaciones usuales de los regímenes y que constituye una forma original que escapa de las oposiciones tradicionales entre liberalismo y republicanismo, así como entre gobierno representativo y democracia directa.

Las formas diseminadas de esta contrademocracia tienen como segunda consecuencia ocultar la visibilidad y por sobre todo la legibilidad. Ahora bien, se trata de dos cualidades constitutivas de la esencia misma de lo político. No hay política si las acciones no pueden inscribirse en una misma narración ni ser representadas sobre un escenario público único. El desarrollo de las formas de contrademocracia presenta así un carácter indisociablemente complejo y problemático. Complejo porque se mezclan elementos positivos de aumento del poder social y tentaciones populistas-reactivas. Problemático también, porque la evolución hacia una "democracia civil" que se perfila conduce a formas de fragmentación y diseminación allí donde sería necesario poder afirmar el imperativo de una coherencia y de una globalidad. Creo que de allí procede profundamente el desencanto que signa a las democracias contemporáneas. No está constituido sólo por una decepción que podría ser superada (mejorando por ejemplo los procedimientos que organizan el sistema representativo), sino que está estructurado por la aporía que forma la combinación de lo democrático y de lo impolítico.

[11] Empleo esa expresión en un sentido literal, diferente del que expone Esposito en *Catégories de ¡'impolitique* (2005). Sobre los otros usos de ese término, véase también Balibar (2000).

Referencias

Arrow, K. (1974), *The Limits of Organization*, Nueva York, Norton.

Balibar, E. (2000), "Qu'est-ce que la phiosophie politique? Notes our une topique", *Actuel Marx*, núm. 28, segundo semestre.

Beck, U. (2001), *La Société du risque. Sur Ia voie d'une autre modernité*, París, Aubier [trad. esp.: *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós, 1986].

Callon, M., P. Lascoumes e Y. Barthe (2001), *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, París, Seuil.

Constant, B. (1992), *Recueil d'articles, 1829-1830*, París, Champion.

Constant, B. (s/f), *De la force du gouvernement actuel de la France et de la nécessité de s'y rallier*, s.l. (París).

Chatterjee, P. (2004), *The Politics of the Governed*, Nueva York, Columbia University Press.

Esposito, R. (2005), *Catégories de l'impolitique*, París, Seuil.

Jouvenel, B. De (1966), "The Means of Contestation", *Government and Opposition*, vol. 1, núm. 2, enero.

Norris, P. (2002), *Democratic Phoenix. Reinvinting Political Activism*, Cambridge, Cambridge University Press.

Rosanvallon, P. (1992), *Le Sacra du citoyen. Histoire du sufrage universal en France*, París, Gallimard.

Rosanvallon, P. (1998), *Le Peuple introuvable. Histoire de la représentation démocratique en France*, París, Gallimard.

Rosanvallon, P. (2000), *La Démocratie inachevée. Histoire de la souverainité du peuple en France*, París, Gallimard.

Schweisguth, E. (2002), "La dépolitisation en questions", en G. Grunberg, N. Mayer y P.M. Sniderman, *La Démocratie á l'épreuve*, París, Presses de Sciences-Po, pp. 56-57.

Simmel, G. (1999), *Sociologie, Études sur les formes de la socialisation* (1908), París, PUF.

Sismondi, J.C.L.S de (1836), *Études sur les consiitutions des peuples libres*, Bruselas.

Warren M.E. (1999), *Democracy and Trust*, Cambridge, Cambridge University Press.

2

El déficit democrático*

Gianfranco Pasquino

Los dos desarrollos más recientes e interesantes en la ciencia política contemporánea tienen que ver con el estudio del estatuto actual de la democracia. Cuestiones relativas a la calidad de la democracia y el así llamado "déficit democrático" han atraído la atención de un gran número de científicos políticos, por al menos dos razones. En primer lugar, el número de democracias, ya sean exclusivamente electorales o plenamente liberal-constitucionales ha crecido significativamente. En segundo lugar, en muchos de los regímenes no democráticos que quedan, el grito de guerra es, de hecho, "democracia". En cierto modo, los estudios dedicados a la calidad de la democracia y, en menor número, al déficit democrático tienen algo en común. La inmensa literatura sobre ambos temas, gran parte de ella resumida y analizada por Morlino (2012), no busca, sin embargo, identificar claramente posibles áreas de superposición y transversalidad. De hecho, la tendencia ha sido tratar los dos fenómenos por separado. Creo que ha llegado el momento de proceder a una "conciliación" fructífera de

* Una versión más extensa y en lengua inglesa de este ensayo se publicará próximamente en el libro: L.E. Concepción Montiel y A. Sánchez Sánchez (coords.), *Democracia, redes y participación ciudadana*, México, Universidad Autónoma de Baja California, 2017. Aquí se reproduce con la autorización de los coordinadores del mismo. Traducción del inglés de César Cansino.

las dos áreas. Pero también es importante comenzar con una mejor definición de los conceptos que se utilizan. En este artículo dejo a un lado temporalmente el análisis de todos los aspectos e indicadores relativos a la calidad de la democracia (Diamond y Morlino, 2005) y me concentraré en el concepto de déficit democrática y aspectos relacionados.

Conceptos y definiciones

Ambos términos, democracia y déficit, cubren fenómenos muy complejos y prácticamente están cargados con una pluralidad de significados. Cuando se ponen juntos, su complejidad política y científica está destinada a aumentar. Por lo tanto, si los dos términos no se definen con claridad y precisión, todas las discusiones sobre las cuestiones acerca de lo que el déficit democrático es, cuáles son sus orígenes, sus características y sus consecuencias corren el riesgo de permanecer confusos y volverse inútiles.

Huelga decir que la democracia siempre ha sido un concepto clave (y polémico) en la ciencia política. Incluso se ha vuelto más importante en los últimos veinte años más o menos después de la tercera ola de democratizaciones (Huntington, 1991). En mi opinión, las dos teorías más importantes de la democracia siguen siendo las formuladas por Hans Kelsen y Joseph Schumpeter y prácticamente todas las formulaciones posteriores son, de una u otra forma, incluso cuando parecen ajenos a aquellas teorías, altamente deudoras de ellas. También creo que Giovanni Sartori (1987) ha ofrecido la mejor crítica y síntesis de los debates y los problemas implícitos en las teorías de la democracia. Entre las contribuciones más importantes de Sartori, está señalar a su distinción entre las democracias reales y las democracias ideales, es decir, entre los regímenes democráticos, tal como existen en la realidad, y las democracias como a algunos estudiosos les gustaría que fueran, es decir, regímenes democráticos imaginados. La apreciación de Sartori sobre la brecha y las tensiones entre las democracias reales e ideales capta al menos un posible componente de déficit democrático.

Su definición conceptual de lo que una democracia es y no es (Sartori no sería feliz con el más reciente énfasis en los regímenes "híbridos") sirve para guiar a los investigadores en el estudio de las democracias reales, sus estructuras, su funcionamiento y, eventualmente, sus déficits, es decir, sus siempre presentes deficiencias

Sartori no tendría ninguna objeción en la clasificación de "democracias con adjetivos" (Collier y Lewinsky 1997) siempre que los adjetivos no se contradigan y no distorsionen el sustantivo. El más infortunado ejemplo de una contradicción flagrante fue el uso de la expresión "democracia popular" para definir situaciones en las que los regímenes eran completamente "impopulares" y con toda seguridad "no democráticos", donde las personas sólo podían jugar, y de hecho, estaban destinados a jugar, un papel francamente subordinado. En cuanto a las democracias ideales, sobre la base de las críticas de Sartori a la así llamada "democracia participativa" (otra ejemplo de democracia con un adjetivo), la mayoría de los autores que han presentado sus argumentos sobre una democracia de este tipo estarían de acuerdo en que las democracia participativas deben presentar dos grandes características: la igualdad y la plena participación de todos los ciudadanos; iguales en influencia en los procesos de toma de decisión y elaboración de políticas. En principio, las democracias realmente existentes ofrecen igualdad de acceso a la participación e igualdad de trato ante la ley (*isonomía*). En consecuencia, todos y cada uno de los ciudadanos puede decidir cuánto tiempo y energía están dispuestos a dedicar a las actividades participativas. Resultados desiguales, que siempre puedan ser rectificados por cambios en las actitudes y comportamientos de los ciudadanos, son consecuencias inevitables de las elecciones y los diferentes compromisos por parte de los propios ciudadanos. Según Sartori, no se puede hablar de "democracia participativa" como una forma específica de la democracia. Todos los regímenes democráticos se basan en la libertad de participar por parte de sus ciudadanos. Quienes argumentan que la democracia participativa implica que todas las decisiones políticas sean tomadas por los ciudadanos, lo que realmente sugieren es la posibilidad, negada por Sartori, de la democracia directa como opuesta a la democracia representativa.

El principal propósito de mi larga digresión es apuntar dos criterios posibles para evaluar el déficit en o de una democracia: participación e influencia. Por cierto, los dos criterios también podrían ser utilizados para evaluar la calidad de la democracia. La participación (electoral) de todos los ciudadanos y la igual influencia de todos ellos indicarían la existencia de una democracia (ideal) de alta calidad. En la práctica, incluso los "participacionistas" saben que éste nunca ha sido y nunca será el caso, pero la búsqueda del déficit democrático debería localizar los mecanismos y las estructuras que la están dificultando o *tout court* amenazan la participación e influencia de los ciudadanos. Empero, se sugiere a todos los estudiosos definir las características esenciales de un régimen democrático antes de buscar y descubrir (y, tal vez, también de medir) cualquier tipo de déficit democrático.

En este punto, para proseguir, es imprescindible descomprimir los dos términos: democracia y déficit. Existe una gran cantidad de definiciones de democracia, por lo que he decidido emplear sólo dos de ellas. La primera fue pronunciada por el presidente de Estados Unidos Abraham Lincoln, en el famoso discurso de Gettysburg (19 de noviembre de 1863): "la democracia es el gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo". La segunda es una definición que no se puede atribuirse a ningún estudioso en particular. Existe un acuerdo generalizado en que la democracia requiere elecciones libres, justas y competitivas, más la protección de los derechos civiles y políticos. Cuando se celebran elecciones, si los derechos civiles y políticos no están garantizados ni protegidos, a lo sumo tendríamos democracias "electorales". Donde, además de la posibilidad de tomar parte en elecciones competitivas, los ciudadanos gozan de derechos civiles y políticos, entonces atestiguamos la existencia de democracias liberal-constitucionales. De hecho, sólo cuando tratamos con democracias liberal-constitucional emerge la cuestión de la calidad de la democracia. En cierto modo, es posible evaluar la calidad de una democracia exclusivamente una vez que hemos definido qué tipo específico de régimen es una democracia. Dicho de manera simple, una democracia liberal-constitucional es el régimen en el que se garantizan y se protegen los derechos civiles y políticos y donde las elecciones son

libres, justas y competitivas. La rendición de cuentas política, en sus variedades electorales e interinstitucionales, ambas necesarias, es una consecuencia positiva de ambos conjuntos de requisitos.

El mismo procedimiento definicional debe seguirse para identificar lo que es un déficit democrático y para medirlo. Déficit no puede significar otra cosa que la ausencia o falta de algo. Empero, déficit democrático sugiere que algo está faltando o no existe en (algunos) regímenes democráticos, y lo que falta no es mencionado con frecuencia. Debe ser algo importante, pues su ausencia afecta la naturaleza, la calidad y el funcionamiento de un régimen democrático. Algunos podrían ir tan lejos como para decir que la existencia de un déficit afecta gravemente no sólo el funcionamiento de un específico régimen democrático sino la propia posibilidad de tener una democracia. Antes de desenmarañar todas estas cuestiones decisivas, es importante tener en cuenta el origen del concepto y de la problemática del déficit democrático.

En busca del déficit

En el debate contemporáneo, El déficit democrático ha sido definido hasta ahora en referencia a criterios y requisitos electorales. En mi opinión, estos criterios no se han extendido y utilizado cuando se trata de definir el déficit democrático de manera teórica. Para ello, el mejor punto de partida es recordar que, de un modo u otro, siempre hay déficit democrático. Todos nosotros tenemos una concepción de lo que debe ser una democracia ideal "de verdad". Todos nosotros lidiamos con regímenes democráticos pasados y presentes, tal y como han sido y son. La brecha entre las democracias ideales y las democracias realmente existentes representa una déficit irremediable. Para estar seguros, el *demos* nunca mantiene y ejerce suficiente *kratos* para justificar la definición de un régimen como democrático. Exactamente porque en la democracia no apareció un término apropiado para definir una situación en la que el poder no estaba en manos de los ciudadanos, el *demos*, sino en manos de grupos organizados que compiten entre

sí. Robert Dahl (1971) propuso utilizar el término "poliarquía": sin éxito. Pero esta sugerencia se hizo exactamente cuando había un intenso e interesante debate acerca de la naturaleza del pluralismo y del neocorporativismo y su impacto en el funcionamiento de la democracia. Por lo que yo puedo recordar, en ningún estudio existen referencias al déficit democrático producido por los arreglos y las políticas neocorporativos, incluso donde los neocoroprativistas eran, más o menos explícitamente, críticos de las concepciones pluralistas de la democracia.

Es exactamente alrededor de la época en que el pluralismo y el neocorporativismo entraron en una especie de competencia teórica y práctica que apareció el primer reto de la posguerra a los regímenes democráticos realmente existentes. La palabra crisis se utilizó para definir ese reto. No se hacía ninguna distinción entre la crisis *de la* democracia y la crisis *en la* democracia. La Comisión Trilateral parecía no albergar ninguna duda. El título del libro patrocinado por ellos subrayaba la palabra crisis, pero era una crisis de gobernabilidad (Crozier, *et al*., 1975). Sin embargo, se definía el problema como una sobrecarga de demandas (Rose, 1980) o un superávit de participación de los ciudadanos (Huntington, 1975), la mayoría de los estudiosos estaban conscientes de enfrentar los retos *dentro* de los regímenes democráticos y no *en contra* de ellos, en cualquier caso, no eran tan peligrosos como para derribar dichas democracias. Como quiera que sea, ningún régimen democrático fue derrocado y en menos de una década esos desafíos fueron superados. La segunda ola de retos hizo su aparición alrededor del cambio de siglo. Una vez más, los desafíos fueron superados de varias maneras: malestar general, desencanto, *Verdrossenheit*, desafección... A pesar de las opiniones de muchos analistas pesimistas o apocalípticos, estos mismos desafíos se han mantenido dentro de la órbita de los regímenes democráticos, pero ninguno de ellos amenaza la propia naturaleza y la esencia de la democracia.

En la actualidad, para un gran número de intelectuales y líderes de opinión se ha puesto de moda declarar que todas las democracias

están en crisis o que, incluso, han fracasado. Sin embargo, los teóricos y los científicos políticos han sido más cautos y han tratado de ser más precisos. Los más críticos entre estos de las democracias existentes indican la presencia de dos problemas (¿déficits?): falta de participación y falta de influencia por parte de los ciudadanos. De sus escritos no queda claro si estos dos déficits son estructurales, es decir, si son inherentes a las "democracias de masas" o si representan las consecuencias del hecho de que los regímenes democráticos no han cumplido su "promesa" de educar a sus ciudadanos (Bobbio, 1984). Intelectuales "participativos" imputan a las democracias existentes su falta de voluntad para crear y proporcionar espacios para hacer posible y fácil la participación del mayor número posible de ciudadanos. Intelectuales "deliberativos" sugieren que es indispensable crear y dar forma a situaciones y mecanismos mediante los cuales todos los ciudadanos estarán mejor informados. Ambos grupos de estudiosos parecen creer que hay "democracias participativas" y "democracias deliberativas", preferidas ambas a la democracia proporcional de Kelsen y a la democracia mayoritaria de Schumpeter, que comparten una función común y fundamental, la de ser democracias competitivas. Por otra parte, afirman que ni Kelsen ni Schumpeter estaban interesados en los procesos participativos y deliberativos para su conceptualización de lo que es una democracia y cómo podría funcionar, lo que simplemente no es verdad. En cualquier caso, la existencia, o su falta, de procesos participativos y deliberativos deben evaluarse empíricamente, en todas las situaciones y los sistemas políticos.

Tal vez, sin darse cuenta, algunos de los estudiosos que adoptan perspectivas participativas y deliberativas han cambiado el enfoque desde los arreglos estructurales a las características de comportamiento de los ciudadanos. Por lo tanto, de nuevo, tal vez en contra de sus propias intenciones, dichos estudiosos pueden sugerir que hay dos déficits democráticos potencialmente diferentes: uno relativo a la manera en que los regímenes democráticos están estructurados; y otro derivado de la manera en que se comportan los ciudadanos "democráticos".

El déficit de ciudadanos democráticos

Desde tiempos inmemoriales ha habido un debate acerca de las cualidades que los ciudadanos democráticos deberían tener. Existe consenso en que el ciudadano democrático ideal está interesado en la política, tiene una buena cantidad de información política, participa regularmente en las mesas electorales y en otras formas también, disfruta el ambiente político y exhibe un sentimiento de eficacia política (Almond y Verba, 1963). En realidad, sólo una minoría de los ciudadanos en todos los regímenes democráticos tiene estas cualidades "ideales" y los datos disponibles indican que existen algunas diferencias insignificantes entre los regímenes democráticos (Thomassen, 2005). Más significativos son las diferencias de interpretación y evaluación entre los expertos. He detectado tres posiciones. En primer lugar, están los que miran los datos empíricos y se limitan a analizarlos. En segundo lugar, están los que justifican la falta de interés, conocimientos y participación de muchos ciudadanos y llegan a sugerir que el exceso de participación sería/es perjudicial para un régimen democrático. En tercer lugar, están quienes condenan los bajos niveles de interés, información y participación, criticando las características institucionales de las democracias existentes, sus partidarios supuestamente complacientes (Dahl), por encima de todas las elites "gobernantes", y argumentan el caso de la democracia participativa (Pateman, 1970).

Especialmente controvertido es el tema de cuánta participación puede considerarse necesaria para que una democracia existente pueda satisfacer sus promesas: poder del pueblo. Aquí es donde ubico un par de posicionamientos personales. Primero, no es cuánta participación electoral y política exista lo que puede impactar negativamente a un régimen democrático, sino las sobretensiones y descensos bruscos e inesperados de la participación política. Segundo aspecto a considerar es establecer si existen o no partidos capaces de agregar y canalizar el incremento repentino de participación política así como de reaccionar ante su eventual desplome.

En este punto, la pregunta más importante, quizás la decisiva, es si se puede justificar o no la definición y el descubrimiento de "déficit democrático" en aquellas situaciones en las que la gente tiene escaso o nulo poder político. Pero, en principio, ¿la cantidad de poder político debe estar en manos de las personas? Y ¿qué cantidad de poder político debe ser ejercido por el pueblo, y cómo? La existencia de elecciones libres, justas y competitivas no provee suficiente información útil sobre el poder de las personas. El poder electoral es sólo una parte (pequeña) del poder político. Tampoco el grado de participación puede interpretarse como un indicador del poder del pueblo, o sea que no se puede decir que, si hay una alta participación en un específico régimen democrático, entonces las personas tienen más poder que en las democracias en las cuales hay una baja participación. Dicho esto, no es descabellado sugerir que las personas tienen más poder (electoral) cuando el repertorio de instrumentos electorales se extiende a referendos, proposiciones, iniciativas legislativas, etcétera. Considerando el repertorio más amplio se podría entonces afirmar que hay al menos un "déficit electoral" en aquellos regímenes democráticos donde las personas no tienen acceso a referéndum, proposiciones, iniciativas legislativas... También se podría profundizar en el tema del "poder electoral" mediante el examen de todas las características de los diversos sistemas electorales disponibles y sus peculiaridades.

El debate sobre las virtudes y los vicios de los modelos parlamentarios con respecto a los modelos presidenciales se ha prolongado durante mucho tiempo (Linz, 1994; Cheibub, 2007). Pero nunca se ha examinado en relación con el poder del pueblo. La estabilidad/inestabilidad gubernamental, la toma de decisiones y la rendición de cuentas han sido los principales aspectos considerados por la mayoría de los estudiosos que participaron de este debate. En la perspectiva de un posible déficit electoral democrático probablemente se podría concluir que el poder (electoral) del pueblo es mayor en los sistemas presidenciales que en los parlamentarios debido a que en los primeros el pueblo elige al presidente que es al mismo tiempo jefe de Estado y jefe de gobierno. En los últimos, el pueblo no elige a ninguno.

Si permanecemos en este campo complejo se pueden decir muchas cosas sobre los sistemas electorales. Ahí donde se emplean sistemas electorales proporcionales, los votantes disfrutan a lo sumo del poder de elegir a su partido favorito. En algunos pocos casos, también se les permite emitir uno o varios votos de su preferencia. los sistemas plurales y de mayoría aplicadas en circunscripciones uninominales, posiblemente permiten a los votantes emitir un voto más potente. Algunos críticos dirán que cuando "el ganador se lleva todo", los que votan por los candidatos derrotados no disfrutan de poder alguno, mientras que en los sistemas proporcionales todos los votos emitidos contribuyen a las elecciones de algunos candidatos. Se trata de una posición que no comparto. En cualquier caso, con referencia al poder del pueblo, mucho depende de cómo se seleccionan los candidatos. Las elecciones primarias empoderan a las personas, mientras que la selección, re-selección y des-selección partidistas son todos procedimientos que no permiten a las personas obtener, ejercer y aumentar su poder.

Todos estos instrumentos "electorales" tienen que ver con el lado de las entradas (*input*) de los regímenes democráticos. Todos estamos conscientes de que hay un debate en curso sobre la manera de mejorar su funcionamiento desde diferentes perspectivas, pero también sabemos que la dirección y los objetivos de una reforma electoral no están necesariamente inspirados por el deseo de dar más poder al pueblo.

Déficit en las entradas y salidas

Del lado de las entradas, el déficit democrático puede aparecer debido a que los partidos son incapaces de realizar sus funciones más importantes de una manera satisfactoria. En lo personal me he ocupado del reclutamiento y la selección de candidatos. Al menos a los ojos de las personas, una tasa baja de circulación de los representantes parlamentarios puede ser un indicador de una porción de déficit democrático. La búsqueda de "nuevas caras" y la demanda de límites temporales indica igualmente la existencia de otra porción de déficit democrático.

Las otras dos funciones a realizar por los partidos políticos deben ser analizadas en conjunto. Los partidos ofrecen a los votantes plataformas de promesas. Los representantes parlamentarios se comprometen a traducir esas promesas en políticas. Aquí, el déficit democrático se puede encontrar en la distancia entre las promesas y las actuaciones.

En este punto, los lectores pueden preguntarse si todavía estoy lidiando con el "déficit democrático", entendido como la brecha que separa a cualquier régimen democrático realmente existente de las concepciones ideales de la democracia. De hecho, parece que la falta de rendición de cuentas, de reciprocidad, de eficacia y eficiencia puede contribuir a la existencia de un déficit democrático. Obviamente, debemos distinguir en este punto entre dos tipos de déficit: uno relacionado con las estructuras (y la dinámica) de un específico régimen democrático; y otro ligado a la conducta de las autoridades.

Ahora bien, si el déficit democrático se define como la brecha entre las aspiraciones y la satisfacción, entonces siempre va a existir. Las aspiraciones de los ciudadanos tienden siempre a superar las capacidades de cualquier democracia (de cualquier régimen) para satisfacerlas. Por otra parte, cuando el déficit democrático es consecuencia de la conducta de las autoridades, el remedio que de forma sistemática todas las democracias ofrecen es cambiar al gobierno, circular a los funcionarios. Pero rotaciones demasiado frecuentes sugieren, no que los remedios coyunturales son insuficientes, sino que el problema radica en la calidad general de las autoridades y con sus capacidades para satisfacer las expectativas de los votantes. El déficit democrático no sólo se produce en y por la esfera política. Sus orígenes se pueden encontrar también en la esfera social.

A manera de conclusión

He llegado a algunas conclusiones tentativas que abren el camino a futuros esfuerzos teóricos y empíricos y a algunas investigaciones empíricas necesarias. En primer lugar, siempre existirá déficit

democrático, es decir, déficits que reflejan la brecha insalvable entre, por una parte, los regímenes democráticos existentes y, por otro lado, las ideas o ideales de la democracia de los ciudadanos. En segundo lugar, la mayoría de los déficits democráticos son producto y consecuencia de la conducta (y la calidad) de las autoridades. Estos son déficits *dentro* del marco democrático. En tercer lugar, sólo cuando el déficit es producto del mal diseño y el mal funcionamiento de las instituciones, se manifiesta a sí mismo como una crisis *de* la democracia. Pero incluso este importante déficit puede resolverse.

Al final, sin embargo, no puedo escapar a la pregunta más importante. ¿El concepto "déficit democrático" aporta algo nuevo e indispensable para el avance del conocimiento político y, específicamente, para el estudio de la democracia? Me temo que no. Creo que haciendo buen uso de tres conceptos: el poder de los votantes, del desempeño de las autoridades (Roller, 2005), y la rendición de cuentas, los estudiosos aprenderán lo necesario para evaluar a los regímenes democráticos existentes e identificar, si es que existen, déficits democráticos. En cualquier caso, los déficits en el poder del voto, el rendimiento de las autoridades, y la rendición de cuentas estimula el cambio político y, ocasionalmente, mejoras políticas.

Referencias

Almond, G.A. y S. Verba (1963), *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in five Nations*, Princeton, Princeton University Press.

Bardi, L. y G. Pasquino (1994), *Eurominist ri. Il governo dell'Europa*, Milán, Il Saggiatore.

Bobbio, N. (1984), *Il futuro della democrazia*, Turín, Einaudi.

Cheibub, J.A. (2007), *Presidentialism, Parliamentarism, and Democracy*, Cambridge, Cambridge University Press.

Collier, D. y S. Levitsky (1997), "Democracy with Adjectives: Conceptual Innovation in Comparative Research", *World Politics*, vol. 49, núm. 3, pp. 430-451.

Crozier, M., S.P. Huntington y J. Watanuki (1975), *The Crisis of Democracy: on the Governability of Democracies*, Nueva York, New York University Press.

Dahl, R.A. (1971), *Polyarchy. Participation and Opposition*, New Haven, Yale University Press.

Diamond, L. y L. Morlino (eds.), (2005) *Assessing the Quality of Democracy: Theory and Empirical Analysis*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.

Easton, D. (1965), *A System's Analysis of Political Life*, Nueva York, John Wiley and Sons.

Huntington, S.P. (1991), *The Third Way. Democratization in the late Twentieth Century*, Norman-Londres, University of Oklahoma Press.

Lijphart, A. (1999), *Patterns of Democracy. Government forms and Performance in Thirty-six Countries*, New Haven-Londres, Yale University Press.

Linz, J.J. (1994), "Presidential or Parliamentary Democracy: Does it Make a Diference?, en J.J. Linz y A. Valenzuela (eds.), *The Failure of Presidential Democracy*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, vol. 1, pp. 3-87.

Morlino, L. (2011), *Changes for Democracy. Actors, Structures, Processes*, Oxford, Oxford University Press.

Norris, P. (2011), *Democratic Deficit. Critical Citizens Revisited*, Oxford, Oxford University Press

Pasquino, G. (2011), *Changing Democracies: toward a New Typology*, paper presented to panel "Do Democracies Change", ECPR Reykjavik General Conference, agosto 24-27.

Pasquino, G. y M. Valbruzzi (eds.), (2011), *Il potere dell'alternanza. Teorie e ricerche sui cambi di governo*, Boloña, Bologna University Press.

Powell Jr., G.B. (2000), *Elections as Instruments of Democracy. Majoritarian and Proportional Visions*, New Haven-Londres, Yale University Press.

Roller, E. (2005), *The Performance of Democracies. Political Institutions and Public Policy*, Oxford, Oxford University Press.

Rose, R. (ed.), (1980), *Challenge to Governance. Studies in Overloaded Polities*, Beverly Hills-Londres, Sage Publications.
Sartori, G. (1987), *The Theory of Democracy Revisited*, Chatham, N.J., Chatham House Publishers.
Schmidt, V.A. (2006), *Democracy in Europe. The UE and National Polities*, Oxford, Oxford University Press.
Schmitter, Ph. (2000), *How to Democratize the European Union... and why Bother?*, Lanham, Rowman and Little eld.
Thomassen, J. (ed.), (2005) *The European Voter. A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.

3

Viejas y nuevas promesas de la democracia

César Cansino

Hace exactamente treinta años, el filósofo político italiano Norberto Bobbio publicó uno de sus libros más conocidos y citados, sobre todo en América Latina: *El futuro de la democracia* (1984). Probablemente ni el propio Bobbio imaginó el enorme impacto que esta obra alcanzaría en nuestra convulsionada región al poco tiempo de publicarse en su edición en español, el cual contrasta visiblemente con el que llegó a alcanzar en Europa, donde si bien Bobbio era un pensador respetado y reconocido, no era tan influyente como otros en los grandes debates intelectuales de los años ochenta del siglo pasado. De hecho, Bobbio prefería concentrar sus esfuerzos escribiendo sobre historia de las ideas y filosofía del derecho, más que participar puntualmente en los debates de su tiempo, pero cuando lo hacía sus opiniones nunca pasaban totalmente desapercibidas, sobre todo cuando escribía sobre los conflictos internacionales y el papel de los organismos multinacionales en la búsqueda casi siempre infructuosa de la paz y la distención (Bobbio, 1978 y 1989), o cuando escribía sobre el socialismo y sus contradicciones (Bobbio, 1976).

Ciertamente, *El futuro de la democracia* es un libro que analiza y disecciona magistralmente el saber acumulado durante la modernidad

sobre la democracia, una obra que muestra el profundo conocimiento que sobre el tema tenía el pensador italiano. Sin embargo, no es en estricto sentido un libro que introduzca al debate una posición original sobre la democracia o una manera innovadora de entenderla. De ahí su escasa repercusión en la inteligencia europea de su tiempo. Pero esta ausencia era suplida con una dosis inconmensurable de claridad expositiva y eficacia argumentativa, virtudes que Bobbio supo cultivar como pocos a lo largo de su magisterio. Y es precisamente aquí donde reside el principal mérito de *El futuro de la democracia*, y que colocó a Bobbio en los cuernos de la luna en América Latina. Más precisamente, nunca nadie antes que Bobbio nos había explicado a los latinoamericanos de manera tan clara como precisa lo que la democracia es y lo que no es, cuestión que fue altamente apreciada en esta parte del mundo, donde dicha noción había sido el centro de interpretaciones y disputas tan farragosas como insustanciales, en las que la democracia terminaba siendo todo y nada al mismo tiempo.[1]

Es evidente que el abuso indiscriminado de la palabra democracia por parte de partidos, actores políticos, activistas, gobernantes, etcétera, no es exclusivo de América Latina, pero aquí llegó a adquirir manifestaciones francamente delirantes, como la empleada por auténticos tiranos antediluvianos que se llenaban la boca de democracia para justificar sus brutalidades, o la de gobiernos supuestamente revolucionarios que al enarbolar la bandera de la justicia social se erigían como democráticos, aunque sus pueblos no gozaran de los derechos individuales más elementales. Además, la obra de Bobbio llegó en un momento crucial para la región, justo cuando empezaban a caer las dictaduras militares y se abría un horizonte democrático promisorio, motivado por las democratizaciones alcanzadas en el sur de Europa, pero sobre todo en España y Portugal, hacía apenas unos cuantos años atrás.

Por todo ello, si algo necesitaban nuestros países en esos años decisivos eran conceptos más que propaganda, era claridad más que ambigüedad, eran definiciones más que ficciones, eran razones más que

[1] Otro autor que ensayó para México poco antes que Bobbio una definición mínima de la democracia, despojada de la propaganda política que prevalecía en esos años en América Latina, fue Krauze (1984).

ideología. De ahí que el libro de Bobbio cayó como anillo al dedo. Quién lo leyó entonces seguramente recordará su convincente distinción entre *democracia formal* y *democracia sustantiva*, o sea entre la democracia entendida como un conjunto de procedimientos que posibilitan la toma de decisiones colectivas por parte de un elevado número de ciudadanos, y la democracia entendida como un conjunto de principios y valores que marcan los fines vinculantes en una sociedad.

Asimismo, es muy probable que muchos recuerden la definición mínima de democracia aportada por Bobbio y que hasta la fecha sigue siendo enormemente clarificadora: conjunto de reglas que establece quién está autorizado a tomar las decisiones colectivas y con qué procedimientos, como el de facultar a un número elevado de ciudadanos el poder de tomar decisiones colectivas, el principio de mayoría, el respeto a los derechos individuales y la existencia de alternativas reales de entre las cuales los que deciden deberán elegir.

Pero sobre todo, ese lector acucioso muy seguramente recordará las muy sugerentes páginas de Bobbio dedicadas al tema de las promesas no cumplidas de la democracia o, parafraseando al pensador italiano, de las "promesas de marinero" de la democracia, que resultan de contrastar el ideal de la democracia (los valores que la definen) con la democracia realmente existente: *a)* lejos de garantizar que los individuos se afirmen como los verdaderos sujetos de la política, ésta ha sido asaltada por poderosos grupos de interés (sindicatos, partidos, asociaciones...); *b)* lejos de permitir la afirmación de un Estado representativo del todo social, el Estado se ha vuelto un mero mediador de los verdaderos intereses en disputa defendidos por poderosos grupos y corporaciones; *c)* lejos de hacer valer el ideal de un gobierno del pueblo, lo que realmente existe son oligarquías, aunque en un contexto más competitivo; *d)* lejos de ampliarse el sufragio a todos los ámbitos de la sociedad, éste se ha restringido al ámbito político electoral, debido a las muchas resistencias e intereses que cruzan a las empresas o a las organizaciones de todo tipo; *e)* lejos de afirmarse la visibilidad del Estado por el principio del control de los ciudadanos sobre el poder, se ha afirmado un poder invisible (mafias, logias, etcétera) al lado del poder visible del Estado; y *f)* lejos de

propiciar una ciudadanía más informada y participativa en los asuntos públicos, ha terminado por imponerse una creciente apatía y desinterés por parte de los ciudadanos.

En principio, conviene recordar, Bobbio atribuía las promesas incumplidas de la democracia a la creciente complejización de la sociedad, lo cual hizo estallar sin remedio los presupuestos previstos en el ideal de la democracia. Así, por ejemplo, se afirmaron gobiernos tecnócratas en todas partes dadas las exigencias de regular el mercado y la economía, lo que excluyó cada vez más a los ciudadanos de las decisiones colectivas por carecer estos del *expertise* necesario; simultáneamente, el Estado se burocratizó cada vez más por el impulso de las reivindicaciones sociales en la era de las políticas bienestaristas; y, finalmente, creció la ineficacia gubernamental por incapacidad para atender el creciente número de demandas sociales (crisis de gobernabilidad).

Como ya se dijo, han pasado treinta años desde que Bobbio expuso estas tesis, lo cual constituye un formidable pretexto para volver a ellas y evaluar su derrotero en las democracias realmente existentes del presente, sobre todo latinoamericanas, no tanto para resignificar la estatura intelectual de Bobbio a diez años de su muerte, pues no lo necesita, sino para repensar el tema de las promesas de la democracia en la actualidad. A primera vista, es muy probable que arribemos a la conclusión de que hoy la democracia acumula más pasivos que activos, o sea que cada vez son mayores y más visibles sus promesas no cumplidas que sus logros o conquistas. Sin embargo, bien miradas las cosas, quizá haya hoy más razones que hace treinta años para ser más optimistas que fatalistas. Veamos.

1

Ciertamente, aunque la democracia ha terminado por imponerse en casi todo el planeta como la única forma de gobierno legítima y preferible, incluso en países donde hace unos cuantos años parecía un derrotero inverosímil, hoy no podemos más que aceptar que las

democracias realmente existentes están en crisis en todas partes.[2] En mi opinión, se trata ante todo de una crisis de representación, pues los ciudadanos nos sentimos cada vez menos representados por nuestras autoridades, menos incluidos en los asuntos que nos atañen por parte de quienes nos representan y toman decisiones en nuestro nombre. Además, las democracias han tenido que lidiar con fenómenos de todo tipo que las debilitan sin remedio: incremento descomunal de los poderes fácticos o invisibles que terminan rebasando y suplantando al Estado en muchas de sus funciones sustantivas; supresión más o menos velada de algunos derechos elementales en nombre de la preservación de la seguridad nacional en tiempos de amenazas terroristas; ingobernabilidad creciente por incapacidad de los gobiernos para enfrentar la actual crisis económica del capitalismo; la afirmación global del sector financiero que somete a sus caprichos a todos los gobiernos del planeta; la incapacidad real de los gobiernos para frenar la creciente inequidad social y los muchos rezagos acumulados, entre otros muchos fenómenos.

En este sentido, es indudable que Bobbio acertó en prácticamente todo. Su diagnóstico sobre las promesas incumplidas de la democracia no podía ser más premonitorio. A la distancia de treinta años, hay muy poco que rebatirle. Y sin embargo, encuentro en Bobbio al menos un asunto que sí requiere un ajuste de cuentas, el que se refiere al papel que están llamados a representar los ciudadanos en el contexto de democracias crecientemente excluyentes y altamente deficitarias de representación política. Mi tesis aquí es que, contrariamente al fatalismo que subyacía en Bobbio al respecto, la crisis de representación de la democracia en lugar de alimentar la apatía de los ciudadanos o su inexorable desmovilización o exclusión política, ha propiciado múltiples formas de activación social en todas partes como expresión de un nuevo tipo de protagonismo de los ciudadanos en los asuntos públicos,

[2] El debate intelectual sobre la crisis de la democracia podría llenar bibliotecas enteras. En tiempos más recientes destacan las siguientes contribuciones: Rossanvallon (2006, 2008 y 2011); Runciman (2013). Habría que incluir también el muy comentado libro de Thomas Piketty, por cuanto sugiere que la democracia tendrá que sobrevivir en una era de crisis económica prolongada: Piketty (2013). Véase también el polémico ensayo de Meaney y Mounk (2014).

desde la creación de organizaciones de todo tipo de la sociedad civil hasta movilizaciones masivas y acciones de resistencia cada vez más vigorosos e influyentes. Además, en los últimos años este creciente activismo social ha contado a su favor con las nuevas tecnologías de la comunicación, como las redes sociales, gracias a las cuales los ciudadanos en general han conquistado mayor visibilidad y centralidad. Pienso, por ejemplo, en los movimientos sociales tanto de la Primavera árabe como de los indignados alrededor del mundo a partir del 2011.[3] De hecho, como he sostenido en otras sedes, captar la novedad que la moderna cuestión social introduce para la democracia constituye en la actualidad un desafío ineludible para las ciencias sociales y el pensamiento político.[4]

Para entendernos, pongamos el caso de América Latina. Si en algún lugar se juega hoy la persistencia de la democracia en América Latina, pese a la crisis que padece y los enormes peligros que la amenazan y acechan, ese es precisamente el espacio de lo público-político (llámese la calle, la plaza, la escuela, la fábrica, la ONG, el barrio, el *chat*, el *Twitter*...), o sea el lugar donde los ciudadanos ratifican cotidianamente su voluntad de ser libres, el ámbito donde se producen los contenidos simbólicos cuya resonancia coloca cada vez más en vilo al poder instituido. Que las formas de articular y canalizar demandas sociales ya no pase como antes, en la era del Estado benefactor, por el partido de masas o la central sindical o las grandes corporaciones, no significa que la sociedad haya renunciado a agregar intereses y a demandar soluciones, si acaso lo hace de manera distinta, desde la radical diferencia de los individuos, desde la pluralidad de sus intereses que ya no pueden ser homologados por agencias o agentes externos. En ese sentido, la deliberación pública y la cuestión social cobran un nuevo significado. La gestión de los conflictos pasa a ser inseparable de un esfuerzo colectivo para encontrar consensos sobre lo que es justo e injusto; y la política democrática se vuelve un camino común entre una maraña de preferencias individuales, escalas de valores y conceptos raramente coincidentes. En suma, la política democrática

[3] Véase, por ejemplo, Cansino, Schmidt y Nares (2014).

[4] A los interesados en este tema los remito a los siguientes libros: Cansino (2010 y 2013).

es un esfuerzo por hablar una misma lengua y ponerse de acuerdo sobre lo justo y lo injusto, cuestión que en América Latina no tendría sentido si no mediante el reconocimiento de una enorme deuda social dramática y lacerante.

Si la democracia se ha mantenido en la región, pese a sus muchas inconsistencias y graves problemas, es gracias precisamente —lo cual no deja de ser paradójico—, a la sociedad civil, a su creciente politización e involucramiento en los asuntos públicos y a una percepción muy clara de lo que significa vivir (y no vivir) en democracia, o sea a una cultura política cada vez más democrática. Es cierto que no se puede generalizar, que el grueso de nuestras poblaciones está tan ensimismado en resolver el día a día que lo menos que le interesa es la política, pero el dinamismo de aquella parte de la sociedad cada vez más consciente de su condición de ciudadano es tal que termina por "contaminarlo" todo, por apuntalar un andamiaje institucional y normativo que, aunque maltrecho, nos da cobijo y resguardo. Es más, este nuevo protagonismo o activismo social ni siquiera se debe a un acto voluntario, o no sólo, sino sobre todo a una nueva realidad histórica que no dejaba más alternativa: el tránsito de un Estado social y proveedor a uno desobligado de dicha responsabilidad, el tránsito de la política de intereses colectivos al de intereses individuales, el tránsito de sistemas cerrados a sistemas abiertos, de regímenes autoritarios donde se pisoteaban indiscriminadamente los derechos civiles y políticos a regímenes democráticos que garantizan condiciones mínimas de libertad e igualdad a sus ciudadanos, el tránsito de sociedades articuladas por el Estado-fuerza a sociedades secularizadas donde más que el orden predomina el conflicto, el tránsito de modelos y patrones de conducta patrimonialistas y paternalistas fuertemente arraigados a otros donde los ciudadanos no tenemos más remedio que valernos por nosotros mismos.

En ese mismo tenor, así como debe constatarse la existencia de una nueva y prometedora cuestión social, también debe advertirse que la profunda crisis política, económica y social de nuestros países se ha traducido de igual forma en una profunda crisis moral. En efecto, el malestar, la pobreza y la ignorancia van de la mano de

una creciente violencia y descomposición social. Por eso, hay poco espacio para el optimismo en América Latina. Y sin embargo, pensar la democracia como forma de vida y a la política, o sea al espacio público, como el lugar decisivo de la existencia humana, no deja de tener un ingrediente optimista. En efecto, aunque no tengo ningún argumento para demostrarlo, estoy convencido que las sociedades que avanzan, que conquistan mayores y mejores márgenes de democracia y libertad, difícilmente pueden preferir algo que las haga retroceder, algo que las perjudique; las sociedades que hicieron valer en algún momento su deseo de ser libres, difícilmente regresarán —no al menos voluntariamente— a la servidumbre del pasado autoritario. Es por eso que sostengo que así como la democracia aspira a cada vez más y mejor democracia, también las sociedades libres aspiran a cada vez más y mejor libertad. Con todo, tengo claro que hablar de la democracia desde lo social supone reconocer la total indeterminación de lo político.

Cualquiera que sea el derrotero de nuestros países en el futuro inmediato, una cosa es cierta: nada preexiste al momento del encuentro o la interacción de los ciudadanos; es aquí, en el espacio público, donde se definen y afirman los valores (y los contenidos de esos valores) que como tales han de articular a la sociedad. Es más, reconocer la centralidad del espacio público para la democracia es reconocer que todo, absolutamente todo, es o puede ser *politizable*, a condición de que sea debatible, que se convierta en un asunto de deliberación pública e interés social.

Así como no puede entenderse la persistencia de nuestras democracias sin la concurrencia de la sociedad civil, los escasos avances alcanzados hasta ahora —ya sea la ampliación de derechos a sectores antes discriminados o la extensión de derechos civiles y políticos a grupos sociales minoritarios o cualquier otro logro—, todos sin excepción, son conquistas sociales que ningún político puede abrogarse como éxitos propios sin faltar a la verdad; son conquistas sociales porque primero fue la idea y luego la acción, y la idea no es una ocurrencia de un tecnócrata sino una necesidad sentida de la sociedad. En suma, el Estado de derecho o incluso una Constitución sólo pueden perfeccionarse o reformarse en tensión creativa con la sociedad, con sus necesidades, anhelos y sueños.

En otras palabras, si la democracia institucional se *mantiene* en la región y además muestra algunos avances aunque lentos es debido primordialmente a la intervención de la sociedad civil más que a las virtudes y el compromiso social de los políticos profesionales, y si la democracia se *mantiene como está*, o sea atravesada por enormes problemas e inconsistencias, es debido primordialmente a la incompetencia, las ambiciones desmedidas o simplemente el desinterés de la clase política en su conjunto más que a la ignorancia, la desinformación o la apatía de la sociedad. En efecto, no conozco todavía a ningún ciudadano que no aspire a tener mejores gobernantes, mejores partidos, mejores representantes, mejores leyes, mejores garantías y mejores libertades, pero sí conozco a muchos políticos profesionales que sólo aspiran a ascender en sus carreras políticas, con o sin el respaldo social.

Si esto es así, habría que poner en tela de juicio aquellas posiciones que miran con desdén el aporte ciudadano a la democracia en América Latina, y que se refieren a los ciudadanos de nuestra región como "ciudadanos de baja intensidad" (O´Donnell, 1991) o "ciudadanos precarios" (Durand Ponte, 2010). En contra de este tipo de posiciones, considero que no es poca cosa para cualquier sociedad tener que cargar sobre sus espaldas con todo el peso que significa mantener democracias tan endebles y frágiles como las latinoamericanas (sometidas a tantos embates que la amenazan permanentemente, empezando por la ineficacia y el desinterés de las elites políticas). Es más, en contraste con lo que ocurre en democracias consolidadas, donde las instituciones y las prácticas democráticas, por así decirlo, caminan solas, en democracias no consolidadas, el papel de la ciudadanía es por necesidad más activo y decisivo, pues si los individuos en estas realidades insuficientemente democráticas flaquean y no se hacen cargo de dichas inconsistencias lo más probable es que se retrocedería a estadios predemocráticos a los que la mayoría no quisiera regresar bajo ninguna circunstancia.

Sin embargo, como hemos visto aquí, vivir en democracia en América Latina es vivir al borde, en el filo frágil y breve de un vaso que corta y que en cualquier momento puede quebrarse. Los peligros

que la amenazan son tantos que apostar por su consolidación resulta en ocasiones ingenuo. Ahí están, por ejemplo, los peligros de la (re) militarización, del predominio de los poderes fácticos, de la corrupción desmedida, del populismo y la personificación de la política, de la desigualdad social y de la informalización de la política. Pero vivir en democracia en América Latina, además del desencanto y la frustración que ha supuesto para muchos, es conquista y afirmación permanente de ciudadanía, es decir de hombres y mujeres libres que nos sabemos cada vez más artífices de nuestro destino, que intuimos que cualquier decisión que no haya emanado de la propia sociedad, de sus necesidades y expectativas, de sus valores y posicionamientos, será ilegítima e impopular. Vivir en democracia es en suma, *hacer democracia*, inventarla todos los días en los espacios públicos, en el encuentro cotidiano con los otros; es corroborar que somos nosotros, los ciudadanos, los verdaderos sujetos de la política, a condición de participar en los asuntos públicos, o sea de debatir y opinar; es un reclamo permanente de ciudadanía contra todos aquellos que nos la expropian arbitrariamente.

2

Visto desde Europa o Estados Unidos, que desde hacía mucho tiempo no resentían los embates de una crisis económica tan compleja como la actual, es hasta cierto punto lógico que la mayoría de los cuestionamientos se dirijan hacia la propia democracia, o sea hacia los gobernantes electos democráticamente, incapaces todos de enfrentar con un margen aceptable de eficacia las arremetidas de la crisis, independientemente de su origen partidista o ideológico. No sorprende, por ejemplo, que varios intelectuales europeos y estadounidenses propongan hoy, después de décadas de políticas neoliberales, un retorno a las políticas bienestaristas de antaño o que se introduzcan auténticas e innovadoras fórmulas redistributivas para compensar la creciente inequidad y malestar social que está dejando la crisis económica en

todas partes y que de paso vulnera la legitimidad de la democracia.[5] Tampoco sorprende que otros autores empiecen a considerar a la democracia como una ficción que ha dejado de ser confortable, pues si antes prevalecía entre los ciudadanos en las democracias avanzadas una confianza básica en las instituciones que desalentaba su participación, hoy se ha incrementado la desconfianza, aunque eso no significa necesariamente que ahora los ciudadanos deseen involucrarse políticamente más que antes.[6] Y, finalmente, tampoco desconcierta que hoy muchos piensen que la democracia únicamente es una forma de gobierno que permite que la gente tome malas decisiones sin destruir el orden político en su conjunto, o sea que es una ilusión pensar que la democracia garantiza, a diferencia de otros regímenes, mejores resultados políticos o económicos.[7]

Pero desde América Latina, donde más que un accidente la crisis económica y social es un *modus vivendi*, las cosas se ven relativamente distintas que en Europa y Estados Unidos. La democracia puede ser aquí un auténtico desastre (tentaciones autoritarias, ingobernabilidad, corrupción, ilegalidad, opacidad, abusos de autoridad, impunidad, inseguridad, ineficacia gubernamental, etcétera), pero siempre será preferible a los excesos y atrocidades autoritarios del pasado no muy remoto. Los ciudadanos en América Latina hemos aprendido mejor que en otros países que cuentan con democracias más estables que lo que no hagamos nosotros para capotear cotidianamente la crisis económica y la inequidad social no lo hará nadie, que si no somos nosotros los que hacemos valer nuestros derechos frente a la insensibilidad y la sordina de las autoridades e instituciones políticas y jurídicas seremos condenados al ostracismo, que si no tendemos puentes entre nosotros para hacernos escuchar nadie nos tomara en cuenta... En una palabra, hemos aprendido a punta de infortunios, que siempre será preferible vivir en condiciones imperfectas de libertad e igualdad como las que hoy existen en la mayoría de nuestros países que en condiciones en las que simplemente estén ausentes las garantías individuales más elementales. Esta certeza

[5] Véase, por ejemplo, Roberts (2013) y Beck (2013).

[6] Véase Meaney y Mounk (2014).

[7] *Ibíd*.

nos permite afirmarnos como ciudadanos y aferrarnos a la democracia, aunque por momentos parezca que todo está por hacerse.

Pero incluso un país tan poderoso como Estados Unidos, al que hoy se le achacan nuevas y terribles tribulaciones políticas, es un ejemplo insuperable para documentar un cierto optimismo hacia la democracia, a condición de entenderla no sólo como una forma de gobierno sino sobre todo como una forma de vida o de sociedad. En efecto, después de décadas en las que parecía que con la democracia representativa no pasaba nada nuevo, pues prevalecía intacta una confianza básica en las instituciones y en la grandeza de la nación, en menos de una década muchas de estas convicciones se tambalearon aparatosamente y en su lugar aparecieron nuevas esperanzas y lecciones. Después del trauma provocado por los actos terroristas del 11 de septiembre del 2001, el pueblo estadounidense decidió reinventarse, dejar en el pasado dos siglos de discriminaciones y resabios raciales y étnicos para darle un nuevo contenido a los valores de la igualdad, la tolerancia y el reconocimiento. Precisamente por ello, la elección de Barack Obama el 4 de noviembre de 2008, como primer presidente negro en la historia de América, es mucho más que un hecho circunstancial, es la constatación material de un cambio de mentalidades inusitado. Que la oferta política de Obama haya movido las fibras más sensibles de un pueblo a la deriva, urgido de nuevas esperanzas y certezas, es incuestionable, pero el dato realmente relevante es que por primera vez no importaron para la mayoría de los estadounidenses, empezando por los anglosajones, consideraciones raciales o religiosas o de cualquier otro tipo.

He ahí, precisamente, la novedad de la democracia en América en este principio de siglo, una novedad que reconcilia a los estadounidenses con la política y con la democracia, y que marca el único derrotero posible para el resto del planeta. La lección es clara: sin tolerancia y pleno reconocimiento de los derechos de todos sin distinción, la democracia es tan sólo una quimera. Si hace apenas setenta años no se podía hablar de democracia plena en la medida que a la mitad de la población le eran negados sus derechos políticos más elementales, me refiero a las mujeres, ahora sólo se puede hablar de democracia

plena cuando se hayan abandonado por completo los resabios raciales, religiosos o de cualquier otro tipo. Una lección seguramente difícil de aprender para las democracias europeas, tan acomplejadas como prejuiciosas, pero ineludible para las nuevas generaciones en todas partes.[8]

3

Si la democracia ha de ser concebida, como proponía Tocqueville, como algo más que una forma de gobierno, o sea como una forma de sociedad, de vida social, entonces los cambios en su seno, los más profundos y trascendentes, son los que acontecen en las percepciones y los imaginarios colectivos de los ciudadanos, o sea en sus valores. Sólo en la democracia, es decir en condiciones mínimas de libertad e igualdad, toca a los ciudadanos instituir desde el debate público y el diálogo permanente entre pares, los valores (y los contenidos de esos valores) que han de regir el todo social, incluida no sólo la ciudadanía sino sobre todo la autoridad. Esta perspectiva no sólo le hace justicia a la idea de soberanía popular inherente a la democracia, sino que permite aprehender de manera más realista que otros enfoques, como los meramente institucionalistas, las verdaderas transformaciones que acontecen en las democracias modernas. Cambios en el sistema de partidos o en la composición de los poderes o incluso reformas constitucionales más o menos amplias son cambios morfológicos inherentes a todo régimen democrático, pero los verdaderos cambios de fondo son siempre los cambios culturales, los que tienen lugar en las mentalidades de los pueblos, en sus percepciones y anhelos. Y es precisamente aquí donde podemos reconocer lo verdaderamente "nuevo" de la democracia en este siglo XXI.

En suma, Bobbio tenía razón. La democracia que él anticipó hace treinta años no podía estar más amenazada y vulnerada que como lo está ahora en todas partes. En realidad, hay pocas razones para ser

[8] Más sobre este tema puede encontrarse en Cansino (2013).

optimistas. A las viejas promesas incumplidas de la democracia que muy bien ensayó Bobbio hay que sumar nuevas y cada vez más terribles. Sin embargo, las democracias de hoy cuentan con un activo que mal haríamos en desdeñar: una ciudadanía cada vez más informada, crítica y participativa que se percibe cada vez más como la protagonista de su tiempo y su destino. Sobra decir que si la democracia ha de ser todavía una promesa realizable para el futuro depende solamente de nosotros.

Referencias

Beck, U. (2013), *German Europe*, Londres, Polity Press.

Bobbio, N. (1976), *Quale socialismo? Discussione di un'alternativa*, Turín, Giulio Einaudi Editore, 1976 (trad. esp.: *Qué socialismo. Discusión de una alternativa*, Madrid, Plaza y Janes, 1977).

Bobbio, N. (1979), *Il problema della guerra e le vie della pace*, Boloña, Il Mulino (trad. esp.: *El problema de la guerra y las vías de la paz*, Barcelona, Gedisa, 1982).

Bobbio, N. (1984), *Il futuro della democrazia*, Turín, Giulio Einaudi Editore (trad. esp.: *El futuro de la democracia*, México, FCE, 1986).

Bobbio, N. (1989), *Il terzo assente. Saggi e discorsi sulla pace e sulla guerra*, Turín, Giulio Einaudi Editore (trad. esp.: *El tercero ausente*, Madrid, Cátedra, 2000).

Cansino, C. (2010), *La revuelta silenciosa. Democracia, espacio público y ciudadanía en América Latina*, México, BUAP/CEPCOM/ALED.

Cansino, C. (2013), *La nueva democracia en América*, México, Juan Pablos.

Cansino, C., S. Schmidt y G. Nares (eds.), (2014), *¿Democratizando la democracia? De la Primavera árabe a los Indignados*, México, Juan Pablos/BUAP.

Durand Ponte, V.M. (2010), *Desigualdad social y ciudadanía precaria. ¿Estado de excepción permanente?*, México, Siglo XXI/UNAM.

Krauze, E. (1984), "Por una democracia sin adjetivos", *Vuelta*, México, núm. 86, enero de 1984, pp. 4-13.

Meaney, T. e Y. Mounk (2014), "What was Democracy?", *The Nation*,

13 de mayo (www.thenation.com/article/179851/ what-was-democracy).
O'Donnell, G. (1991), "Delegative Democracy", *Journal of Democracy*, vol. 5, núm. 1, pp. 13-23.
Piketty, T. (2013), *Le Capital au XXIème siècle*, Paris, Seuil.
Roberts, A. (2013), *The Logic of Discipline. Global Capitalism and the Arquitecture of Government*, Oxford, Oxford University Press.
Rossanvallon, P. (2006),*La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*, París, Seuil.
Rossanvallon, P. (2008), *La Légitimité démocratique. Impartialité, réflexivité, proximité*, París, Le Seuil.
Rossanvallon, P. (2011), *La Société des égaux*, París, Le Seuil.
Runciman, D. (2013), *The Confidence Trap. A History of Democracy in Crisis from World War I to the Present*, Princeton, Princeton University Press.

4

La democracia y el desafío tecnológico*

Ian Morris

"Nadie pretende que la democracia sea perfecta", observó Winston Churchill en 1947. "De hecho, se ha dicho que la democracia es la peor forma de gobierno, a excepción de todas las demás que han sido probadas de tiempo en tiempo". Y la mayoría de las personas tiende a estar de acuerdo con el sentimiento de Churchill de que nada es mejor que la sabiduría de la multitud. En 2007, encuestas de la Unión Europea encontraron que, en todo el mundo, sin importar el país, el continente, la edad, el sexo o la religión, alrededor del 80 por ciento de los encuestados creía que la democracia era la mejor manera de dirigir una sociedad. Y, sin embargo, muy pocas personas se sentían así hasta hace muy poco. A lo largo de la mayor parte de la historia registrada, la democracia se ha equiparado a la ley de la calle. Incluso en noviembre de 1787, apenas dos meses después de jugar un papel destacado en la redacción de la Constitución de Estados Unidos, James Madison dio por sentado que "las democracias siempre han sido espectáculos de turbulencia y contención".

* Una versión de este ensayo se publicó en la revista electrónica *Stratfor* del 7 de octubre de 2015. Se reproduce aquí con la autorización tanto de *Stratfor* como del autor. Traducción del inglés de César Cansino.

Para mí, esto plantea una de las preguntas más grandes, pero menos respondida en la política mundial: ¿Deberíamos asumir que somos más inteligentes que nuestros predecesores y que por fin hemos dado cuenta de la mejor manera de organizar las comunidades, independientemente de sus circunstancias? ¿O debemos suponer que, porque la democracia tiene una historia —como todo lo demás en la historia—, algún día dejará de existir?

El desafío tecnológico

He estado pensando mucho en esta pregunta desde que esta primavera, cuando asistí a una cena ofrecida por el comité de seguridad cibernética de la Universidad de Stanford sobre cómo las redes cibersociales podrían afectar a la democracia. (Participar de los comités es generalmente la peor parte de la vida de un académico, pero algunos pueden ser bastante gratificantes cuando sus miembros exponen una serie de nuevas ideas.) Mis compañeros de mesa eran en su mayoría miembros de los departamentos de ciencia política y de ciencia de la computación de Stanford, y gran parte de la conversación se centró en los detalles de diseño para crear mejores máquinas de voto o de redes ciudadanas para reuniones en el ayuntamiento en línea. Pero parte de la charla se elevó por encima de los pequeños detalles para entrar en la especulación más abstracta de lo que los superordenadores y nuestra creciente capacidad para triturar grandes conjuntos de datos podría significar para la voz del pueblo.

La década pasada ha visto grandes avances en los algoritmos para la agregación y la identificación de las preferencias. Nos hemos familiarizado con una de las consecuencias más evidentes de esta tendencia: anuncios personalizados, confeccionados a la medida de nuestros historiales de navegación individuales, y que aparecen espontáneamente en nuestras pantallas de ordenador de manera regular. Pero la investigación ha ido más allá de estudiar sus efectos en las decisiones sobre el consumo y sobre las decisiones acerca de la justicia y la política. Cuando se probó contra los 68 mil votos

individuales que han sido emitidos en el Tribunal Supremo de Estados Unidos desde 1953, un modelo informático conocido como "Marshall" predijo correctamente los resultados de un 71 por ciento de los casos. Mientras tanto, un algoritmo diseñado en la Universidad de Warwick predijo el resultado de la elección 2015 británico con 91 por ciento de precisión mediante el análisis de los tweets políticos.

Es cierto que todavía hay un largo camino por recorrer. "Marshall" es bueno, pero no puede competir con Jacob Berlove, un residente de 30 años de edad en Queens, Nueva York, que no tiene formación jurídica o estadística formal, pero que es capaz de predecir los votos del Tribunal Supremo con el 80 por ciento de exactitud. Y mientras que el algoritmo de análisis de Twitter tuvo muchos aciertos sobre el voto británico, fue completamente equivocado en lo único que realmente importaba: los recuentos relativos de los partidos Laborista y Conservador.

Pero como les gusta a los técnicos decir, aún no hemos visto nada. Los algoritmos están todavía en su infancia, y supongo que para cuando los coches de auto conducción se hayan convertido en algo común en nuestras carreteras (2020, según Google; 2025, según la mayoría de los fabricantes de automóviles), los ordenadores tendrán una mejor idea de lo que queremos que nuestros políticos hagan más de lo que hacemos nosotros mismos. Y en caso de que llegar a pasar, podríamos esperar dos predicciones adicionales para lidiar con ello.

La primera parece incontrovertible: cada vez menos personas se molestan en votar. En las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2012, sólo el 58 por ciento de los ciudadanos se tomó el tiempo para ejercer su derecho al voto. En las elecciones de 2014, esa cifra se redujo a 36 por ciento. Los datos de otra organización para los países en Cooperación y Desarrollo Económico no son mucho mejores: en promedio, sólo 7 de cada 10 votantes participan en las elecciones de los estados miembros. En las elecciones legislativas de Suiza de 2012, sólo 4 de cada 10 votantes participaron. ¿Cuánto más debemos esperar que caiga la participación para que los tecnócratas confirmen las sospechas de los ciudadanos de que sus votos no importan?

La segunda predicción es aún más inquietante: cuando nuestros ordenadores sepan mejor que nosotros lo que queremos de los políticos, no será un gran salto asumir que ellos también sabrán mejor que los políticos lo que hay que hacer. Y en esas circunstancias, los políticos de carne y hueso, con todas sus imperfecciones pueden empezar a parecer tan prescindibles como las elecciones que hemos utilizado hasta ahora para elegirlos.

Computadoras omniscientes que dirigen el mundo son un elemento básico de la ciencia ficción, pero no son lo que estamos hablando aquí. Como dijo Churchill, las máquinas políticas no tienen que ser perfectas o saberlo todo, sino sólo un poco menos propensas a errores, menos ignorantes y/o venales que la democracia o cualquiera de esas otras formas de gobierno que han sido probadas de tiempo en tiempo.

Historias de ciencia ficción también describen a menudo gente que se levanta en armas contra las máquinas, partiendo violentamente a sus ordenadores demasiado inteligentes por la mitad antes de que tomen el control sobre el futuro de la humanidad. Pero sospecho que este escenario no tiene más conexión con la realidad que la trilogía de la *Fundación* de Isaac Asimov, una de mis interpretaciones favoritas de ciencia ficción sobre la computadora sabelotodo que controla a la sociedad humana. Después de todo, ya confiamos nuestras vidas casualmente a los algoritmos.

Hubo una vez que personas que se preocuparon por los ordenadores que controlaban los semáforos, pero debido a que al final hicieron un buen trabajo el malestar finalmente se conjuró. Ahora, muchos se preocupan por los coches sin conductor, pero estos temores también se desvanecerán si los vehículos disminuyen el número de víctimas mortales en la carretera en un 99 por ciento para el 2050, como los consultores de McKinsey han predicho. De este modo, se salvarían 30 mil vidas y 190 millones de dólares en costos de salud cada año sólo en Estados Unidos.

Mi conjetura es que la humanidad, seguramente, nunca se enfrentará a una elección trascendental, de una vez y para siempre, entre seguir nuestros instintos o seguir los algoritmos. Por el contrario, seremos como rodajas de salami en un orden posdemocrático en la

medida que las máquinas demuestren ser más competentes que nosotros en un área de la vida después de otra.

Cómo sube y baja la democracia

Hay una razón por la que es tan difícil predecir a dónde podría llevarnos esta tendencia: hay pocas comparaciones históricas aceptables que nos permitan ver cómo otras personas han hecho frente a problemas similares. En realidad, sólo hay uno: la antigua Grecia. El uso de analogías históricas es un problema en sí mismo, porque uno de los errores más comunes en la formulación de políticas es el dibujo simplista, correlaciones 1:1 entre un evento actual y uno del pasado. Tomando nota de las similitudes entre los problemas contemporáneos y algún episodio anterior (por ejemplo, entre los movimientos del presidente ruso Vladimir Putin en Ucrania y las acciones de Hitler en los territorios del sur), estrategas regularmente —y, a menudo erróneamente— concluyen que, debido a que una acción llevó a un resultado B en el pasado, lo hará de nuevo en el presente. El error de ese tipo de pensamiento es que por cada similitud que existe entre los años 1938 y 2015, también hay decenas de diferencias. La única manera de saber si las lecciones que bocetamos de la historia están en lo cierto es observando un gran número de casos, identificando patrones generales que revelen no sólo las tendencias generales sino también el tipo de fuerzas que pudieran atentar contra ellos, causando un caso específico que nos lleva a resultados muy diferentes de lo que podríamos esperar.

Pero debido a que la democracia ha sido un acontecimiento extremadamente raro, ejemplos de sociedades que abandonan la democracia también son muy raros. Por lo tanto, tenemos pocas alternativas para comparar nuestro mundo con el de la antigua Grecia. La analogía, aunque sólo es capaz de proporcionar una visión limitada, es todavía bastante esclarecedora.

La Grecia antigua difería del mundo moderno de muchas maneras, la más evidente de las cuales eran sus bajos niveles de tecnología y

su pequeña escala. (Incluso una ciudad-Estado relativamente grande como la Atenas del siglo V a. C. sólo tenía 350 mil habitantes). Como es obvio esperar, su democracia difería demasiado de la nuestra: los derechos estaban restringidos a los varones adultos libres, que constituían aproximadamente el 20 por ciento de la población, y los valores democráticos coexistían regularmente con la esclavitud. Por lo tanto, la democracia griega tenía más en común con la Virginia de la década de 1850 que con los Estados Unidos de hoy.

Y, sin embargo, democracias antiguas y modernas han compartido la misma lógica básica. Desde alrededor del 3000 a. C. —como sugieren las evidencias— casi todas las sociedades complejas y jerárquicas han descansado en la creencia de que algunas personas tienen un acceso privilegiado a una esfera sobrenatural. Desde el primer faraón de Egipto a Luis XIV de Francia, nos encontramos con la misma afirmación repetida y ampliamente aceptada: Debido a que los reyes y nuestros sacerdotes saben lo que Dios o los dioses quieren, tiene todo el sentido para el resto de ustedes hacer lo que les decimos. Pero por razones que siguen siendo objeto de debate, muchos griegos comenzaron a rechazar esta idea entre el 750 a. C. y el 500 a. C.

Alrededor del año 1500-1750, muchos europeos del noroeste (y sus colonos en América del Norte) recorrieron un camino similar. Ambos grupos de revolucionarios tuvieron que enfrentar a continuación el mismo par de preguntas: si nadie sabe realmente lo que Dios o los dioses quieren, ¿cómo podemos saber qué hacer y cómo ejecutar una buena sociedad?

Ambos grupos flotaban gradualmente hacia respuestas similares. A pesar de que nadie sabe bien a bien qué decisiones importantes debemos dejarle sólo a él, dijeron, cada uno de nosotros (o nosotros los hombres) sabe muy poco. Juntar nuestras sabidurías no producirá necesariamente el derecho o mejores respuestas, pero sin embargo se producirán las respuestas menos malas posibles dadas las circunstancias.

Poco a poco, las ciudades-Estado griegas en el siglo sexto a. C. transfirieron el poder de los consejos aristocráticos a los conjuntos más amplios de ciudadanos varones. En el siglo V a. C., que habían empezado

a llamar *demokratía* a su nueva constitución, que literalmente significa "poder del pueblo". Del mismo modo, entre finales de los siglos XVIII y XX, los Estados europeos y sus colonos de ultramar abrieron el camino de cambiar gradualmente el poder de la realeza y los nobles a los representantes de la gente, aunque sólo mucho tiempo se comenzó a prohibir la esclavitud y la relegación de las mujeres.

En ambos casos, la democracia se basaba en los dos pilares de la eficiencia y la justicia. Por un lado, la falta de disponibilidad de los gobernantes por derecho divino significaba que escuchar la voz del pueblo era la forma más eficiente de averiguar qué hacer; por el otro, si todo el mundo sabe algo, pero nadie lo sabe todo, el único sistema justo es aquel que da igualdad de derechos a todos.

En Grecia, este consenso comenzó a romperse alrededor del 400 a. C. bajo la presión de la guerra del Peloponeso entre Atenas y Esparta. Unos pocos líderes militares, incluyendo el Spartan Adm. Lysander, acumulaban tanto poder que parecían superar al común de los mortales, y filósofos como Platón comenzaron a cuestionar la sabiduría de la multitud. ¿Qué pasa si, se preguntó Platón, la democracia privilegia no nuestros conocimientos colectivos sino nuestra ignorancia colectiva, lo que lleva no a las soluciones menos malas sino a las menos buenas? ¿Y si la única manera de encontrar la verdad es confiar en el pensamiento de un pequeño número de seres verdaderamente excepcionales?

La respuesta vino en la persona de Felipe el Grande y su hijo, Alejandro. El primero conquistó la totalidad de la Grecia continental entre 359 a. C. y 338 a. C., mientras que el segundo hizo lo mismo a todo el Imperio Persa por el 324 a. C. Ambos hombres empujados agresivamente por la idea de que eran sobrehumanos. En una historia famosa, ubicada en la frontera entre la India y el Pakistán actuales, Alejandro convocó a un grupo de sabios hindúes para poner a prueba su sabiduría: "¿cómo puede un hombre convertirse en Dios?", preguntó a uno de ellos. El sabio respondió: "al hacer algo que un hombre no puede hacer". Es difícil no imaginar a Alexander preguntándose entonces quién, a su entender, había hecho algo que un hombre no puede hacer. La respuesta debió haber sido inevitable: "Yo, Alexander, simplemente

conquisté todo el Imperio Persa en 10 años. Ningún simple mortal podría hacer eso. Debo ser divino".

Envalentonado, Alexander proclamado en el Festival Olímpico en 324 a. C. que todos los griegos lo debían adorar como un dios. Inicialmente, las personas respondieron con desconcierto; el político ateniense Demóstenes dijo: "Muy bien, háganlo el hijo de Zeus —y de Poseidón también—, si eso es lo que quiere". Sin embargo, la magnitud de los logros de Alejandro había roto realmente los supuestos de los dos siglos anteriores. Una nueva élite concentraba tal riqueza y poder en sus manos que sus miembros realmente parecían sobrehumanos. Demetrio, el sitiador, hijo de uno de los generales de Alejandro, tomó Atenas en 307 a. C., los atenienses se precipitaron a ofrecerle honores divinos como el "Salvador Dios", y en los próximos 100 años, los reyes adorados se convirtieron en un lugar común.

A una gran cantidad de ciudades-Estado —más que nunca, de hecho— les gusta llamarse a sí mismas dêmokratiai, pero los pequeños círculos de élite con buenas conexiones con las cortes de los reyes tomaron el control de todas las decisiones importantes. La democracia barrió con Grecia después de 500 a. C. porque resolvió el problema concreto de cómo saber qué hacer para gobernar una buena sociedad si nadie tenía acceso privilegiado a la sabiduría divina. Se deshizo alrededor del 300 a. C. porque los logros de Alejandro y sus sucesores parecieron mostrar que algunas personas tuvieron, de hecho, dicho acceso. La afirmación de que la democracia es la forma más eficiente de gobierno parecía sin sentido una vez que un gran número de griegos comenzó a creer que sus líderes eran hijos de dioses; su afirmación de que la justicia significa dar a todos los hombres iguales derechos parecía igualmente ridícula cuando algunos hombres se creían semidioses y, por tanto, merecedores de más derechos que otros.

Democracia: una solución a problemas particulares

Si bien es muy poco probable que el mundo del siglo XXI seguirá el mismo camino que Grecia en los siglos IV y III a. C., voy a cerrar

sugiriendo, sin embargo, una lección importante a propósito de esta analogía con la antigüedad. La democracia no es un orden político atemporal, perfecto; se trata de una solución a los problemas particulares. Cuando estos problemas desaparecen, como finalmente lo hicieron en la antigua Grecia, los reclamos democráticos por mayor eficiencia y justicia, pueden desaparecer con ella. La democracia tiene una base sólida para sus pretensiones de ser la solución más eficiente y justa para los desafíos particulares de los siglos XIX y XX. Pero ahora, estamos haciendo máquinas que tienen demandas mucho más fuertes para la omnisciencia que las que Felipe o Alejandro tenían. El economista Thomas Piketty ya se preocupa por la creciente brecha entre ricos y pobres que "automáticamente genera desigualdades arbitrarias e insostenibles que socavan radicalmente los valores meritocráticos en que se basan las sociedades democráticas", pero en términos de importancia, éstos palidecen en comparación con las consecuencias de la creación de nuevas formas de inteligencia capaces de eclipsar a toda la humanidad.

En pocas palabras, el fin de la democracia podría ser uno de los cambios menos impactantes que traerá el siglo XXI.

5

Democracia, opinión pública y redes sociales

Javier Sánchez Galicia
Elías Aguilar García
César Cansino

Si concebimos a la sociedad civil en las democracias modernas como el espacio público por excelencia, el lugar donde los ciudadanos, en condiciones mínimas de igualdad y libertad, cuestionan y enfrentan cualquier norma o decisión que no haya tenido su origen o rectificación en ellos mismos, entonces la esfera pública es el lugar decisivo de la existencia humana, el lugar donde los individuos transparentan sus necesidades y expectativas, y se construyen los bienes colectivos simbólicos que han de definir la vida en común y, por extensión, es también el lugar donde ha de emerger una opinión pública genuina.

En virtud de ello, un desafío para los estudiosos de la opinión pública y las redes sociales es buscar las bases simbólicas de la política, construir una teoría crítica de la política capaz de dar cobertura teórica a los nuevos movimientos sociales, iniciativas ciudadanas y, en general, a todas aquellas corrientes favorecedoras de la "desestatización" de la política. Para Cansino (2010) este proceso no termina en las transiciones democráticas ni en la transformación de un modelo político y económico centralizado en el Estado o en el

mercado, sino en el desarrollo de una sociedad civil diferenciada y autónomamente organizada, entendida como otra forma de concebir al Estado. La de Cansino es pues, una teoría de la democracia desde la sociedad civil o del poder político como espacio "vacío" y una idea de la sociedad civil como "imaginario colectivo"

Más precisamente, se debería examinar el concepto de sociedad civil como un terreno y un espíritu "público" que está en peligro por la lógica de los mecanismos administrativos y económicos, pero también como el primer ámbito para la expansión de la democracia bajo los regímenes liberal-democráticos realmente existentes. Así considerada, la sociedad civil es la representante legítima y real del poder político, a condición de su plena secularización. Obviamente, esta consideración supone repensar con nuevos contenidos la manera convencional de entender lo público y lo privado, según la cual la esfera pública es la del Estado o el lugar donde se toman las decisiones vinculantes en una sociedad, mientras que la segunda es la esfera de acción propia de la sociedad, como la familia, el trabajo, la religión y el mercado; es decir, una esfera muy conveniente en tanto apolítica. Lejos de ello, si algo están expresando las nuevas formas de la acción social en las democracias contemporáneas es precisamente que lo público ya no es una competencia exclusiva de los detentadores del poder político. Hoy cada vez más la política está contenida en la cuestión social.

Democracia y opinión pública

Opinión pública es uno de los conceptos con mayor vitalidad y uso en las ciencias sociales. Y a pesar de que es comúnmente empleado en disciplinas tales como sociología, psicología, historia, ciencias políticas, relaciones internacionales e investigación de la comunicación, hasta el momento no existe una definición aceptada por todos. Así, por ejemplo, se sabe que es muy importante en los procesos políticos, pero conceptualmente no se sabe qué es.

Ilustrando este fenómeno, Phillips Davison, ganador del premio Dinerman de La Asociación Mundial de Investigación sobre opinión pública, inició su artículo "Opinión Pública" (Worcester, 1994) así:

> No existe una definición generalmente aceptada de "opinión pública". Sin embargo, el término se ha venido utilizando cada vez con mayor frecuencia [...]. Los intentos por definirlo han generado expresiones que denotan frustración, tales como "opinión pública no se refiere a algo, sino que es una clasificación de ciertos números de algos.

La siguiente definición muestra la complejidad del fenómeno. Bennett (1980), la presenta en estos términos:

> Opinión pública es una forma diversa y siempre cambiante de expresión social. Porque la opinión tiene orígenes en varias esferas de la sociedad adquiere diferentes características en variadas circunstancias. Por lo tanto, puede jugar diversos roles políticos, y exhibir diferentes formas de expresión. Más importante, desde que los objetos de la opinión pública son tan numerosos y de tan variada importancia para los individuos, la composición del público cambia constantemente de una situación política a otra.

A pesar de que las primeras referencias a la idea de opinión pública se encontraron en los trabajos de Platón y Aristóteles, fue hasta los siglos XVII y XVIII cuando se empleó para referirse a los juicios colectivos fuera de la esfera del gobierno y que afectaban la toma de decisión política (Price, 1992).

Estas concepciones, dentro de la corriente de la filosofía política liberal, marcaron la relevancia que tiene la opinión pública como un factor de control social al poder del Estado en las nacientes democracias del mundo occidental. En este contexto, Rousseau aceptó que, además de los tres tipos de leyes en que se apoya el Estado —la pública, la penal y la civil—, existe un cuarto:

> El más importante[...] que representa la verdadera constitución del Estado[...], que revive o reemplaza a otras leyes cuando éstas se vuelven antiguas u obsoletas; que conserva en los individuos el espíritu de sus instituciones originales, y de manera imperceptible substituye la fuerza de la costumbre por la autoridad. Me refiero a los modales, la moral, los hábitos y, por encima de todo, a la opinión pública, factor que desconocen

> nuestros teóricos políticos, pero del cual depende el éxito de todo los demás (Worcester, 1994).

Con esta idea, Rousseau destacó la importancia que adquirió la opinión pública en los nuevos sistemas políticos del siglo XVIII, y de paso indicó diferencias entre modales, moral, hábito y opinión pública. Sin embargo, no aclaró en qué consistían esas diferencias y mucho menos en qué consistía la opinión pública, cómo se llevaba a cabo y cómo los gobiernos la identificaban.

Los autores del siglo XVIII emplearon el término opinión pública para referirse generalmente a la conducta social, y cuando aludieron a su impacto político, no fueron claros acerca de los mecanismos por los cuales influía en los asuntos gubernamentales (Price, 1992).

El pensamiento liberal se trasladó a Estados Unidos y produjo ideas más claras acerca de la opinión pública. Por ejemplo, en el número 10 de *The Federalist Papers*, James Madison escribió que:

> Si bien es cierto que todos los gobiernos se apoyan en la opinión pública, también es verdad que el poder de opinión de cada individuo[...] depende en gran medida del número de personas que se supone sostiene la misma opinión. La razón del hombre[...] adquiere firmeza y confianza en proporción al número de aquellos con que se relaciona (Worcester, 1994).

Esta idea sugiere que la opinión pública es producto de una relación entre individuos, y por lo tanto, interpersonal. En este sentido, Habermas argumenta que la opinión pública en los siglos XVII y XVIII fue resultado de debate entre individuos, con características racionales, públicas e igualitarias. Era racional por ser producto de la conversación activa; público, en el sentido de que pretendía la determinación del bien común y abierto a la participación y, por último, igualitario, porque operó independientemente del estatus social o económico, dando lugar al mérito de las ideas en vez del poder político (Price, 1992).

Posteriormente, fueron cuestionados estos supuestos rasgos de igualdad y racionalidad. No obstante, lo relevante para el análisis es que la opinión pública del siglo XVII y XVIII, igualitaria o no, fue resultado de

la relación entre individuos —en cafeterías, salones y asociaciones—, revelando de paso el grado de complejidad de las relaciones sociales en ese entonces, que se fundamentaron en la confianza, el conocimiento de los individuos y los fuertes lazos familiares, que hicieron posible una opinión pública centrada en la discusión y el debate.

Sin embargo, conforme el sistema capitalista se fue consolidando, la *realidad social* se tornó más compleja. Ferdinand Tonnies (Shoemaker y Reese, 1991) llamó asociación —*gesellschaft*— a las relaciones sociales que tienen lugar en los grandes centros urbanos, caracterizadas por el anonimato, la desconfianza y, en general, giran en torno de los negocios y el trabajo. Los fuertes lazos personales de la comunidad fueron progresivamente sustituidos por los medios masivos de comunicación, que ahora vinculan y tejen los lazos de una sociedad mucho más compleja.

Este cambio fue significativo para el fenómeno de la opinión pública por tres razones (Aguilar, 1998). En primer lugar, la opinión pública se enmarcó en un nuevo tipo de formación social: la *sociedad de masas*, donde los medios de comunicación tuvieron y tienen un papel fundamental. En segundo lugar, los estudiosos del tema, primero sorprendidos por el escenario y después por la complejidad del fenómeno, tendieron a considerar a la opinión pública como un objeto de estudio. Y, en tercer lugar, las reflexiones acerca del concepto fueron más allá de la dimensión filosófico-política, típica de los pensadores de la filosofía política liberal de los siglos XVII y XVIII, enfocándose ahora en el análisis en las dimensiones sociales, psicológicas y comunicacionales del fenómeno.

Posteriormente, La industrialización del siglo XIX, y su consecuente urbanización, fueron factores para que se desarrollara un nuevo enfoque teórico social: la *sociedad de masas*. Concepción pesimista de la sociedad, que proporcionó el marco general en el cual se desarrolló el estudio de la opinión pública.

El concepto de *sociedad de masas* subraya la interdependencia de las instituciones que ejercen el poder y, por tanto, la integración de los medios de comunicación a las fuentes de poder y autoridad sociales. Desde esta perspectiva, los medios presentan una visión del mundo congruente con los intereses de quienes detentan el poder económico y político de la sociedad: *dominación de las élites* (McQuail, 1983/1991).

Otro rasgo importante de la *sociedad de masas* es la pérdida de los *vínculos tradicionales —gemeinschaft—*, y contribuye al debilitamiento del tejido conectivo de la sociedad, preparando las condiciones para el aislamiento social y la alienación de las masas (Wolf, 1987).

La idea de masa corresponde a una agregación de individuos dispersos, que no se conocen entre sí, carentes de autoconciencia e incapaces de actuar conjuntamente en forma organizada. Son heterogéneas en su formación, conformadas por personas de diversos estratos, pero homogéneas en su percepción y conducta. Los medios de comunicación mantienen una relación vertical con estas masas, que son directamente influenciables, pasivas y emocionales (McQuail, 1983/1991).

Walter Lippmann en 1922, a través de su trabajo *Public Opinion,* hizo una serie de reflexiones acerca de la opinión pública todavía vigentes. Comienza su libro describiendo cómo en una isla vivieron pacíficamente un francés, un inglés y un alemán hasta antes de la Primera Guerra Mundial. Su único contacto con el mundo exterior consistió en un barco de correo. Un día éste trajo noticias de que Inglaterra y Francia habían sido atacadas por los alemanes desde hacía seis semanas. Por estas seis semanas, los isleños, confiando en las imágenes de sus mentes, actuaron como amigos. A partir del conflicto entre las naciones, vivieron distanciados, a pesar de no existir un problema real entre ellos.

Con esta alegoría, Lippmann (1922) indicó la relevancia de distinguir entre "realidad", lo real y *"realidad social"*, el mundo exterior de eventos actuales que son conocidos a través de los medios de comunicación. Estos últimos crean un pseudoambiente, que le da sentido a la "realidad social", creando conflictos en donde no existen en realidad.

Anterior a la industrialización, lo que la gente debería de conocer acerca del mundo estuvo a la mano, las personas rara vez se aventuraron más allá de los límites de su comunidad, vivieron y murieron en el mismo lugar en que nacieron. Con la industrialización, el contacto social se hizo cada vez más difícil, adquiriendo mayor relevancia los medios de comunicación.

Para Lippmann (1922), las limitaciones de contacto social, el escaso tiempo disponible para atender asuntos públicos en la vida cotidiana, la distorsión producida porque los eventos tienen que ser comprimidos en pequeños mensajes, la dificultad de expresar un mundo complejo valiéndose de un escaso vocabulario, y finalmente el temor de enfrentar aquellos hechos que podrían amenazar las rutinas establecidas de nuestras vidas, han impuesto una censura artificial en la sociedad moderna.

Posteriormente, la idea de pseudoambiente de Lippmann ha sido abordada por diversos autores, entre los que se puede mencionar el trabajo de Robert Merton acerca del pseudo-*gemeinschaft*, la falsa familiaridad de los conductores de los medios; el trabajo de Horton y Wohl (1958) acerca de la interacción parasocial, la familiaridad de las audiencias al referirse a los personajes de los medios, como si realmente los conocieran; y el análisis de Boorstin (1989) de la tendencia en los noticieros de narrar pseudoeventos: las noticias como un fin en sí mismas, creadas por los medios.

Lippmann (1922) también analizó el papel de los estereotipos en los medios de comunicación. Las opiniones al cubrir un mayor tiempo, espacio y cosas de lo que se puede observar directamente, se formulan necesariamente con base en lo que otras personas o medios informan y las imágenes que subyacen en la mente de las personas: estereotipos.

Para ilustrar cómo los estereotipos operan en el individuo, Lippmann (1922) se preguntó:

> Cuando nosotros usamos la palabra "México", ¿qué imagen evoca en un residente de Nueva York? Probablemente es algo compuesto de arena, cactus, pozos de petróleo, *greasers*; indios tomando ron o viejos jinetes con florecientes bigotes.

Lasswell (1935) retomó esta idea de Lippmann para señalar cómo las naciones y las clases se convirtieron en los símbolos que identifican, unen y justifican cualquier política. El nacionalismo y el proletarismo permanentes en buena parte del siglo XX secularizaron patrones religiosos y emocionales, que identifican, fortalecen, reducen el mundo

y dan un sentido de comunidad —*gemeinschaft*— a los integrantes de una sociedad dispersa y compleja.

Por su parte, James Bryce (1900), en una reflexión acerca del concepto de opinión pública, apuntó que el problema de definirlo ocurre cuando se confunde con los organismos desde donde la gente trata de expresar ésta; a veces el uso del término denota:

> El punto de vista de todos —que es el agregado de todo lo que es pensado y dicho sobre un tema— algunas veces expresa los puntos de vista de la mayoría, el más común, que prevalece sobre otros.

A principios del siglo pasado, el concepto de opinión pública, de acuerdo con Price (1992), adquirió un matiz utilitario. La diversidad de intereses en constante conflicto, característica de la democracia, fue resuelta con la regla de mayoría, cuya expresión política fue la votación o el plebiscito. Y en este sentido, opinión pública fue entendida como la suma de intereses de los miembros de la comunidad.

Esta idea de opinión pública difiere con las primeras concepciones en su forma de determinar el bien común. Los teóricos liberales de los siglos XVIII y XIX concibieron a la opinión pública como una forma de hacer la voluntad común, lograda a través de un debate razonado e igualitario. En cambio, en la concepción moderna, opinión pública es la suma de voluntades individuales y separadas, una regla de mayoría: el bien común es lo que la mayoría quiere.

Minar (en Price, 1992) piensa que este modelo utilitario es la perspectiva más característica de la opinión pública moderna, fundamentalmente relacionada con los esfuerzos de medirla y cuantificarla regularmente a través de las encuestas.

En cuanto al proceso de formación de opinión pública, Lippmann (1922) considera que es una palanca en que se apoyan los sondeos de opinión y el periodismo para guardar un "extraño" equilibrio. Y reconoce la relación triangular de la opinión pública: escena de la acción, percepción humana de ésta y respuesta a esta imagen (Worcester, 1994).

Bryce (1900) proporcionó una idea más clara de cómo se forma la opinión pública, a través de cuatro diferentes momentos. El primer momento inicia cuando el lector se entera de un suceso a través de un periódico, confronta su primera impresión con la de los articulistas, familiares y amigos, y empieza a tener una posición con respecto al asunto. Un segundo momento ocurre cuando el pensamiento ordinario se transforma en una posición clara, ya sea a favor o en contra de un asunto. Es el momento en que se inicia el debate público. Un tercer momento tiene lugar cuando las posiciones se organizan en grupos a favor o en contra. Un cuarto momento, se presenta donde la acción se hace necesaria, a través del voto o con medidas públicas.

A través de estos cuatro diferentes momentos, los medios de comunicación son el conducto por el cual la opinión pública fluye, donde los líderes de opinión virtualmente la forman. Y en este sentido, Bryce (1990) afirmó que:

> Examinando el proceso por el cual la opinión es formada[...] no podemos dejar de notar lo pequeña de la parte del punto de vista que el hombre promedio toma en cuenta cuando va a votar realmente es de su propia hechura.

Del mismo modo, señaló cómo la opinión pública presentó una aparente paradoja: la riqueza y las propiedades, más que la educación, son determinantes para que tenga lugar el cambio social. Mientras que la riqueza hace a la gente tímida y desconfiada al cambio, la carencia de ésta y la baja educación de las clases bajas provocan que se abanderen los cambios o causas políticas que plantean los líderes demagogos.

La reflexión acerca de la opinión pública, por el enfoque empírico de la misma, se centró en los factores individuales del fenómeno, con el consiguiente énfasis en las dimensiones psicológicas y psicosociales de la opinión pública. En este sentido, Daniel Katz (1960) afirma:

> La materia prima de la cual la opinión pública se desarrolla es encontrada en las actitudes de los individuos, ya sea un seguidor o un líder y ya sea que esas actitudes sean el nivel general de tendencias a conformar la autoridad

> legítima o la opinión de la mayoría o el nivel específico de apoyo u oposición a aspectos particulares de un asunto bajo consideración.

Bajo esta perspectiva, Katz (1969) identifica cuatro funciones que las actitudes realizan en el individuo durante el proceso de formación de opinión pública.

En primer lugar, la función instrumental o utilitaria que consiste en el esfuerzo que realiza la gente para maximizar las recompensas de su ambiente externo. En segundo lugar, la función de defensa del ego, que protege sus verdades básicas acerca de él mismo o de las realidades hostiles en su mundo exterior. En tercer término, la función del valor expresivo, que consiste en las satisfacciones derivadas de actitudes mostradas y que son apropiadas a sus valores personales. Y, por último, la función de conocimiento, que es la necesidad del individuo de entender el mundo exterior.

Al tiempo que el fenómeno de opinión pública se tornó complejo, en parte por la misma complejidad social y en parte por el escaso conocimiento que se tenía antes del siglo pasado, también se encontraron problemas y contradicciones en el concepto y el mismo fenómeno de opinión pública.

Los problemas del fenómeno de opinión pública se pueden simplificar, de acuerdo con Price (1992), en cinco: dos relacionados con su potencial superficialidad —falta de competencia y falta de recursos—; y tres referentes a su potencial susceptibilidad: *tiranía de la mayoría,* propaganda o persuasión masiva, y *dominación de élites*.

El primero es la falta de competencia. Corresponde a la falta de interés del ciudadano hacia los asuntos políticos, los teóricos liberales esperaron mucho del ciudadano común, pensaron que se comportaría como un legislador (Lippmann, 1922). En este sentido, los estudios empíricos encontraron que las opiniones estaban plagadas de prejuicios, estereotipos e ideas muy superficiales; los trabajos de Lippmann (1922) y Lasswell (1941) abordaron la problemática con profundidad.

Se añade la falta de recursos. Se refiere a que más que la incompetencia del público, hay una falta de métodos para una adecuada comunicación pública. De acuerdo con Dewey (en Price,

1992): **"**Las formas físicas y externas de colectar la información han sobrepasado la fase intelectual de la búsqueda y la organización de sus resultados".

Kart y Gladys Lang (1971) en un análisis del desfile del "MacArthur Day" en 1951, encontraron que quienes lo habían visto a través de la televisión lo percibieron con mayor excitación y lo recordaron con mayor facilidad, en comparación CON los que estuvieron en el desfile. Los medios de comunicación, por definición, no son meros canales a través de los cuales fluye la realidad e, incluso, en eventos reales los medios manipulan, por razones del mismo lenguaje de los medios —en este caso la televisión— cambiando consecuentemente la percepción del evento.

Tiranía de la mayoría. Indica el peligro potencial de que un tipo de mediocridad de opinión permanezca por la presión de la mayoría. El peligro de que, en el rostro de las mayorías, puntos de vista minoritarios muy importantes, incluso válidos y correctos, sean fuertemente negados.

Con este enfoque, Elisabeth Noelle-Neumann (1984) definió a la opinión pública como:

> [...] aquellas actitudes o comportamientos que uno debe expresar en público para no permanecer aislado; en áreas de controversia o cambio, las opiniones públicas son aquellas que uno puede expresar sin correr el riesgo de aislarse (Worcester, 1994).

Esta idea de opinión pública le sirvió de base para su teoría de la Espiral del Silencio (el *silencio de las minorías*). De acuerdo con esta perspectiva, mientras más se difunde la versión dominante del consenso de opinión a través de los medios, más guardarán silencio las voces individuales que están en contra (McQuail, 1983/1991).

Posteriormente, diversos estudios han demostrado empíricamente la teoría de la *espiral del silencio* (Glynn y McLeod, 1984; Lang y Lang, 1983; Noelle-Neumann, 1974).

Dominación de las élites. La susceptibilidad de que el público sea persuadido por las apelaciones altamente emocionales e irracionales.

La experiencia de las dos guerras mundiales llamó la atención de los investigadores de la opinión pública, quienes encontraron cómo el público fue virtualmente manipulado por apelaciones nacionalistas y emocionales. En esta problemática se pueden ubicar los trabajos de Lippmann (1922) y Lasswell (1935).

En este sentido, Mills (en Price, 1992) arguye que los norteamericanos "han sido transformados por los medios masivos en un mercado que consume, más que un público que produce, ideas y opiniones".

El debate sobre la definición de la opinión pública se ubica en el hecho de que su desarrollo (Tuesta Soldevilla, 1997), está ligado íntimamente a un sistema político basado en el Estado de derecho. Por ello, no existe opinión pública en Estados autocráticos, al no haber debate público y la voz existente es la que favorece al gobierno y no al público; se manifiesta la opinión pública de la opresión, no de la expresión.

El sistema democrático requiere de la opinión pública para sobrevivir, por ello democracia y opinión pública se requieren mutuamente. Por un lado, agrega Tuesta Soldevilla (1997), la democracia garantiza los derechos y las libertades de los ciudadanos, especialmente la libertad de opinión y expresión. Y por otro, la opinión pública desarrolla una conciencia colectiva que participa, vigila y expresa sus puntos de vista sobre los temas de interés general. Al respecto, Monzon (1987) recuerda: "Los controles, manipulaciones y obstáculos que se opongan a la opinión pública repercutirán necesariamente en el desarrollo democrático de la sociedad".

Por su parte, Cansino (2010) sostiene que pensar a la sociedad civil en términos de un espacio público político abierto a todos es casi una oportunidad vital para volver a conferir a la política dignidad y densidad. Una enseñanza nada desdeñable frente a las tentaciones neoconservadoras y totalitarias que cruzan en los hechos la experiencia política institucional. Hay aquí una opción teórica consistente que anteponer también a los esquemas normativos tanto liberales como posmarxistas, atrapados la mayor de las veces en el propio discurso totalitario que buscan combatir, es decir, en esquemas que niegan

la radical diferencia de la sociedad o que creen conjurar el conflicto mediante unos mínimos normativos de justicia o bienestar. Lejos de ello, la política resulta ser un espacio abierto, materialmente de nadie y potencialmente de todos, para encontrar bienes en común desde la diferencia y el conflicto inherentes a cualquier sociedad.

No es exagerado afirmar que el debate sobre la sociedad civil en el futuro partirá en buena medida de presupuestos como los anteriores. La reflexión sobre la sociedad civil es entonces, la mejor oportunidad para repensar la política en un mundo que tiende precisamente a excluirla, y a la opinión pública que invariablemente tiende a convertirse en mera propaganda. Asimismo, coloca un desafío a la ciencia política empírica, tradicionalmente renuente a considerar la cuestión social cono el verdadero horizonte de sentido de lo político.

En principio de cuentas habría que reconocer tres grandes modalidades de expresión de la cuestión social en las democracias modernas, cuya densidad y potencial para influir en los ámbitos de decisión política varía de una nación a otra o de una región a otra. Estas modalidades son: *a)* el sufragio o el voto que como tal es la expresión más institucionalizada de la sociedad y cuyo impacto es directo en la medida que los ciudadanos pueden, en teoría, premiar o castigar electoralmente a sus autoridades y partidos por lo que consideran sus aciertos o errores; *b)* la participación en organizaciones y movimientos sociales de todo tipo que al buscar satisfacer una demanda sentida no resuelta por la autoridad respectiva, no sólo constituye una vía independiente para gestionar bienes colectivos o presionar a las autoridades para ofrecer alternativas, sino que contribuye a exhibirlas en todas sus carencias y negligencias, en abono a su desgaste y desprestigio creciente; y *c)* el debate público de todo aquello que inquieta a la sociedad y en todos aquellos ámbitos o esferas de interacción social donde los individuos externan sus posiciones, preferencias y anhelos, y que, dependiendo de su intensidad y amplitud, puede emitir mensajes de carácter simbólico que de ser ignorados por la autoridad también redunda en sus niveles de credibilidad y apoyo.

Obviamente, todas son expresiones mediante las cuales la ciudadanía se afirma cotidianamente o se construye permanentemente.

Algunas están más institucionalizadas que otras en la medida que están más o menos reguladas por la ley. Tal es el caso del sufragio en todas sus modalidades, pero también las organizaciones sociales suelen reglamentarse para que su constitución cumpla con ciertas exigencias de respeto y civilidad. Por su parte, en apego al derecho a la libertad de expresión constitutiva de cualquier democracia liberal, las protestas sociales y el debate públicos tienen una reglamentación más laxa siempre y cuando no atenten contra los bienes y la integridad de los demás ni alteren el orden público. Cabe señalar que el derecho a votar no sólo es la condición *sine qua non* de las democracias representativas, sino una conquista histórica de las naciones libres, motivo suficiente para reivindicarlo pese al desprestigio que acusan en la actualidad tanto los partidos como los representantes que contienden por el mismo.

Por su parte, la emergencia relativamente reciente de organizaciones sociales de todo tipo, pero sobre todo las así llamadas ONG's (organizaciones no gubernamentales), no hace más que corroborar que cada vez más la cuestión política está contenida en la cuestión social. Sin embargo, no debe sobredimensionarse el papel que desempeñan o pueden llegar a desempeñar a la hora de influir en la agenda pública. Con frecuencia sus alcances y su capacidad de convocatoria son reducidos, amén de que muchas terminan siendo absorbidas por agentes partidistas o políticos, quienes buscan neutralizar su impacto o favorecerse con sus acciones. En cuanto a los movimientos sociales, la gama de posibilidades es muy amplia, desde marchas y protestas hasta actos de desobediencia civil, generados por organizaciones de todo tipo (urbanas, campesinas, obreras, estudiantiles, de profesionistas, etcétera). No siempre estas manifestaciones sociales cuentan con una base social de apoyo más allá de sus promotores, por lo que llegan a generar incluso reacciones ambivalentes en la ciudadanía por las molestias que eventualmente pueden provocar.

En cuanto al debate público, suele subestimarse su impacto y trascendencia. Sin embargo, bien mirado, es la expresión de lo social más extendida e influyente en las democracias liberales. De hecho, la opinión pública define y redefine permanentemente los valores que

articulan a una sociedad; es la expresión natural de una sociedad desde sus imaginarios colectivos y desde la radical diferencia que la cruza; es también el espacio decisivo de la existencia humana por cuanto permite que los individuos se reconozcan con los demás individuos como sujetos políticos, a condición de transparentar sus posiciones y expectativas. Ignorar las determinaciones simbólicas así generadas no hace más que acrecentar la brecha entre la sociedad civil y las autoridades o representantes políticos (partidos, gobiernos, congresos, etcétera). Su presencia cada vez más consistente no hace sino recordar a las autoridades que gobernar en el vacío tiene un costo político que tarde o temprano deberán pagar. Hoy la ciudadanía en todas partes ha conquistado el derecho a tener derechos, siendo la participación política uno de los más preciados de las democracias liberales.

Nada resulta más complejo que la manera en que se constituye la opinión pública, si por ésta se entiende algo más que esa idea abstracta y difusa con la que suele asociarse este concepto, o sea una suerte de contenedor imaginario de visiones y posiciones compartidas de manera más o menos homogénea y constante por una comunidad acerca de los grandes temas nacionales. Por el contrario, la opinión pública es una noción más concreta que tiene que ver con la confrontación permanente en los espacios públicos de opiniones muchas veces contradictorias sobre temas casi siempre controversiales para una sociedad; una suerte de ágora donde chocan todo tipo de posiciones, que a veces convergen y a veces no, pero que al transparentarse en la esfera pública definen un talante social, una idiosincrasia, una orientación. Por eso, así como debe diferenciarse a la opinión pública de la opinión publicada, es decir, la opinión que los medios proyectan sobre diversos tópicos de acuerdo a sus propios intereses o filosofía, no debe confundirse a la opinión pública con las estrategias empleadas por las elites de todo tipo, pero sobre todo políticas, para influir en ella. Eso es más bien propaganda.

En estricto sentido, todas estas expresiones de la moderna cuestión social no son nuevas ni privativas de la democracia liberal, salvo el sufragio universal. Sin embargo, sólo en la democracia alcanzan las características apuntadas, en la medida que únicamente en este

tipo de regímenes se pueden asegurar condiciones mínimas de libertad e igualdad a los ciudadanos, condición imprescindible para la existencia del pluralismo y la deliberación públicos. Lo que sí es nuevo es el creciente peso que dichas expresiones llegan a alcanzar en los ámbitos de decisión, sobre todo en la época postotalitaria y postcomunista. De hecho, las organizaciones de la sociedad civil articuladas por un sinnúmero de demandas sentidas constituyen una expresión social hasta cierto punto inédita, pues antes predominaba la política de masas con sujetos colectivos más o menos organizados o corporativizados. Incluso los grandes movimientos sociales de los años sesenta y setenta del siglo pasado no tienen nada que ver con las formas de organización social predominantes en la actualidad.

Si antes una demanda compartida por amplios sectores de la población podía desencadenar un movimiento social multitudinario (como fueron los movimientos feministas, ecológicos, pacifistas, por los derechos humanos o por la diversidad sexual o por los derechos de los jóvenes), ahora las demandas se han diversificado y multiplicado, perdiendo el carácter masivo de otra época, pero fortaleciendo el papel político de la sociedad, si por político asumimos aquí el hecho de que cada vez más grupos sociales toman en sus manos la gestión de bienes colectivos que en las circunstancias normales de los Estados asistenciales deberían ser gestionados por la autoridad o por los partidos políticos.

Cabe señalar, por último, que las distintas expresiones sociales apuntadas arriba muchas veces se presentan encadenadas. Así, por ejemplo, puede darse el caso que una movilización social de protesta no haga sino impulsar una demanda social ampliamente compartida por los ciudadanos en el espacio público por lo que al no ser atendida satisfactoriamente por la autoridad respectiva motiva su rechazo o castigo en las urnas. En esos casos, puede decirse que el debate público tuvo consecuencias políticas evidentes, independientemente de haberse logrado con la activación social los objetivos particulares que se perseguían. En otras ocasiones, menos frecuentes, el debate público sobre temas que preocupan a la sociedad puede motivar respuestas favorables y efectivas por parte de la autoridad, con lo que se desactiva el resorte que motivó su discusión pública.

Democracia y redes sociales

Una definición muy completa, contemporánea y sugerente de las redes sociales es la propuesta por Delany (2008): sitios de Internet en los cuales las personas y las organizaciones colocan páginas con sus perfiles que contienen su información básica y se enlazan con las páginas de otras personas. En ellas se pueden visualizar los perfiles de otros a través de palabras clave o siguiendo los links de una persona a otra, y también pueden emitir sus comentarios.

Por su parte, Castells (2002) la describe como una estructura social construida sobre redes, pero no cualquier tipo de redes, dado que desde los orígenes de la humanidad las redes sociales han tenido una importante dimensión en la vida social; se refiere a las redes que caracterizan la organización social contemporánea; son redes de comunicación sustentadas por las tecnologías de la información. Y la describe como un patrón social, una fuente de significado construido en torno a los proyectos y los deseos individuales, que encuentran en Internet la tecnología apropiada para manifestarse y organizarse.

Para fines prácticos, las redes sociales son medios de comunicación virtual que enlazan en tiempo real y de manera horizontal a millones de personas a condición de estar conectados a la supercarretera de la información.

De acuerdo con Aruguete (2001), en Internet se constituyen relaciones entre personas que no se conocen con el propósito de establecer contactos afectivos como la búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses afines. En la red, el sistema es abierto y se va construyendo con lo que cada suscriptor aporta. Su fortaleza radica en la presencia que tiene cada uno de sus miembros y por consiguiente la fuerza que le aporta la red al nuevo miembro: "Las redes sociales —agrega Aruguete— dan al anónimo, popularidad, al discriminado, integración, al diferente, igualdad, al carente de afecto, nuevas relaciones".

Una teoría más profunda sobre las redes sociales es explicada por Bours (2007), quien sostiene que las personas están relacionadas entre sí a través de no más de seis personas y por eso se le conoce con el nombre de teoría de los seis grados de separación. La explica así:

> Si tomamos a dos personas diferentes del planeta y tratamos de ver si conocen gente en común llegaremos a la conclusión de que están conectadas por una cadena de personas conocidas que tiene, como máximo, cuatro intermediarios. De esta manera, la red de conocidos de una persona podría extenderse a través de las redes de conocidos de sus conocidos y ser, virtualmente, conocido de toda la humanidad.

Otra teoría de corte similar es la teoría de los diez saltos, según la cual se puede conectar a una persona con las demás en el planeta en solamente diez movimientos. Bours (2007) detalla este proceso de la siguiente manera:

> Una persona conoce unas 100 personas, y cada uno de ellos se relaciona, en promedio, con otras 100. Así, si la primera persona pide a sus amigos que pasen un mensaje a sus conocidos, casi inmediatamente la primera persona posee una red de 100 x 100 = 10,000 conocidos a quienes podría estar pasando la información y entonces podría compartir afinidades con ellos en Internet y fuera de ella. Así, cada nivel de individuos amplía la cantidad de conocidos del nivel anterior de manera geométrica.

Numerosos sitios de búsqueda de pareja y citas por Internet, así como redes laborales y de negocios e intercambio de material gráfico se basan en esta teoría y han construido sitios web que aglutinan a personas o grupos, formando redes sociales tan exitosas como Photobucket, un sitio para compartir fotos y videos con 54 millones de visitas cada mes. En resumen, se puede decir que todo grupo comunicado electrónicamente es virtualmente una red social (Wellman *apud*. Kiesler 1997).

Dentro de los usos más frecuentes en la red se encuentran las páginas personales y la visita o elaboración de *blogs*. La encuesta anual "Usuarios de Internet en México", de la Asociación Mexicana de Internet AC (AMIPCI), señala para 2007 que 57 por ciento de usuarios de Internet tiene una página personal en sitios como MySpace, HI5, Geocities, Facebook, entre otros; 67 por ciento ha subido un video o una foto a una página de Internet; y 77 por ciento ha leído un *blog*,

contra 23 por ciento que no lo ha hecho; y 38 por ciento tiene un *blog* o bitácora personal.

El término de redes sociales se origina en los movimientos organizados por ciudadanos que tienen como finalidad articular sus esfuerzos para conseguir o gestionar un bien o servicio ante la autoridad competente en el corto o mediano plazo. Sobre el origen y el desarrollo de las redes sociales, Adler (2001) explica que estas organizaciones se constituyen en torno al principio de reciprocidad, que se traduce como la capacidad de conseguir el apoyo de otras personas.

Si bien Mitchell realizó un estudio enfocado únicamente a África Central (1969), su visión es más amplia y describe claramente a las redes sociales como dominantes o latentes hasta que se convierten en la base de alguna convocatoria o acción social. También es considerada como la designación para un tejido de relaciones sociales, económicas y/o políticas, que está establecida con una relativa continuidad, y está basada en la voluntad libre y la reciprocidad (Nohlen, 2006).

La cronología señala que entre 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos y es en 2003 cuando aparecen sitios que se hacen populares: Friendster, Tribe y MySpace. Otras empresas como Google se integran a esta dinámica y en enero de 2004 se lanza Orkut; en 2005, otro buscador importante participa en el mercado con Yahoo. El Internet se convierte entonces en un instrumento ideal para el trabajo de las redes sociales y para su autodirigida comunicación horizontal o directa (Castells, 2002).

Una red social con especial éxito es Facebook, orientada a estudiantes, con una importante inversión a cargo de Microsoft. Es Facebook uno de los casos más significativos, su crecimiento ha sido vertiginoso desde su nacimiento. Sus cifras al año 2009 son sorprendentes: hospeda a 300 millones de usuarios, cada día se suman a esta red 670 mil personas, distribuye un billón de mensajes al día y en sus archivos guarda 10 billones de fotografías de sus suscriptores (Data Center Knowledge, 2009).

A cuatro años de su aparición en la red de redes, YouTube ha tenido un crecimiento meteórico. El portal de videos adquirido a mediados de

2006 por Google registra la exorbitante cifra de mil millones de visitas diarias. Chad Hurley, uno de los creadores del sitio web, asegura:

> Hoy, hace tres años (a un año de su lanzamiento), (el cofundador de YouTube) Steve (Chen) y yo nos paramos frente a nuestras oficinas y en broma nos coronamos los reyes de los medios.

El éxito de YouTube, según Hurley (2009), es que el portal permite cargar videos y ser vistos rápidamente; es una plataforma que permite a cualquiera que tenga una cámara e Internet compartir sus videos.

Sin embargo, el uso de las redes sociales permitía a sus usuarios la libertad de utilizar pseudónimos e incluso de cometer tropelías, por ello, ahora las redes sociales, en especial MySpace y Facebook, son cada vez más utilizadas tanto por autoridades policiacas (MySpace) como por autoridades universitarias (Facebook) para comprobar la culpabilidad de determinados infractores que utilizaron dichas redes.

Uno de los usos de las redes sociales en Internet es la protesta social, aunque depende, según Castells (2002), de la capacidad que se tenga para difundir la misma red, tal como se ha demostrado en diferentes experiencias de movimientos feministas, ambientales y globalifóbicos; este último en especial fue promulgado por y con el Internet mismo.

En el ámbito político, el *blog* ha tenido un desarrollo impresionante. Ahora no sólo se utiliza Internet como vehículo de comunicación e información, sino además la creación y profusión de redes sociales se ha añadido a las campañas electorales, específicamente en países desarrollados como Estados Unidos, como herramienta de comunicación para alcanzar diferentes propósitos.

Del Rey Morató (2007) relata que, en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2004, el candidato demócrata Howard Dean, por recomendación de su gerente de campaña Joe Trippi, incorporó por primera vez el uso de Internet en las campañas electorales, utilizándola como herramienta para la recaudación de fondos. Contaba con 100 mil dólares y consiguió recaudar 50 millones. El propio Trippi (2008) reconoció que las reglas del juego habían cambiado y las campañas

electorales habían entrado en la era digital, debido a que, en esas elecciones, el protagonismo de Internet fue la novedad histórica.

De esta manera, demócratas y republicanos se integraron a las *cibercampañas* o campañas digitales para condicionar el voto de los indecisos, recaudar fondos, hacer llamadas para la movilización, convocar encuentros informales o para dirigirse a los medios de comunicación tradicionales.

Unos años después, el mejor ejemplo que ilustra la relevancia de Internet, y en particular de las redes sociales en la comunicación política, es la campaña del demócrata Barack Obama, quien utilizó como estrategia de comunicación la tecnología de Internet y las ventajas de las redes sociales. Este ejemplo ya es considerado como el mejor camino a seguir en la planeación, la operación y la consolidación de una campaña en las redes sociales; en diferentes seminarios y cursos de capacitación para equipos de gerencia de campaña se acude para conocer la estrategia y la operatividad de este caso de éxito para replicarlo en futuras elecciones.

Este candidato revolucionó las campañas electorales estadounidenses del pasado, porque gracias a Internet logró recaudar cifras millonarias de dinero, convocar a miles de personas e incluso integrar a más de 500 mil ciudadanos en su propio sitio de redes sociales denominado my.barackobama.com.

Obama logró recaudar durante su campaña la astronómica suma de 605 millones de dólares. Ningún candidato presidencial se ha acercado ni remotamente a esa cifra. El periodista José Luis de Haro lo refiere así:

> Alrededor de 500 mil dólares por hora, unos 345 mil euros. Esa es la cantidad que recauda el popular candidato demócrata Barack Obama a través de las donaciones online que cada 15 minutos se registran en su página web. Con estas cifras sobre la mesa, Internet se ha convertido en una herramienta muy útil para llenarse los bolsillos en la apretada carrera presidencial estadounidense.

Gracias a la tecnología, la campaña de Obama logró por primera vez conectar a los votantes de manera más rápida, mejor y mucho

más barata. Además, las personas que eligieron a Obama aportaron más dinero, dieron su apoyo a más eventos, hicieron más llamadas a celular, compartieron más videos y ofrecieron más sugerencias políticas que en cualquier otra campaña; de sus partidarios encuestados en 2 mil ciudades, el 86 por ciento dijo que apoyarían la legislación que propusiera Obama (The Fast Company 50, 2009). La campaña de Obama había recaudado 104 millones de dólares desde mediados de octubre al día de la elección. En total la campaña reunió la cifra récord de 750 millones de dólares. Las donaciones en línea fueron por un total de 500 millones de dólares, la mayoría de 100 dólares o menos.

Detrás de este caso de éxito se encuentra un grupo de talentosos jóvenes que se han especializado en el trabajo de las redes sociales y de la vinculación de los usuarios con diferentes movimientos y causas políticas. Destaca el trabajo realizado desde la agencia AKPD, la que recibió de la American Association of Political Consultants en el año 2009 los premios: Gerente de la campaña del año: David Plouffe; Estratega de la campaña del año: David Axelrod; así como para las realizaciones "Barney", "Buster", "Country I love", "Minute IN", todas realizadas para la campaña de Obama.

Además, se realizó un trabajo de soporte de firmas profesionales para el desarrollo y la operación de las estrategias y las líneas de acción de las campañas Blue State Digital y Revolution Messaging, entre otras.

De esta manera, la red que apoyó a Obama tuvo estos logros: *a)* 1 millón de personas se unen a la red de mensajes vía celular; *b)* 2 millones de personas se convirtieron en donadores de menos de 200 dólares; *c)* la página change.gov alcanzó en su mejor momento 2.3 millones de visitas diarias; *d)* en Facebook hubo 3 millones de seguidores, en MySpace 1 millón y 160 mil en Twitter.

De las experiencias que se pueden aprender del caso Obama, destacan las siguientes: *a)* empezar antes que los demás; *b)* construir exponencialmente; *c)* innovar donde sea necesario, hacer lo necesario para incrementarlo; *d)* hacerlo fácil de encontrar, usar e interactuar; *e)* retomarlo donde uno quiera; *f)* es un canal de tareas específicas para los entusiastas de la campaña; y *g)* canaliza y potencializa los esfuerzos de cada elemento de la campaña.

Para otra perspectiva, hoy la democracia se juega en Twitter (Cansino, 2012). Que las redes sociales se han convertido en el espacio público por excelencia del siglo XXI, en la moderna ágora de deliberación y confrontación de ideas y opiniones, es una realidad incontrovertible. ¿Pero esta condición —se pregunta Cansino— es suficiente para postular que la democracia en el futuro se jugará de manera decisiva en las redes sociales? La respuesta es un categórico sí, a condición de que concibamos a la democracia como algo más que una forma de gobierno, o sea como una forma de vida en común.

¿Qué significa concebir a la democracia como una forma de vida, una forma de sociedad? En principio de cuentas, constituye un ajuste respecto de las concepciones dominantes que nace de la necesidad de (re)colocar a los ciudadanos en el centro de la vida pública, de restituirles su condición de sujetos políticos, sustraída por los políticos profesionales, quienes se abrogan para sí ese monopolio. De lo que se trata es de concebir a la política democrática como el lugar decisivo de la existencia humana, y al espacio público como el lugar de encuentro de los ciudadanos en condiciones mínimas de igualdad y libertad, el espacio natural donde los individuos transparentan (en el sentido de hacer públicos) sus deseos y anhelos, sus frustraciones y congojas, y por esta vía instituyen con sus opiniones y percepciones los valores que han de regir al todo social, incluidos a los políticos profesionales. Huelga decir que, para esta concepción, todo es politizable a condición de que sea debatible. En suma, según esta noción, los verdaderos sujetos de la política son los ciudadanos desde el momento que externan sus opiniones y fijan sus posiciones sobre todo aquello que les preocupa e inquieta en su entorno cotidiano.

Y es precisamente aquí donde cobra sentido la idea de democracia en la era de las redes sociales, pues pensar lo público-político en la actualidad no puede hacerse sin considerar a las nuevas redes sociales, la moderna ágora virtual de la democracia. Si la democracia ha de ser concebida cabalmente como el gobierno del pueblo, como una moderna república (res-pública), y en ese sentido como una forma de sociedad y no sólo de representación política, la idea de espacio público-político resulta crucial.

Por efecto de la irrupción de las sociedades democráticas en los asuntos públicos, mediante la deliberación colectiva de todo aquello que les atañe, o incluso mediante la gestión social de bienes colectivos, lo público dejó de ser competencia exclusiva de lo estatal. De hecho, en las democracias modernas cada vez más lo político está contenido en lo social, y las sociedades son cada vez más protagonistas de su historia.

El futuro de las redes sociales

Según Wellman y Haythornwaite (2002) Internet vive una segunda etapa o era. La primera va desde su presentación hasta 1995; en esa etapa fue calificada como "emocionante", por ser un medio nuevo y especial. Sin embargo, al paso de los años y pasada la "euforia" inicial en donde muchos analistas perdieron perspectiva, se abrieron varias líneas de debate, replanteando sus alcances:

1) Los anuncios de desarrollos tecnológicos, aparejados con los pronunciamientos de cómo estos avances van a modificar la vida de todos.
2) La propagación de mitos o leyendas acerca de la vida en Internet, como el diagnóstico que hacen psicólogos de la "adicción al Internet", sustentado en el comportamiento de algunos pacientes obsesivos o de navegadores que utilizan falsas identidades para difundir sus secretos personales.

En lo que corresponde a la difusión de noticias, las redes sociales son sin duda una invaluable herramienta, primero para crear cadenas que difundan noticias, posturas y críticas sobre determinados sucesos y, por otra parte, quizás la más importante, son una forma de libertad, en donde circulan primicias noticiosas antes de que sean titulares de ocho columnas en los grandes diarios u ocupen grandes espacios en radio y televisión.

Con el paso del tiempo, las redes sociales también han sido cuestionadas. La velocidad, la libertad y el grado de acercamiento con

otras personas ha generado algunos "daños colaterales". Como el caso de Facebook, que debido a su explosivo crecimiento ha presentado algunos casos objeto de críticas, como son la privacidad de los datos de los usuarios, la seguridad en la red para los niños, la falta de advertencias, la obtención de información personal y la incapacidad de eliminar cuentas sin borrar contenidos.

Adicionalmente, algunos usuarios han aprovechado las redes sociales para promover temas controvertidos, como la anorexia, la negación del holocausto y hasta la violación de derechos de propiedad intelectual. En medio de estos debates, los administradores de las redes sociales deben adoptar, por presiones externas, medidas de censura impopulares hacia sus propios usuarios; destaca la controversia en Facebook que dio pauta a los cambios y al nuevo formato que sufrió esta red en el año 2008.

Por otra parte, el futuro de las redes sociales como herramienta política es incierto (Denaly, 2008). Pese a que han tenido una amplia difusión y uso en las elecciones primarias de Estados Unidos en el año 2008, su capacidad para impulsar acciones concretas y una amplia variedad de campañas en el mundo real es todavía incierta.

Las redes sociales han fallado —salvo el caso de la campaña de Obama— en la captación de fondos económicos, pero su fortaleza reside en que ayudan a organizar, vincular y articular uno a uno a los simpatizantes, en la conformación de comités de apoyo de base en grupos pequeños pero muy fuertes.

Algunas campañas (Denaly, 2008) utilizan Facebook y MySpace esencialmente como herramientas que sustituyen al e-mail, en especial cuando trabajan con jóvenes; pero estas redes y el e-mail serán integrados a las actividades de las campañas modernas sin distinción alguna. Los defensores de las redes sociales predicen que en el futuro éstas se encontrarán por todas partes, casi como el aire, y remplazarán a la comunicación personal que se da en Internet.

Más que analizar el impacto de Internet en la sociedad, el tema sustantivo será entender el efecto que la sociedad tiene sobre el Internet (Castells, 2002). En ese sentido, Wellman y Haythornwaite (2002) señalan que es un error caer en los extremos, por un lado,

ignorar a Internet o pensar que es la salvación, cuando el aburrimiento y la rutina indican que Internet ha tenido una penetración-incorporación en la vida de las personas.

La apropiación de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación llegó a nuestras vidas para quedarse. La tendencia es el desarrollo de espacios sociales de realidad virtual que combinan sociabilidad y experimentación con juegos de rol (Castells, 2009). El más conocido es Second Life, que para el año 2008 ya contaba con 12.3 millones de usuarios registrados y con un promedio de visitas diarias de 50 mil personas.

Aunque Internet carezca de la penetración e influencia que poseen otros medios de comunicación, como la radio, la televisión y la prensa, la web ha logrado ganar terreno gradualmente entre los ciudadanos. Sin embargo, el ritmo de expansión es diferente en cada región del mundo. En países desarrollados es diametralmente mayor que en países pobres o marginados, como África o América Latina. La *brecha digital* entre regiones es sumamente amplia.

Referencias

Adler de Lomnitz, L. (2001), *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*, México, FLACSO/Miguel Ángel Porrúa.

Albornoz, L.A. (2006), *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*, Buenos Aires, La Crujía.

AMIPCI (2007), www.amipci.org.mx.

Aruguete, G. (2001), *¿Qué son las redes sociales?*, Jornadas sobre gestión de organizaciones del tercer sector, Buenos Aires, Enred-2,

Benett, W.L. (1980), *Public Opinion in American Politics*, Nueva York, Harcourt Brace Javanochi, Inc.

Boorstin, D. (1989), *Hidden History*, Nueva York, Vintage Books.

Borrat, H. (2002), "Paradigmas alternativos y redefiniciones conceptuales en comunicación periodística", Análisis, núm. 28, Cátedra UNESCO.

Bours, M. (2007), *¿Qué son las redes sociales en Internet?*, Editum.org
Bryce, J. (1900), "The Nature of Public Opinion", en M. Janowitz y P. Hirsch (eds.), (1981), *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, Nueva York, The Free Press.
Cansino, C. (2010), *La revuelta silenciosa. Democracia, espacio público y ciudadanía en América Latina*, México, BUAP/CEPCOM.
Cansino, C. (2012), "Hoy la democracia se juega en Twitter", en https://textoshereticos. wordpress.com/2012/01/03/hoy-la-democracia-se-juega-en-twitter/
Castells, M. (2002), "The Internet and the Network Society", en B. Wellman y C. Haythornwaite (2002), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell.
Castells, M. (2009), *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza.
Cebrian, J.L. (1998), *La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*, Madrid, Taurus.
Costa, J.M. (2005), *Blogs e imágenes*, wordpresss.com
Crovi Druetta, D. y F. Hernández Lomelí (2004), *Internet y televisión. Una mirada a la interculturalidad*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
Data Center Knowledge (2009), http://www.datacenterknowledge.com/archives /2009/09 /16/how-face-book-serves-up-300-million-users.
Del Rey Morató, J. (2007), *Comunicación política, Internet y campañas electorales de la teledemocracia a la ciberdemocracia*, Madrid, Tecnos.
Delany, C. (2008), "The Tools and Tactics of Online Political Advocacy. Version 1.1", *Online Politics*, junio, núm. 101.
Díaz Montiel, F. y J. Sánchez Galicia (2006), *Gobierno electrónico. Tecnologías de la información al servicio de los ciudadanos*, México, SICOM/Universidad de Tlaxcala.
Fontcuberta, M. de y H. Borrat (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores e interacción*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
Habermas, J. (1981), *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili.

Habermas, J. (1987), *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols., Madrid, Taurus.

Katz, D. (1960), "The Functional Approach to the Study of Attitudes", en M. Janowitz y P. Hirsch (eds.), (1981), *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, Nueva York, The Free Press.

Kiesler, S. (1997), *Culture of the Internet*, Nueva Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers.

Lang, G. y K. Lang (1983), *The Battle for Public Opinion*, Nueva York, Columbia University Press.

Lang, K. y G. Lang (1971), "The Unique Perspective of Television and its Effects. A Pilot Study", en W. Scharmm y D. Roberts (eds.), *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana, University of Illinois Press.

Larrañaga, Rubio J. (2007), "La economía de los *weblogs*", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Madrid, Universidad Complutense.

Lasswell, H. D. (1935), "Nations and Classes. The Symbols of Identification", en M. Janowitz y P. Hirsch (eds.), (1981), *Reader in Public Opinion and Mass Communication*, Nueva York, The Free Press.

Lippmann, W. (1922), *Public Opinion*, Nueva York, Harcout, Brace and Company, Inc.

McQuail, D. (1983/1991), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Madrid, Paidós.

Mitchell, J.C. (1969), *Social Networks in Urban Situations*, Manchester, Manchester University Press.

Monzón, C. (1987), *La opinión pública. Teorías, conceptos y métodos*, Madrid, Tecnos.

Moreno, H. (2009), "¿Cómo serán las campañas políticas en México?", en http://www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=12455.

Navarro Zamora, L. (2005), *Comunicación mexicana en Internet. Guía de medios en línea*. México, Fundación Manuel Buendía.

Noelle-Neumann, E. (1974), "The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinion, *Journal of Communication*, núm. 24.

Noelle-Neumann, E. (1991), "Theory of Public Opinion. The Concept of the Spiral of Silence", *Communication Yearbook*, vol. 14.
Nohlen, D. (2006), *Diccionario de ciencia política*, México, Porrúa/El Colegio de Veracruz.
Price, V. (1992), *Public Opinion*, Nueva York, Sage.
Price, V. (1994), *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, Paidós.
Rivadeneira, R. (1995), *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*, México, Trillas.
Robles de la Rosa, L. (2009), "Acelera la epidemia uso de Internet en campañas", *Excélsior*, 6 de mayo.
Rovigatti, V. (1981), *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*, Quito, CIESPAL/FFE.
Sartori, G. (1988), *Teoría de la democracia, 1. El debate contemporáneo*, Madrid, Alianza.
Sepúlveda, P. (2010), "¿Y tú qué opinas sobre la reforma política?", *Política Digital*.
Shoemaker, P. y S. Reese (1991), *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*, Nueva York, Longman.
The Fast Company 50 (2009), http://www.fastcompany.com/fast50_09/profile/list /teamobama.
Trippi, J. (2008), *The Revolution will not be Televised. Democracy, the Internet, and the overthrow of Everything*, Glasgow, Harper Collins P.
Tuesta Soldevilla, F. (1997), *No sabe/no opina (Medios y encuestas políticas)*, Lima, Fundación Konrad Adenauer/Universidad de Lima.
Wellman, B. y C. Haythornwaite (2002), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell.
Worcester, R. (1994), *Reflexiones sobre la opinión y las políticas públicas*, México, Este País.
Zittrain, J. (2008), *The Future of the Internet and How to Stop it*, Londres, Yale University Press.

SEGUNDA PARTE

Las redes sociales en la era de la democracia

6

Democracia 2.0: la política se introduce en las redes sociales

David Caldevilla Domínguez

A medida que Internet ha ido permitiendo la creación de medios de opinión autónomos, las grandes y pequeñas corrientes de opinión que los partidos políticos representaban han ido estructurándose y ganando presencia. Interactuar con ellos solicita un nuevo tipo de liderazgo que no tema el contacto directo, no influido por los mecanismos partidistas.

Internet ofrece un nuevo modelo de comunicación horizontal (sin jerarquías y descentralizada), en el que emisores y receptores a veces trazan líneas confusas. Nos referimos al concepto que Isidro Moreno (2001, pp. 27 y 112) introdujo como "lectoautor", como máxima expresión de un lector no sólo activo, sino participante en el proceso narrativo. En este proceso creativo es decisiva la formación del receptor (en nuestro caso, los partidos políticos) con una forma determinada de estructurar y ordenar la realidad. Moreno (2001, p. 108) defiende con convencimiento la noción de interactividad digital. La interactividad, propia del diálogo, alcanza en la narrativa digital una dimensión determinante porque aúna las relaciones emisoras y

receptoras propias de toda comunicación presencial. Las posibilidades que puede ofrecer una tecnología así para que un partido hable con sus militantes son enormes. De hecho, es suficientemente hercúlea como para que planteemos olvidar la palabra "militante" y abrir una esfera más extensa, la de ciberactivista: un ciudadano interesado en participar activamente en política y que sabe que se vale de diversas herramientas que las nuevas tecnologías digitales disponen para conseguirlo (Gutiérrez-Rubí, 2008a). Este proto-ciudadano tiene una visión de la política propia, y aunque se sienta de izquierdas o de derechas, tiene una perspectiva capaz para no casarse con ningún partido político en particular.

Por su parte, los políticos en todas partes han comenzado a abrir canales autónomos en YouTube donde colgar videos propios en campañas, mítines o mensajes al ciudadano, interpelando así con él en un cara a cara a través de la pantalla del ordenador, una comunicación cercana a la obtenida en televisión, pero mucho más agresiva al mirar al espectador "a los ojos" y con la peculiaridad de que este nuevo espectador puede elegir en qué momento comenzar y terminar la comunicación.

En las próximas páginas hemos seleccionado, dada la importancia y su cuota de penetración entre el público, el caso las Web 2.0: en concreto, la del presidente Obama, como ejemplo perfecto de la nueva política de persuasión en el mundo de la democracia.

La cultura digital: Web 2.0 y redes sociales

La cultura digital es una ola de restablecimiento social (de ahí su empaque político) que conecta con comportamientos cada vez más latentes de nuestra sociedad: el gusto por la creación de información y conocimiento compartido; rechazo al adoctrinamiento ideológico y a las jerarquías piramidales verticales; nuevas formas de relacionarse y sociabilizarse; reconocimiento a los liderazgos que crean valor; sensibilidad y curiosidad por los temas más cotidianos y personales y creatividad latente como motor de innovación.

El software digital ha ido ganando categoría y usuarios, hasta convertirse en algo mucho más amplio: la Web 2.0. Este concepto tiene una trascendencia mucho más vigorosa en cuanto implica una evolución desde un Internet inmaduro (el 1.0), en el que los usuarios se limitaban a navegar pasivamente y de forma distante, hacia otro mucho más avanzado, en la que la participación es activa y heterogénea.

La nueva versión (2.0) de la web propone un entorno participativo, con autores y lectores entremezclados. Propone también a un receptor activo que busca, investiga, enlaza, hiperenlaza, opina, contesta, contrasta y crea contenidos a partir de otros ya existentes.

Según el creador del término 2.0, Tim O'Really (2009):

> Web 2.0 es la Red como plataforma, involucrando todos los dispositivos conectados. Aplicaciones Web 2.0 son las que aprovechan mejor las ventajas de esta plataforma, ofreciendo software como un servicio de actualización continua que mejora en la medida que la cantidad de usuarios aumenta, consumiendo y remezclando datos de diferentes fuentes, incluyendo usuarios individuales, mientras genera sus propios datos en una forma que permite ser remezclado por otros, creando efectos de red a través de una arquitectura de participación y dejando atrás la metáfora de la página del Web 1.0, con el fin de ofrecer experiencias más envolventes al usuario.

Los instrumentos informáticos esgrimidos para reforzar la eficacia de las redes sociales online ("software social") operan en tres ámbitos transversales: *a)* comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos); *b)* comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades); y *c)* cooperación (nos ayudan a hacer cosas conjuntamente) (Caldevilla, 2009, p. 77).

El germen de las redes sociales lo encontramos en Estados Unidos con la creación de www.classmates.com. Randy Conrads pretendía así poder recuperar el contacto entre antiguos compañeros de la infancia y la adolescencia, algo muy del gusto del nuevo usuario social. Pero las posibilidades de este tipo de portales web aún estaban por descubrir, y no es hasta 2002 cuando empieza a brotar un surtido de espacios virtuales promocionando las redes de círculos de amigos

en línea. Estamos, entonces, ante la "era social" comúnmente llamada "Sociedad 2.0".

Algunas de las características de la Web 2.0 son: *a)* ubicuidad: el usuario puede buscar información y acceder a ella desde cualquier lugar donde disponga de una conexión a Internet (frecuentemente inalámbrica); *b)* autoría de contenidos desde el propio usuario: los contenidos generados por los usuarios son un elemento esencial de le Web 2.0 y, en muchos casos, se convierten en su centro neurálgico. Es el caso de portales como YouTube, redes sociales como Facebook y Twitter, bitácoras como Blogger y un largo etcétera; y *c)* virulencia: el cambio de formato fuerza la evolución de los medios publicitarios: la publicidad tradicional pasa a ser difundida por los propios usuarios boca a boca, que hacen circular los productos o servicios de la empresa entre sus círculos de amigos o conocidos a través de los correos electrónicos, blogs personales o redes sociales. Es lo conocido como mercadotecnia 2.0 o *buzz marketing*. Así se consigue mayor implicación, fidelización y creencia por parte del consumidor. El sistema exponencial de interacción hipertextual multiplica la información publicitaria de forma automática.

Esto hace que, consecuentemente, las empresas e instituciones deban cambiar sus relaciones, tanto a nivel productivo como comunicativo, aprovechando los nuevos canales sociales. Con la Web 2.0 el problema o defecto de un producto, la mala calidad de un servicio o la falta de seriedad de un vendedor se difundirá rápidamente (y siempre con más insistencia que la difusión de un elemento positivo) provocando nefastas consecuencias, el diseño de los productos puede concretarse a partir de la opinión de los consumidores (a través de foros, encuestas... lo que reduce el presupuesto de las investigaciones de consumidores) e incluso potenciar redes afines o adictas a productos o servicios, saltándose así las empresas el problema legal de la Ley de Protección de Datos.

Estas ventajas a nivel mercadotécnico, publicitario e informacional no sólo son aprovechadas por internautas, empresas y campañas publicitarias, sino que poco a poco van sirviendo también como una nueva forma de expresar la comunicación política que iremos viendo someramente en este artículo.

Aspectos fundamentales de la política 2.0

El nuevo terreno de juego político no puede someterse únicamente a un servicio web, ni siquiera a una tecnología. La blogosfera es un terreno heterogéneo que implica docenas de herramientas "sociales". Un buen ejemplo para explicar los procesos que estamos viviendo es el blog en su interacción con las cadenas de correos y los SMS. Es importante recordar que las herramientas no son el epicentro de los cambios futuros, aunque condicionen su contenido a través de las formas de comunicación que permiten.

El más importante de todos estos fenómenos es, sin duda, el que constituyen las redes sociales como espacios deliberativos monumentales: redes de usuarios que, gracias fundamentalmente a Internet, forman su interacción de acuerdo con una topología distribuida que hace prácticamente inviable filtrar los mensajes y el debate que se produce en su seno.

De su impacto más profundo en política sólo estamos ante la punta del iceberg: nuevas formas de movilización, liderazgo y retórica; nuevas formas de planteamiento en las campañas electorales; un lugar diferente y nuevas obligaciones para los partidos políticos. Por encima, podemos decir que estamos ante una nueva forma de hacer y pensar la política, que entiende la importancia de la conversación, la interacción social y el cambio cultural hacia el soporte virtual como quehaceres al menos tan importantes como el ejercicio de la Administración.

Principales canales

El entorno participativo en sí mismo no es signo de éxito político. Hace falta aunar una buena planificación de medios y gestión de estos para obtener resultados satisfactorios. No basta con abrir un perfil en un par de redes sociales y dedicarse a recolectar amigos (yo quiero tener un millón de amigos...) como si de hortalizas se tratara. Cada red social tiene unas pautas de conducta y una forma de comunicación propia y es necesario conocerlas, comprenderlas y ejecutarlas para poder sacar

provecho de estas herramientas comunicativas. La comunicación 1.0 (o tradicional) se caracterizaba por su verticalidad y unidireccionalidad, mientras que la 2.0 se caracteriza por la horizontalidad y la bidireccionalidad. Como hemos indicado, la Web 2.0 pone en relación al creador de contenidos y al usuario de forma directa. Esto ofrece una gran oportunidad a los políticos: pueden darse a conocer y, a su vez, saber en primera persona y de forma automática lo que opinan los electores de sus decisiones políticas, además de tener multitud de herramientas para difundir su mensaje de manera fácil y efectiva. No todos los mensajes son aplicables a todos los canales y es de sobra conocido que hay fórmulas comunicativas mucho más efectivas que otras para hacer llegar un determinado contenido informativo.

Como punto de partida de este "manual del buen uso político 2.0", para una comunicación social eficaz hace falta poner en marcha cuatro mecanismos comunicativos básicos:

1. *Bitácora*. Los blogs son herramientas personales, intuitivas y sencillas de publicación que, al extenderse, han permitido el origen del primer gran medio de comunicación distribuido: la blogósfera, un ambiente comunicativo e informativo en el que se reproducen los presupuestos, las condiciones y los resultados del universo pluriárquico. Como en casi toda iniciativa web, sea empresarial, política, personal, institucional o de cualquier otra índole medianamente formal, se ha de contar con un blog que transmita seriedad, sinceridad, cercanía, implicación, determinación y transparencia. Es de vital importancia que sea escrito por el mismo político y que se hable en él de temas actuales, tratando de explicar la postura de su partido o la suya personal de manera clara, concisa y sin dar rodeos. Un buen ejemplo a seguir es seleccionar un par de noticias a la semana y dar opinión sobre ellas abiertamente. El resultado es el de una entrevista en cualquier medio, con la diferencia de que el entrevistado decide qué quiere contar. Como medio de comunicación entre el candidato y los electores, conviene que se preste una cuidada atención a los comentarios de los lectores tanto

si son favorables como si son críticas; también hay que llevar a cabo una moderación en la que no se permitan comentarios "políticamente incorrectos" que ensombrezcan la calidad de la bitácora. Tener un blog no significa escribir un par de entradas en periodo electoral, significa un esfuerzo personal extra por mantener contenidos de interés general actualizados.

2. *Red Social*. La figura del candidato en Internet no consiste en crear un perfil de Facebook, Twitter o de cualquier otra red social y emprender la Carrera de hacerse con el mayor número de "amigos simpatizantes". No hay que ponderar la importancia de una figura política según la cantidad de seguidores que tenga en una red social. Esta herramienta es útil solamente si se usa como medio de comunicación alternativo, no como una encuesta de afiliación ciudadana.
3. *Microblogging*. El mejor aliado en estos casos es una cuenta en Twitter. Este tipo de red social cuenta con un apartado propio por sus características. En él es muy importante una actualización continua por parte del candidato para que resulte efectiva.
4. *Video*. Es un canal muy utilizado por su cercanía a los medios tradicionales televisivos en el que la bidireccionalidad no es tan latente. La penetración de la banda ancha en todo el mundo va estrechamente relacionada con el crecimiento de la utilización del vídeo como herramienta de *marketing online* (sea de la índole que sea). Está claro que si un partido político no cuenta con videos como herramienta comunicativa, estará gravemente en desventaja respecto al resto. En la actualidad y a nivel global, el 52 por ciento de todo el tráfico en Internet es para ver videos en línea. YouTube es el responsable del 12 por ciento de todo el tráfico de Internet y, según el *New York Times*, más del 70 por ciento de todos los que visitan un sitio web pinchan sobre los vídeos que éste contiene para verlo (superior a la tasa de clics logrados con *banners* de publicidad). Los datos no mienten: el vídeo es la mejor forma para capturar la atención de los internautas. El impacto visual que produce en la comprensión intuitiva del usuario es mayor y más efectiva que

la de los mensajes de texto en Internet, los medios impresos o de radio. A todo ello hay que sumar que, en tiempos de crisis, la publicación de vídeos en Internet tiene un coste menor que en los medios tradicionales. Es por tanto recomendable que un equipo técnico grabe las intervenciones del candidato en mítines y entrevistas y las ponga "on demand" de los electores por medio de YouTube u otros portales de vídeo para poder ser reproducido a la carta desde cualquier ordenador en cualquier momento. Respetando las claves de Internet (brevedad, calidad y pertinencia) puede ser un gran aliado en las campañas políticas. De hecho, en España todos los partidos políticos están presentes de una forma en estos canales.

Principios básicos

Como hemos visto, se trata de aunar el mundo político y del gobierno con los principios que infunde la Web 2.0 y que antes señalábamos: la transparencia, la apertura y la colaboración.

Resultan altamente interesantes las ideas que, inspiradas según su propio autor en el Manifiesto Cluetrain (considerado por muchos como la Biblia del Web 2.0), recoge José Antonio del Moral (2006) en su bitácora y que reproducimos a continuación: *1)* la democracia es un diálogo; *2)* desde hace 50 años, los políticos se han acostumbrado a comunicar a través de los medios de masas; *3)* la utilización de estos medios de masas ha impuesto un modelo dominante de comunicación vertical: impersonal, largo, homogéneo y unidireccional; *4)* cada nuevo medio genera sus propias reglas de comunicación (en los años setenta, Nixon, Chaban-Delmas y Miterrand se han dado cuenta de ello: los tres han perdido elecciones por no utilizar correctamente la televisión); *5)* El juego político consiste en enviar información de un punto a una audiencia (es el modelo de comunicación tradicional, que sigue los principios del telégrafo: un emisor envía un mensaje a un receptor con la esperanza de influirle); *6)* en la Red se produce una situación inédita: el receptor ignora el mensaje, tiene el control de

lo que quiere escuchar y no hará caso salvo que tenga la impresión de que el emisor se dirige a él como individuo; *7)* Internet promete un sistema de información abierto que permite a todos contrastar la información con otras fuentes; *8)* el medio Internet permite hablar a todos dirigiéndose de manera personal a cada uno; *9)* una regla básica de la comunicación política es mantener el control del mensaje; *10)* pero ya no es posible controlar el mensaje; *11)* las técnicas clásicas de la comunicación política (gestión de la información, comunicación televisiva, relaciones públicas) empiezan a sufrir la presión de los nuevos medios; *12)* utilizando la Red no evitamos a los medios sino que los multiplicamos (cada internauta se convierte en una posible fuente de opinión); *13)* más importante que Internet son las comunidades que Internet estructura (en esta realidad radican al mismo tiempo la fuerza y la complejidad del medio); *14)* los políticos tienen razones para tener miedo a Internet si no son capaces de integrar la interactividad y las reglas del medio; *15)* la Red permite afrontar el tipo de diálogo al que la democracia representativa aspiraba desde siempre; *16)* los individuos pueden ahora encontrar medios para hacerse oír (es lo que se conoce como "vigilancia activa"); *17)* el medio favorece el humor: las parodias circulan más rápido que las doctrinas; *18)* la política en la edad de la Red significa que la gente se hace más organizada e inteligente colectivamente; *19)* la red facilita el acceso a la información y el paso a la acción; y *20)* si ciudadanos y partidos empiezan a participar en este nuevo medio, Internet hará germinar las condiciones de una nueva práctica democrática.

Estos principios, creados en 2006 pero de patente actualidad, resumen todo lo comentado anteriormente sobre los cambios comunicativos dependiendo del formato. Sin embargo, la Web 2.0 tiene muchas implicaciones que no han sido recogidas. La primera es la supresión de intermediarios entre políticos y ciudadanos (apartando así a los medios de comunicación de masas tan influidos políticamente). Esto crea una paradoja: los consumidores de información de cierto periódico, canal de televisión o emisora de radio que buscan los contenidos dependiendo del color político del medio y que rechazan los que no son afines pueden acceder a

otros tipos de información sin mediatizar. Es decir, informarse de primera mano con los protagonistas, sin redactores ni directores de informativos de por medio. La segunda consecuencia es la posibilidad de que los ciudadanos se organicen por sí mismos al margen de los partidos o que colaboren en la labor administrativa o disponibilidad de herramientas para que el resto de ciudadanos controlen constantemente la actividad de sus representantes. Nos referimos a videos colgados por usuarios de Internet de encuentros o charlas políticas a las que han asistido, referencias en primera persona de eventos en los que ha participado cierta figura... La tercera es que los responsables políticos tienen una mayor responsabilidad en todos sus actos, ya que van a ser "vigilados" por un mayor número de personas afines o no a su inclinación política.

Transversalidad y receptividad

La comunicación política se puede estructurar en torno a dos ejes básicos: transversalidad y receptividad. Por transversalidad se entiende un modelo de organización entre los llamados ciberactivistas que se aleje del modelo de militante.

Los debates, la relación entre ciudadano y partido ya no se organizaría en función de a qué partido político pertenece uno, sino a partir de la causa concreta que uno persigue; es decir, no importa tanto el color sino la causa que se persiga.

Por receptividad se quiere indicar la tendencia a considerar y adoptar los avances que ofrece la red frente al miedo existente anteriormente a las nuevas tecnologías. Ciertamente, aún existen recelos y sospechas, especialmente por la parte que refiere a la comunicación interna del partido, pero poco a poco se va intuyendo la capacidad de cambio, la vitalidad que las redes digitales ofrecen. Igualmente, las organizaciones políticas son cada vez más conscientes de que las nuevas generaciones son generaciones para las que Internet no es un medio de comunicación más, sino el más importante:

> Son jóvenes entre 15 y 30 años, una generación que ha crecido en un contexto marcado por las innovaciones tecnológicas. El 90 por ciento usa Internet, el 60 por ciento no se imagina la vida sin ella y casi la mitad se pasa, al menos, 20 horas a la semana "conectado". Criados en una época de prosperidad y con una abundancia de conocimiento que les da poder, se distinguen por el cuestionamiento de la autoridad y las actitudes muy críticas (Gutiérrez-Rubí, 2008b).

Saberse comunicar con ellos con su propio lenguaje y sus propias herramientas es simplemente vital para crear un nicho de nuevas generaciones de votantes.

Redes como fuente de información electoral

La creación de un perfil social dentro de la red implica, sin darnos cuenta, la cesión de una gran cantidad de información que, bien utilizada, puede servir a las empresas (y en nuestro caso a los partidos políticos) como una gran base de datos de gran valor económico.

Cuestiones como el estado civil, las preferencias sexuales, la edad, el lugar de residencia, las creencias religiosas y políticas, las preferencias de ocio, el tipo de estudios, el lugar de trabajo, el currículum profesional, el correo electrónico son contestadas por los usuarios a la hora de crear un perfil dentro de redes sociales como Facebook o Twitter.

Esas cuestiones pueden ser utilizadas por cualquiera que se adentre (legalmente o ilegalmente) en las redes, con el fin de crear una serie de grupos de personas con perfiles idénticos a los cuales hacer llegar el mensaje adecuado.

Aparte de los datos otorgados gratuitamente al servidor en la creación del perfil, los cambios de estado, el número de amigos, el perfil de estos amigos, los grupos a los que se pertenece, las *fanpages* de las que se forma parte, las aplicaciones que se utilizan y las fotografías y los videos aportan una información cruzada que enriquece mucho más el perfil del usuario y que resulta mucho más atrayente para la segmentación de mercados.

Todo ello da lugar a que la política de privacidad de las redes sociales sea altamente cuestionada por abogados y defensores de la propiedad intelectual. No obstante, el usuario es el que elige a fin de cuentas qué datos introducir dentro de estas redes y cada día es más consciente de qué repercusiones pueden tener estos datos. Sea como fuere, cualquier usuario dentro de una red social puede de forma legal ver multitud de perfiles públicos capaces de otorgarle una información valiosa con finalidad comercial.

Los partidos políticos no se han quedado atrás en el carro de la obtención de datos fáciles y gratuitos, creando rápidamente su perfil institucional al cual anexionar "amigos" que, conscientemente o no, ceden esa fuente valiosa de información a los dirigentes de la clase política.

De ello resulta que las campañas de afiliación, gracias a esta segmentación de "mercado", son mucho más directas y precisas que sus predecesoras y conforman una nueva manera de mercadotecnia electoral, ampliando exponencialmente el número de comunicaciones eficaces hacia los posibles votantes.

Comunicaciones por mail, mensajes cortos a móviles, llamadas a determinados números generados en una base de datos, elaboración de aplicaciones con fines electorales, creación de eventos masivos (mítines, movilizaciones, huelgas, protestas...), *mailings* personalizados y mapas de influencia política son sólo una muestra de todas las posibilidades que aporta la inserción de los partidos políticos e instituciones dentro de la red social.

Una campaña digital exitosa

Con motivo de las últimas elecciones estadounidenses, el Presidente Barack Obama se ha convertido en el paradigma de la política 2.0. La clave principal del éxito de toda su campaña ha sido la explotación de las nuevas tecnologías digitales y sociales en cada una de las prácticas comunicativas empleadas en su candidatura. Todo ello se concreta en el *marketing* en línea y viral que está experimentando un desarrollo veloz estos últimos años y que es fruto de numerosos

estudios y análisis empresariales como nuevo modelo publicitario en estos tiempos de crisis. Dicho modelo permite hacer un seguimiento del comportamiento de los votantes muy actualizado, lo que resulta de gran interés para poder conocer quiénes son los miembros más activos y rentables dentro de la red.

Sin darse cuenta, miles de estadounidenses afiliados a una red social expusieron sus datos ideológicos, sus preferencias, sus creencias, su situación laboral y sentimental y otros muchos cientos de datos que, utilizados con maestría, dieron con el perfil del votante que Obama perseguía para su victoria.

Según mi análisis, las claves del éxito de la campaña comunicacional se fundamentaron en siete pilares apoyados mayoritariamente en la sabia utilización de las nuevas tecnologías y medios de comunicación de masas: *1)* creación de Web personal: permite dar una información continua y actualizada de las novedades de la campaña (www.BarackObama.com); *2)* puerta a puerta: mediante un mapa de optimización del recorrido, los voluntarios visitan casa por casa a potenciales votantes para terminar de convencerlos; *3)* llamadas telefónicas a terminales escogidas de diversas bases de datos, adquiridas, mayoritariamente, por cuestionarios digitales; *4)* envío de SMS, con diversos contenidos: alertas para recordar la fecha de votación, información sobre los sondeos electorales, citas de campaña, información del programa electoral (la noticia de que Hillary Clinton sería la vicepresidenta de Obama se envió por mensaje de texto a más de tres millones de personas); *5)* envío de correos personalizados: *mailing* personalizado, según las últimas tendencias de marketing directo (a través de los datos sobre lugar de residencia, perfil de los ciudadanos y tendencias de voto se definía el contenido del correo); *6) fundraising*: cualquier herramienta es válida para el reclamo de donaciones; de hecho, más del 70 por ciento del presupuesto de campaña fue financiada por donaciones voluntarias de menos de 50 dólares cada una, aunque el proceso inicial comenzara con el todopoderoso lobby judío, apostando de firme y con dólares por el entonces simple candidato a las primarias demócratas; y *7)* creación de base de datos: gracias a los voluntarios que se sumaron a la campaña

del "Yes We Can", tanto por la web oficial como por la cuenta en Facebook se pudo generar una base de datos bastante completa. Con estos números se pudo definir el perfil de los votantes activistas de Obama y aplicarlo al resto de técnicas citadas (*mailing*, *fundraising*, SMS, mapa de recorrido puerta a puerta...) (Caldevilla, 2009, p. 78).

Los líderes carismáticos necesitan expresar públicamente su confianza en la capacidad de sus seguidores para satisfacer las expectativas de altos rendimientos. Este punto es de gran importancia, ya que es más probable que los acólitos se esfuercen por conseguir objetivos difíciles si están persuadidos de que pueden lograr lo que se espera de ellos (Caldevilla, 2004).

El ciberactivismo

El ciberactivismo hoy se basa en el desarrollo de tres vías:

1. *Discurso*. Los nuevos discursos en red toman como punto de partida los comentarios de individuos o pequeños grupos que expresan su realidad con voluntad, imaginación e ingenio. No imponen una jerarquía de valores rígida, sino que proponen cauces de una cierta manera de mirar la sociedad, un estilo de vida que será el verdadero aglutinador en la red. Lleva implícito un fuerte componente identificativo que facilita la comunicación entre pares desconocidos sin que sea necesaria la medición de un centro, es decir, asegura el carácter distribuido de la red y, por tanto, su robustez de conjunto. En política, la autoría de los comentarios es crucial a la hora de llevar a cabo movimientos reguladores del estilo de vida y crear un vínculo de identificación con el votante que se "sienta" de cierto color político, lo que hace que los mensajes sean más fácilmente propagables a través de los activistas y futuros electores.
2. *Herramientas*. El ciberactivismo potencia el individuo para generar consensos y trasladar ideas en una red mercantilizada. La idea es desarrollar herramientas y ponerlas a disposición públi-

ca. Las herramientas no son neutrales. Desde archivos descargables para hacer plantillas, volantes y camisetas, *newsletters* o creación de pancartas, hasta *software* libre para hacer y federar blogs.

3. *Visibilidad*. Las herramientas tienen que estar pensadas para que la gente, mediante pequeños gestos, pueda reconocerse en otros como ellos. La visibilidad del disenso, la ruptura de la pasividad es la culminación de la estrategia 2.0. La visibilidad es algo por lo que hay que luchar permanentemente. Primero *online* y luego *offline*. La visibilidad, y por tanto la autoconfianza del número, la información y las ideas se propagan por medio de un número de personas que crece exponencialmente. De ahí la importancia simbólica y real de las manifestaciones espontáneas convocadas mediante el "pásalo", blog a blog, boca a boca y SMS a SMS. Un ciberactivista es alguien que utiliza Internet, y sobre todo la blogosfera, para difundir un discurso y poner a disposición pública herramientas que devuelvan a las personas el poder y la visibilidad.

En suma, podríamos definir "ciberactivismo" como:

> Toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del "boca a boca" multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal (Ugarte, 2007).

El ciberactivismo no es, como comúnmente se piensa, una técnica, sino una estrategia. El ciberactivismo se produce cuando existen publicaciones en la red (en un blog o en un foro) cuya finalidad es que las personas que lo leen avisen a otras por medio de hipervínculos en sus propios blogs, recomendándoles la lectura por otros medios y también cuando enviamos un e-mail o un mensaje de texto a otras personas con la esperanza de que se difunda a través de su lista de contactos. Por eso el ciberactivismo se da en numerosas

circunstancias, muchas de ellas sin intención, y es una herramienta que se prevé que será útil y frecuente en las futuras campañas electorales de la mayoría de los partidos políticos.

Las aplicaciones del ciberactivismo son abundantes y podemos destacar a algunas personas que practican esta técnica, como son: el escritor que quiere promocionar su libro, el activista social que quiere convertir un problema invisible en un debate social, la pequeña empresa con un producto innovador que no puede llegar a su clientela y, por supuesto, el militante político que quiere defender sus ideas.

Hay dos modelos básicos de ciberactivismo; es decir, dos formas de estrategia con las que se afronta esta técnica desde el punto de vista político. La primera es la lógica de la campaña electoral, que engloba, entre otras, las siguientes tareas: la construcción de un centro social con el fin de albergar la sede principal del partido, las propuestas de las acciones a realizar durante la campaña y la difusión de los ideales de la organización. La segunda es iniciar un gran debate social distribuido, con consecuencias difícilmente previsibles de entrada.

Anteriormente hemos definido cómo debe ser, en general, el perfil del ciberactivista y sus características principales, que son, como acabamos de ver, discurso, herramientas y visibilidad. Es por ello que el modelo de ciberactivismo más habitual es el que busca la adhesión a una campaña cuyos objetivos y medios han sido diseñados estratégicamente con anterioridad por un nodo organizador.

Por regla general, en este tipo de procesos la claridad y la accesibilidad de la información son dos piezas fundamentales. Para el mayor impacto de esta técnica es verdaderamente necesario ante todo un por qué, un qué y un a quién: "por qué" hay que movilizarse, "qué" hay que reivindicar en respuesta y "frente a quién" hay que hacerlo.

Esto, a su vez, obliga a cuidar una serie de elementos necesarios para el correcto entendimiento del mensaje:

1. *Información*. Debemos partir de unos datos exhaustivos, recoger todos los argumentos a favor y en contra de nuestra postura y ponerlos a disposición de todo el público.

2. *Discurso*. Debemos resumir en un par de líneas por qué un posible elector o un militante deberían movilizarse. En muchos casos vamos a dirigirnos al conjunto de la sociedad con derecho a voto para pedirles que reaccionen ante algo que posiblemente no conocen, pero en el caso de que si lo conocieran probablemente tampoco les resultaría de gran interés. Un hándicap al que se afrentan los partidos políticos es la falta de tiempo disponible y las pocas oportunidades para convencer a los electores potenciales, lo que significa que deberán de afinar y resaltar la claridad en todos los mensajes que expresen, así como maximizar la transferencia y el flujo de información. Es necesario que los objetivos sean evidentes, así como los medios y las causas de los mismos. Si los votantes no tienen claro cuál es la intención del mensaje, no podrán transmitirlo ni explicárselo a otros, aunque realmente ésa sea su intención. Hay que conseguir que, aun siendo corto y claro, esté lo suficientemente matizado como para que no sea ni un panfleto ni una proclama del fin del mundo. El mensaje apocalíptico es una falsa tentación, así como también lo son los ataques continuos entre líderes políticos. Si el mensaje se articula bien, puede alarmar lo suficiente a los demás como para hacer que se impliquen con la causa; pero ¿y si, por ejemplo, nos enfrentamos a un proyecto de ley y finalmente éste sale adelante? Es probable que al día siguiente de su aplicación no suceda todo de la misma manera a lo que sería un 1984 orwelliano, pero seguramente las cosas se tornarían más difíciles para los objetivos que persigue el partido y sería por tanto más necesario que nunca la creación de opinión y la movilización de un gran número de personas. Sin embargo, si se vende que la no retirada del proyecto equivale al fin del mundo, seguramente se pierda lo más valioso, el ánimo de las personas que participaron y colaboraron en la campaña, así como también se pierde su confianza en las perspectivas abiertas por sus propias acciones.
3. *Escoger los destinatarios de la comunicación*. Como advertimos anteriormente, es muy necesario definir bien el nicho de población al que va dirigido nuestro discurso. En el juego político

hay que dejar claro quiénes son los "buenos" para el partido, y los "malos"; es decir, ante quién reivindicar los derechos y a quién atribuir el descontento ante una mala acción. Otro de los puntos básicos es definir qué pretendemos de aquellos a los que nos dirigimos. ¿Basta con el voto o necesitamos que a su vez movilicen a otros muchos posibles votantes? ¿A quién tenemos que convencer con nuestros argumentos? Una buena táctica a emplear es plantearse objetivos alcanzables, ya que de lo contrario lo que se conseguiría es una desmoralización de aquellos que han participado y se han ilusionado con los resultados.

4. *Elaboración de herramientas*. Las aplicaciones son fundamentales, y hay que facilitar que cada usuario que ingrese en relación con la campaña pueda reproducirla, en su red social o en su bitácora personal, sin intermediarios de ningún tipo. Se trata en primer término de mostrar la información: esto es, elaborar una pequeña selección de enlaces sobre "qué es" y "por qué nos afecta" lo que se promulga. Esto puede ampliarse mediante otras formas de llegar a los electores, como puede ser el uso de e-mails y envío de mensajes de texto, la publicación de carteles en formato electrónico para así facilitar que los votantes los puedan imprimir y fotocopiar, la implementación de banners que se puedan incorporar a los blogs personales, etc. Es importante que los logos y el resto de los materiales utilizados sean de la campaña electoral en curso, no del partido político, del grupo, de la empresa o del blog desde el que se publica. De esta forma se facilita que otros nodos asuman la campaña electoral como si fuera la suya propia simplemente insertando los materiales en su blog o web, sin tener que proporcionar referencia alguna. Si de verdad se quiere propagar una idea política, no debería resultar molesto en absoluto que esto suceda; todo lo contrario, no hay mejor augurio de que una campaña electoral se realiza de una manera correcta. Es más, los motivos y enseñas se deben poder reproducir con facilidad y personalizarse de acuerdo con los intereses de cada cual; por ejemplo, cuando

se trata de crear el logo de un colectivo de estudiantes, de un sindicato, de una asociación vecinal o de un club de fútbol. De entrada, todos los nodos y todas las subredes pueden resultar de interés; no se tiene que temer que la campaña sea co-firmada por muchos, puesto que, cuanto más personalizada sea la comunicación, más fiable será.

5. *Visibilidad*. El primer elemento para obtener una correcta visibilidad ya se ha tratado en este artículo. Se puede añadir también la posibilidad de un "contador", esto es, un sitio donde de alguna manera se pueda recolectar un censo de las personas que se han adherido a la campaña o un diario de la manera en que se expande la misma. Para esta finalidad un blog puede ser una buena solución, y con ello se consigue aumentar el ánimo de los electores, ya que pueden ver la campaña crecer desde sus inicios. Por otro lado, hay nodos en la Red que están a mitad camino entre la propia Red y la comunicación en radiodifusión: radios comunitarias y emisoras online, periódicos electrónicos, periodistas con blog, etcétera. Si se desea convertir estos medios en un nodo muy activo y hacer que nos abra terrenos y perspectivas nuevas para la campaña, puede ser una buena idea enviarles un email con un pequeño dossier y la documentación necesaria. Siguiendo esta idea, es necesario hacer una convocatoria para que toda aquella persona que pueda y se anime envíe a la prensa artículos de opinión y cartas al director, especialmente a la local, ya que es la más leída en nuestro país (y en la mayoría). Se pueden enviar dossiers similares a los que se preparan para la prensa en formato electrónico (básicamente un e-mail con enlaces y una explicación clara de la campaña) a columnistas regulares y periodistas de medios locales que se conozca que están particularmente sensibilizados e implicados con estos temas. En campañas previas a la aparición de estas nuevas tecnologías, el partido generaría un *mailing* bastante impersonal que enviaría a personas obtenidas de una base de datos. En Internet y con las nuevas formas de comunicación que genera la red, se trata de que los propios militantes y elec-

tores se conviertan en los agentes activos de la campaña, los que transmitan la información a sus contactos y conocidos más cercanos. Así es bastante probable que se aumenten los artículos, y las intervenciones en la radio local, de militantes y nuevos electores que simpaticen con la campaña debido a que muchas de las personas a las que les reenvíen la información los receptores originales estarán en situación de colaborar. Este punto se resume en que cada militante aporte algo para mejorar la visibilidad y expansión de la campaña, utilizando su agenda, sus contactos, su red social personal, agregándose a la de los demás, y de este modo se forme un potente medio de comunicación y una excelente herramienta de acción colectiva sin intermediarios.

Otro tipo de acción es aquella en la que no existe un antagonista. Es posible que nuestro objetivo sea solamente la transmisión del mensaje, la conversión de una historia o la expresión de un eslogan. Estaríamos por tanto ante una campaña de "marketing viral", donde lo que se pretende es simplemente que el receptor se convierta en altavoz para otros receptores; o, enunciado de otro modo, que el lector se convierta en lectoautor para el resto de la audiencia, como apuntábamos al principio de este artículo. Pero incluso en estas campañas que podríamos definir como "informativas", es muy probable que pidamos algo más: que participe en el debate de un texto refundable (y, por tanto, que lo busque y que lo lea), que envíe una carta de protesta a una institución o se manifieste frente a ella o que investigue por su cuenta sobre el cambio climático, por ejemplo. Da igual: debemos pedirle que haga algo asequible para él, explicándole claramente por qué si son muchos los que se suman puede cambiar algo contextualmente.

Breve conclusión

Tras nuestro pequeño análisis, no cabe duda que la Web 2.0 empieza a revolucionar todos los sectores de la sociedad digital en la que

vivimos, desde el más tradicional, como puede ser la política, al más revulsivo. Esto tiene como consecuencia que los partidos políticos, en colaboración con las universidades, deberán estudiar este fenómeno a fondo para utilizar esta herramienta como uno de los pilares básicos de cara a las futuras elecciones generales. No creo, por tanto, que la política digital sea una mera moda. Como recoge Méndiz (2007), el concepto novedad, por tanto, no reside tanto "en la naturaleza de los propios formatos como en el uso que de ellos se hace". La postura es clara, la revolución político-digital está cerca, sólo el futuro nos dejará entrever cuáles serán sus consecuencias.

Referencias

AA.VV. (2009), "La Sociedad en Red 2009", Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información a través del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONTSI) [ontsi.red.es/informes-anuales/articles/id /3779/ informe-anual-2008-edicion-2009.html].

Caldevilla Domínguez, D. (2004), "Las elecciones del 2009 y el liderazgo", *Vivat Academia*, núm. 54, abril [www2.uah.es/ vivatacademia/anteriores/n54/socie dad.htm].

Caldevilla Domínguez, D. (2009), "Los medios digitales en la comunicación política del nuevo presidente de Estados Unidos", ponencia publicada en las actas de IX Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y Administración (AECPA), Universidad de Málaga.

Gutiérrez-Rubí, A. (2008a), "El nacimiento del ciberactivismo político" *El País digital*, 22 de junio [www.elpais.com/ articulo/opinion/nacimiento/ciberactivismo/político/elpep uopi/20080622elpepiopi_13/Tes].

Gutiérrez-Rubí, A. (2008b): "La crisis y la generación Y", *Cinco Días Edición Digital*, 19 de agosto [www.cincodias.com/articulo/ opinion/crisisGeneracion/20080819cdscdiopi _6/ cdsopi/].

Jiménez, R. (2009), "Prohibido ´twittear´ desde la Comisión de

Investigación de Madrid", *El País Digital*, [www.elpais.com/articulo/Internet/Prohibido/twittear/comisión/inv estigacion/Madrid/elpeputec/20090304elpepunet_3/Tes].

Méndiz, A. (2007), *Nuevas formas publicitarias. Patrocinio, product placement y publicidad en Internet*, Málaga, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga.

Moral, J. A. Del (2006), "Los principios de la política 2.0", en Blogs Alianzo [blogs.alianzo .com/redessociales/2006/02/21/los-principios-de-la-politica-2-0].

Moreno, I. (2001), "Genoma digital", *Anàlisi*, núm. 27, Barcelona [www.bib.uab.es/pub/ analisi/021121 75n27p101.pdf].

O'Really, T. (2009), "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software" [oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html].

Ugarte, D. (2007), *El poder de las redes*, Barcelona, El Cobre.

7

Los rebeldes del presente: la acción en la era de la Web 2.0*

Benjamín Arditi

Insurgencias como la Primavera Árabe, los indignados españoles del 15M, #YoSoy132 y más recientemente las protestas por la desaparición de 43 estudiantes en Ayotzinapa, México, pueden ser vistas como respuestas a crisis económicas y políticas, pero también como síntomas de un desplazamiento en las maneras de ver, hacer y ser juntos. Algunos de los activistas que participan en estas insurgencias vienen de organizaciones sociales y sindicales, pero muchos de ellos son "desorganizados" que usan las redes sociales para reducir el costo de acceso a la esfera pública, socializar información y coordinar acciones en el ciberespacio o en las calles en tiempo real. Desconfían de los partidos y los políticos profesionales. No es que estos o las organizaciones y movimientos sociales se hayan vuelto obsoletos, sino que otros modos de conectar a la gente entre sí adquieren fuerza para coordinar acciones.

---

* Una primera versión de este ensayo se publicó como Documento de Trabajo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM (agosto de 2015). Se reproduce aquí con autorización del autor.

Para pensadores como Antonio Negri y Michael Hardt (2012) así como Paolo Virno (2003) lo anterior es una constatación del surgimiento de la multitud, un sujeto político sui generis dado que se define a sí mismo como un conjunto de singularidades que subsisten como tales en la esfera pública sin generar un "uno" por encima de esas singularidades. Hay algo de esto en las insurgencias del presente, pero la idea de la multitud también se asocia con un éxodo del Estado y la representación política, además de que es renuente a pensar el momento de negatividad de las oposiciones que generan bandos contrapuestos y figuras de lo "uno". Mi lectura se desmarca de la de la multitud en la medida en que no excluye las relaciones antagónicas entre colectivos de nosotros y ellos, y tampoco concibe al Estado o la conformación de un "uno" como lastre para una política transformadora. La denomino conectividad viral o distribuida, un modo de acción siempre impuro que se mezcla con otros en un proceso de experimentación práctica sin fin. Florece en la intersección entre el espacio físico de calles, plazas e instituciones por un lado y, por el otro, el virtual de las redes sociales que sirven para convocar y coordinar acciones colectivas. Operamos ya en un escenario de acción multimodal en el que las redes son un facilitador del cambio y no el sucedáneo o nuevo terreno en el que éste ocurre.

Mi punto de partida para elaborar esta lectura del presente es una frase utilizada por el presidente ecuatoriano Rafael Correa: "América Latina y el Ecuador no están viviendo una época de cambios, están viviendo un verdadero cambio de época." La frase sirve para abrir una discusión acerca de cómo entender un cambio político y el sentido del mismo. Descarto la lectura jacobino-leninista de cambio como ruptura sin residuos (el esquema de insurrección, derrocamiento y refundación total del orden) y opto por verlo como devenir otro de la política.

En este devenir-otro se desplazan los mapas cognitivos a través de los cuales pensamos la acción colectiva. En vez de circunscribirla a partidos y movimientos, incluimos ahora a colectivos evanescentes o circunstanciales que generan espacio público e intentan cambiar el statu quo. Las redes sociales son parte de esto. Funcionan como medio de organización para acceder a la esfera pública sin necesidad

de contar con organizaciones pre-existentes con reconocimiento jurídico o validación electoral. El devenir-otro nos arroja en un presente post-liberal, sólo que, a diferencia de una visión jacobina, no concibe el convertirnos en otra cosa como un abandono de lo que estamos dejando de ser: el prefijo "post-" del escenario post-liberal no rompe con la representación política que heredamos de la democracia liberal, sino que reconoce que la política se desenvuelve en un escenario más complejo que incluye pero transciende el marco liberal. Se experimenta con formas asamblearias de la democracia y con modos no electorales de empoderamiento sin abandonar a la ciudadanía electoral.

El segundo tema que examino es el desplazamiento de la visión habitual de la gobernanza. Para la literatura, los socios del gobierno son actores ya constituidos y reconocidos: ONG, especialistas del mundo académico, grupos empresariales, etc. Pero el espacio multimodal, esto es, físico y digital, incluye también a una gama de *stakeholders* o actores interesados que se hacen presentes en el espacio público a pesar de no contar con una existencia jurídico-política. Para usar un oxímoron, son agrupaciones o colectivos de gente desorganizada. #YoSoy132 en México es un ejemplo de esto: se convirtió en interlocutor de los participantes en la campaña presidencial de 2012 a tal punto de ser anfitriones del primer debate público entre 3 de los 4 candidatos. Hoy los *stakeholders* son también comunidades de acción transitorias que generan un esquema de gobernanza *ad hoc*.

Luego analizo el impacto de las redes sociales sobre la política mediante un paralelo con el trabajo de Marshall McLuhan sobre medios de comunicación: a las redes sociales la máxima de que el medio es el mensaje le calza como anillo al dedo. Esto se debe a que la Web 2.0 y los instrumentos de acceso a ellas han ido modificando nuestra manera de comunicarnos y articularnos entre nosotros. Son parte de nuestro "exocerebro", un término que Roger Bartra usa para describir a un soporte simbólico externo.

De ahí procedo a examinar cómo las redes abaratan el costo de acceso en la esfera pública, aumentan la densidad comunicacional, reduce los riesgos personales de la participación, hace que la información circule a velocidades vertiginosas y que el esquema de

acciones/respuestas sea igualmente veloz, sirve para empoderar para exigir rendición de cuentas de las autoridades y genera un lugar de enunciación política novedoso, el del *espectactor*. Este neologismo fue acuñado por Augusto Boal para repensar la relación entre actores y público en el teatro. Lo adapto para las acciones generadas a través de las redes ya que en ellas los espectadores también actúan, subvirtiendo y redefiniendo la escisión entre quienes hacen y quienes observan.

En las dos últimas secciones propongo un modelo para visualizar la manera en que se ensamblan colectivos y cómo se comunican entre sí estos actores ad hoc que están poblando el escenario post-liberal de la política. Esto se puede desarrollar a partir del rizoma o sistema de entradas múltiples sin un centro fijo de Gilles Deleuze y Félix Guattari. Es la visión más filosófico-política de los colectivos evanescentes del presente. La multitud es básicamente un rizoma. Otra vertiente, que es la que uso aquí, es la noción de comunicación distribuida de Paul Baran. Como en los rizomas, la coordinación del conjunto no depende de un centro pues cada nodo funciona como unidad de comando y control. Voy a introducir algunas modificaciones en el esquema de Baran para desarrollar una imagen de pensamiento de la conectividad viral en las manifestaciones políticas recientes. También me servirá para generar una figura de sociedad que no prescinde, pero tampoco depende de una topografía tradicional que distribuye actores y espacios de interacción de acuerdo con la fórmula tripartita de Estado, sistema político y sociedad civil. En vez de una topografía de niveles tendremos una cartografía de ámbitos de acción diferenciados.

Época de cambio *versus* cambio de época

En su discurso inaugural de enero de 2007 el presidente Rafael Correa usó una frase que circuló por las redes sociales. Dice así: "América Latina y el Ecuador no están viviendo una época de cambios, están viviendo un verdadero cambio de época." La frase refleja la euforia de una victoria electoral contundente que abría la posibilidad de cumplir con su promesa de refundar a la república a través de un proceso constituyente. También

se la puede interpretar a la luz de que Ecuador se sumaba al giro a la izquierda iniciado en 1998 en Venezuela luego de la victoria electoral de Hugo Chávez y cimentado posteriormente por las de Lula en Brasil y Evo Morales en Bolivia, para mencionar sólo algunos casos. Pero la frase acerca del cambio de época adquirió resonancia internacional luego de que fuera retomada por académicos estadounidenses asociados con los estudios culturales, subalternos y post-coloniales. Walter Mignolo (2007) la usó como eje de un artículo sobre el rebasamiento de la distinción izquierda-derecha y lo que denomina "giro decolonial". Arturo Escobar (2010) la retoma también en un extenso artículo sobre la izquierda, el desarrollismo y el post-liberalismo.

El cambio como devenir-otro, no como ruptura jacobino-leninista

Todo esto es muy sugerente, pero, ¿en qué radica la diferencia entre una época de cambio y un cambio de época? Correa no lo dice. Deja que la fuerza evocativa de la frase haga el trabajo de persuasión en la imaginación de su audiencia. Esto funciona bien en un discurso político, pero los protocolos de una investigación exigen decir algo más al respecto. El referente habitual es la visión jacobina del cambio entendido como una ruptura que hace tabla rasa con el pasado para reconfigurar el mundo. Pero las rupturas no son limpias, por lo que lo nuevo nunca resulta ser absolutamente novedoso. Como señala Jacques Derrida, "Los cortes se reinscriben siempre, fatalmente, en un viejo tejido que hay que continuar destejiendo interminablemente. Esta interminabilidad no es un accidente o una contingencia; es esencial, sistemática y teórica" (Derrida, 1977, p. 33). En otras palabras, no hay discontinuidades sin residuos. Todo proceso de cambio, no importa cuán radical sea, siempre va a estar contaminado por aquello que quiere dejar atrás. Los franceses y los rusos intentaron refundar su sociedad mediante sendas revoluciones, pero reprodujeron relaciones que pensaban que irían quedando por el camino.

Hay otras maneras de pensar el cambio sin apelar al referente jacobino de una refundación total. Por ejemplo, la noción de devenir-

otro de Gilles Deleuze, quien la desarrolla a partir de una distinción entre la analítica y lo actual. "En todo dispositivo", dice, "debemos desenmarañar y distinguir las líneas del pasado reciente y las líneas del futuro próximo, la parte del archivo y la parte de lo actual... *la parte de la analítica y la parte del diagnóstico*" (Deleuze, 1990, p. 160). La analítica es lo que somos y también lo que ya estamos dejando de ser. Lo actual es aquello en lo que nos estamos convirtiendo (pp. 159-160), nuestro devenir-otro, una otredad que no siempre tiene una figuración precisa y obviamente no tiene un punto de llegada preestablecido. Pero también es algo inminente pues ya está aquí. Como dice Deleuze, "No se trata de predecir, sino de estar atento a lo desconocido que llama a nuestra puerta" (p. 160).

A primera vista esto parece ser demasiado general dado que el devenir prácticamente define nuestra condición humana: siempre estamos dejando de ser lo que somos para convertirnos en otra cosa, aunque sólo sea como consecuencia del paso del tiempo. Pero Deleuze no habla del devenir en sentido genérico sino que pone en juego la distinción y relación entre el presente y lo actual. Podemos verlo a través de imágenes de la política, comenzando por el presente o lo que somos, que muchos describen como liberal o liberal democrático. Esto se debe a que se suele considerar como político a lo que ocurre en el marco de la ciudadanía electoral, la representación política y la relación entre gobierno y oposición. La evidencia es contundente: la gente vota, los partidos compiten por nuestra atención, los gobiernos cambian o continúan gracias a procesos electorales, los congresos y parlamentos se vuelven arenas de polémica y negociación de leyes y partidas presupuestarias, y así por el estilo. Sin embargo, la política siempre rebasó el marco de las elecciones. Cuando el Estado liberal se consolidó a mediados del siglo XIX los campesinos, obreros y mujeres no eran considerados dignos de ser contados como ciudadanos, sea por los temores de la clase dominante de perder su dominancia o por los prejuicios sexistas. La acción política de mujeres y trabajadores se desarrolló por fuera del sistema político liberal y cuando ingresaron en él lo hicieron gracias a sus luchas y no por la generosidad de quienes gobernaban. Por eso el Estado era liberal, pero no democrático,

como bien dice C. B. Macpherson (1968, pp. 18-20). Los ejemplos contemporáneos de una política por fuera de la representación electoral son los movimientos en torno a la igualdad de género, la erradicación del racismo y el combate a la homofobia, entre otros. La conclusión es que la política liberal puede ser lo que somos, nuestro presente, pero también es lo que ya habíamos comenzado a dejar de ser desde que se consolidó el Estado liberal.

En contraste con esto, lo actual o nuestro devenir-otro se refiere a aquello en lo que nos estamos convirtiendo, que se perfila como el surgimiento gradual de un escenario postliberal. No lo digo porque la representación partidaria esté ausente de este escenario. No lo está: la gente sigue yendo a las urnas. Es más bien porque coexiste con otras formas de acción colectiva entre las cuales encontramos la comunicación y la conectividad viral o distribuida.

Si aceptamos ver el cambio como devenir-otro, ¿cómo podríamos fechar su inicio o incluso afirmar que una transformación se halla en curso? ¿Hay alguna manera de medir el tránsito del presente a lo actual? Las preguntas son legítimas, pero posiblemente también un poco injustas dado que es difícil medir un cambo, incluso si adoptamos una perspectiva jacobina. Por ejemplo, las revoluciones: ¿cómo saber cuándo comienzan y terminan? La respuesta parece ser evidente: comienzan con una insurrección y terminan con la caída del régimen. Pero lo evidente no siempre lo es. En la revolución moderna por antonomasia, la francesa, ¿la fechamos con la toma de la Bastilla en 1789 o debemos retrasar su desenlace hasta 1791, cuando se promulga la constitución, o tal vez hasta un poco más tarde, 1793, cuando le cortan la cabeza a Luis XVI, o incluso hasta 1794, cuando ejecutan a Robespierre y Saint Just y termina el periodo del Terror?

Lo que se desprende de esto es que no debemos extrañarnos de la dificultad de distinguir entre el presente y lo actual de manera contundente. Las nuestras son identidades y experiencias políticas que se hallan en un perpetuo tránsito entre lo que somos y lo que estamos deviniendo. Se forjan en el camino que se abre entre, por un lado, lo que somos y a la vez lo que estamos dejando de ser y, por el otro, aquello en lo que aún no nos hemos convertido. Lo que somos y el

devenir-otro pasan a ser una especie de blancos móviles y cambiantes que podemos describir pero no definir taxativamente. Ambos carecen de existencia política relevante fuera de una polémica.

1968 como detonante, las insurgencias de 2011 en adelante como síntomas

Pero esto no impide postular una aproximación tentativa a este asunto. Tomo como detonador de nuestro devenir-otro político al cúmulo de experiencias que asociamos con el significante 1968. Lo hago porque condensa una serie de trazos de lo que somos y a la vez de lo que estamos dejando de ser. Como en 1968, nuestro presente está habitado por demandas de participación electoral y de otro tipo, por el cuestionamiento de jerarquías anquilosadas, por un deseo por ejercitar el pensamiento crítico, por disputas acerca de la separación entre lo personal y lo político y entre lo público y lo privado, y así por el estilo. Y como en 1968, nuestra actualidad o devenir-otro se nos presenta como una apertura hacia lo posible que se manifiesta a través de la experimentación con modos de hacer política al margen de la representación y de la articulación de colectivos en torno a los partidos.

Algunos síntomas de este devenir-otro se han convertido ya en lugares comunes. Me refiero a las insurgencias de 2011 en el Magreb, las acampadas de Plaza del Sol y otros lugares emblemáticos ocupados por los indignados españoles del 15-M y Occupy Wall Street (OWS). También la defensa del Parque Gezi en Estambul durante 2013. En México el ejemplo es #YoSoy132, un fogonazo de activismo e imaginación en medio de la campaña presidencial de 2012. Su propósito declarado fue resistir la imposición del candidato presidencial impulsado por las grandes empresas privadas de comunicación[1]. En Brasil es el Movimento Passe Livre de 2013 que movilizó a gente que nunca había salido a las calles a protestar y ahora lo hacía en cerca

[1] Para el caso de la Primavera Árabe se puede consultar a Castells (2012, pp. 65-98), Bayat (2011), Abourahme (2013), Gunther (2011), Roy (2012); de OWS véase Graeber (2011a, 2011b), Castells (2012, pp. 157-208); para el 15M ver Fernández-Savater (2014), Serrano, *et al*. (2014), Castells (2012, pp. 115-156).

de 90 ciudades. Su detonante fue el aumento del pasaje pero luego se amplió para incluir la denuncia de la corrupción y la indignación ante la desigualdad. Más recientemente están las movilizaciones en torno a la desaparición de 43 estudiantes normalistas de la localidad de Ayotzinapa en México. El 26 de septiembre de 2014 el alcalde de la ciudad de Iguala, donde se manifestaban, ordenó a la policía municipal que los detenga para entregarlos a sicarios de un cártel de narcotraficantes. La respuesta de la gente fue estruendosa y continua. Estudiantes, sindicatos y gente "desorganizada" se movilizaron en incontables protestas y actividades para presionar al gobierno que encuentre con vida a los normalistas.

Estas experiencias son poderosas e innovadoras, pero su linaje se remonta un par de décadas atrás. Sus antecesores son las acciones de los guerreros globales que adquirieron visibilidad a partir de 1999 con la protesta de Seattle en contra del comercio libre a costa de la equidad, la salud y el empleo; la "Guerra del Agua" en Cochabamba para revertir la privatización del agua potable en 2000, poniendo en cuestión la política de ajuste neoliberal del gobierno boliviano; las protestas argentinas de 2001 ante el desempleo, la corrupción y el descalabro económico que se sintetizan en la consigna de "Que se vayan todos, que no quede ni uno solo".

Hay diferencias entre estas experiencias de lucha, pero también rasgos compartidos. Menciono algunos. El primero es socioeconómico: son luchas para resistir la mercantilización de la vida, para exigir poner fin a la impunidad de los banqueros responsables de la crisis financiera de 2008, cuestionar la precariedad laboral de un modelo de desarrollo sesgado hacia los propietarios y, en general, son reacciones ante la agudización generalizada de la desigualdad. Son luchas que vuelven a colocar la igualdad y la equidad en la agenda de debates políticos después de varias décadas en las que el neoliberalismo (y por ende, el mercado, la precarización laboral y la celebración de la desigualdad como motor de la competencia) funcionó como el marco cognitivo para buena parte de los funcionarios públicos, políticos y comunicadores.

El segundo rasgo es político. Las insurgencias de 2001 a 2013 manifiestan un cierto hartazgo con los políticos profesionales, los

partidos y los sindicatos, es decir, con los aparatos que gestionaron buena parte de acción colectiva de los últimos 150 años de la era moderna. El tipo de consignas coreadas en las protestas lo expresa muy bien. El "No nos representan", surgido en las acampadas del 15-M y retomado con algunas variaciones en OWS y otras insurgencias durante 2011, apunta directamente a la clase política. Es una actualización del "Que se vayan todos, que no quede ni uno solo" de los argentinos. Asimismo, una consigna como "No somos ni de izquierda ni de derecha, somos los de abajo y vamos por los de arriba" indica algo más que una crítica a la política profesional. Los destinatarios del "vamos por los de arriba" son la derecha neoliberal que impulsó las políticas de ajuste, pero también las izquierdas que las administraron desde el gobierno. Los manifestantes expresaban su indignación ante la corrupción y el amiguismo de estas izquierdas que no supieron o no quisieron cortar su relación cómoda con un sistema económico excluyente.

El tercer rasgo es la experimentación con maneras de ser juntos consistentes con la dignidad, la justicia y la participación que nos prometía la democracia. Ya he mencionado que esto incluía una crítica a la representación, muchas veces en nombre de esquemas asambleístas, pero no me parece que esto sea lo único y menos aún lo decisivo. La crítica actual a los partidos es distinta a la de las décadas de 1960 a 1980, cuando el despegue de los nuevos movimientos sociales le ponía alas a la idea de *la sociedad contra el Estado*, una frase tomada del título del libro homónimo del antropólogo Pierre Clastres. Las insurgencias del presente no siguen estas coordenadas. Por un lado, porque no buscan un simple cambio de actores, como por ejemplo, el reemplazo de la vieja política de las oligarquías partidistas por una política nueva, vital y genuina de los movimientos sociales. Por otro lado, porque tampoco pretenden desplazar el lugar del intercambio y la negociación política del Estado o el sistema político hacia la sociedad civil. Lo que está en juego es tal vez más ambicioso pues se refiere a un modo de ver el mundo que desplaza a la topografía de lugares que han servido para representar el espacio de la lucha democrática. Para usar la terminología de Jacques Rancière (1996, 2006), somos testigos de una disputa acerca de la partición de lo sensible en lo que respecta a los

lugares y los actores de la acción. Lo que está en juego son los modos de ver, de ser y de hacer característico de la representación territorial, los partidos y la ciudadanía electoral de los últimos ciento cincuenta años de la modernidad. Hay un auge de la conectividad y política viral o distribuida que discutiremos en las últimas dos secciones.

Nuestro devenir-otro 1: de la gobernanza institucional a los "stakeholders" transitorios

Comencemos viendo el impacto de este desplazamiento en el modo de ser juntos. El término "gobernanza" está íntimamente ligado al documento *Gobernanza europea: un libro blanco*, publicado por la Comisión Europea en 2001 como resultado de una investigación acerca de mecanismos para subsanar dos problemas de la Unión Europea, la falta de confianza en sus instituciones y el escaso interés de los ciudadanos de los países miembros por participar en la política europea. El *Libro blanco* propuso incorporar a las ONG, sindicatos, organizaciones empresariales, asociaciones profesionales, expertos del mundo académico, consultores independientes y otros actores de la sociedad civil en el diseño de políticas regionales (Comisión Europea 2001, p. 11). Esto era innovador en la medida en que abría el gobierno más allá del poder ejecutivo. "La gobernanza europea contemporánea", dice Paul Magnette, "no está atada a instituciones cerradas y no es prerrogativa exclusiva de políticos profesionales" dado que "se refiere a los esquemas de toma de decisiones que incluyen a un conjunto más vasto de instituciones con una gama igualmente amplia de actores y procesos" (Magnette, 2003, p. 144). La gobernanza es un complemento de la participación y responsabilidad [*accountability*] en las democracias representativas y no su sucedáneo: su función principal radicaría en que puede fortalecer, en el eje vertical, la responsabilidad de las instituciones con el ciudadano y, en el eje horizontal, la responsabilidad entre instituciones (pp. 145, 156).

Un rasgo de la gobernanza es que revoluciona la idea de política al extenderla más allá del liberalismo clásico (que la piensa en términos

de ciudadanos electores, representantes, parlamentos y ejecutivos), pero sin pretender reemplazar los criterios liberales de participación, selección de autoridades o de formulación de políticas y el diseño de leyes. Más bien complementa a la visión liberal de la política; es un suplemento post-liberal de la representación electoral debido a que actores no electos se vuelven coparticipes en actividades relacionadas con lo que antes era algo privativo del poder ejecutivo. La segunda característica de la gobernanza es que se basa en actores ya constituidos y reconocidos, ONG, organizaciones sociales, sindicatos, etc. Todos ellos son *stakeholders*, un término que no debemos confundir con "stockholders" o accionistas de una empresa. Los *stakeholders* son partes interesadas, individuos o grupos que pueden afectar y a la vez son afectados por lo que ocurre en organizaciones, proyectos o actividades de los colectivos de los que forman parte.

Pero, en las sociedades red, ¿no podríamos acaso contemplar a un *stakeholder* que si bien no puede ser definido como desorganizado tampoco se ajusta a la idea de grupos o individuos previamente reconocidos? No son ya los *stakeholders* que tenía en mente el *Libro blanco*, asimilables a categorías de tipo censal (trabajadores, empresarios, universitarios, profesionales independientes, etcétera) o aglutinados en organizaciones gremiales. Serían más bien partes interesadas ad hoc o circunstanciales que se configuran en el curso de una lucha y exigen ser escuchados por patrones, autoridades públicas u otros destinatarios sin tener credenciales o atribuciones formales para ser escuchados. Esto no es novedoso en el sentido estricto de la expresión. Hay muchos ejemplos de *stakeholders* situacionales: comités de huelga en empresas que carecen de sindicato, coordinadoras estudiantiles sin atributos formales para negociar con las autoridades universitarias, trabajadores migrantes y/o temporales que exigen un trato digno ante las autoridades y sus empleadores, etc. Estos *stakeholders* son diferentes de los que contempla la gobernanza tradicional pues su identidad no es la de un sujeto ya reconocido sino la de subjetividades circunstanciales debido a que son partes interesadas igualmente circunstanciales.

La puesta en acto de la gobernanza mediante partes interesadas situacionales funciona en paralelo con el modo convencional-institucional

de la misma. Sus actores a menudo obtienen un reconocimiento tácito. Tal fue el caso de #YoSoy132, una insurgencia estudiantil y ciudadana que irrumpió en México en la coyuntura electoral de mayo a Julio de 2012. No tenía un estatuto formal como organización o movimiento, no tenía líderes reconocidos y validados como tales, y ni siquiera tenía una dirección física de contacto puesto que se estructuró a través de las redes sociales usando cuentas de Twitter y páginas de Facebook. Pero devino un interlocutor de las fuerzas políticas y un referente de la opinión pública nacional durante la coyuntura en la que actuó, a tal punto que, ante la negativa de los consorcios televisivos de auspiciar un debate entre candidatos presidenciales, #YoSoy132 convocó a los cuatro aspirantes a un debate organizado por ellos mismos. Tres candidatos aceptaron participar y el debate fue transmitido en vivo por Internet. El cuarto contendiente, del Partido Revolucionario Institucional (PRI), no lo hizo por temor a quedar en ridículo ante los jóvenes, lo cual es un reconocimiento tácito de la capacidad de movilización y disrupción que tuvo #YoSoy132 en ese momento. Algo similar se puede decir acerca de los colectivos ensamblados en torno a la desaparición de los 43 estudiantes normalistas de Ayotzinapa: las asociaciones ad hoc de padres, amigos y compañeros de los desaparecidos se convirtieron en interlocutores del gobierno, los medios de la comunicación, los partidos políticos y la opinión pública a pesar de carecer de un estatuto formal como entidades jurídicas o políticas.

La primera consecuencia de esto es que, si bien no desaparece la distinción entre política formal y política informal, o entre interlocutores reconocidos e interlocutores *ad hoc*, las fronteras entre ellos se vuelven más difusas. La interlocución política no depende tanto del grado de institucionalidad de sus participantes (partidos, organizaciones de la sociedad civil, etcétera) como de la capacidad que tiene un colectivo para capturar la imaginación de la gente y constituirse en un evento político. Por lo mismo, la gobernanza inicialmente definida como extensión del gobierno hacia la sociedad civil mediante *stakeholders* reconocidos se complementa con una variante situacional de la gobernanza que excede los marcos de la formalidad sin destruirlos.

Una segunda consecuencia es la mutación de la topografía política y social de espacios propios para distintos actores. La gobernanza formal o de primera generación asumía que los *stakeholders* son actores identificados y reconocidos que tienen su lugar propio de aparición: el de los partidos es el sistema político, el de los movimientos y organizaciones sociales es la sociedad civil, al igual que los *stakeholders* del *Libro blanco*, que los define como parte constitutiva de la sociedad civil organizada. La gobernanza situacional, que subvierte la idea misma de espacios definidos para cada actor y de fronteras claras entre sus respectivos ámbitos de operación, hace posible una representación no topográfica del espacio de aparición de las acciones de colectivos que buscan reconfigurar lo dado.

En términos más conceptuales, la gobernanza de segunda generación debilita la lógica de los espacios cerrados o circunscritos y le da más peso a los flujos transversales y a moldes que se reajustan continuamente. Deleuze (1995) ve en esto el tránsito desde las sociedades disciplinarias a las de control, que son metaestables, recombinantes y tener moldes perpetuamente auto-deformables. Teóricos de la multitud como Hardt, Negri y Virno lo conciben como el paso de una sociedad fordista a otra post-fordista donde la distinción entre trabajo y ocio se borronea desde el momento en que ya no hay un lugar fijo para la producción. Manuel Castells (2012) lo describe como el tránsito de una arquitectura sedentaria a otra de redes. Veremos esto un poco más adelante.

Nuestro devenir-otro 2: las redes sociales, la participación política y los "espectactores"

Cuando Marshall McLuhan publicó *Comprender los medios de comunicación* (1996 [1964]) sorprendió a sus lectores diciéndoles "el medio es el mensaje". Les pedía que dejaran de preocuparse exclusivamente del contenido de la comunicación y comenzaran a estudiar también el papel de los medios en cuanto tales pues, en su hipótesis, estos modificaban las relaciones entre nosotros y con

nuestro entorno. Lo ejemplificó mediante el foco de luz, un medio sin contenido o mensaje: la bombilla eléctrica cambió la manera en la que organizábamos el tiempo y distribuíamos el trabajo, el ocio y el descanso. Su objeto de estudio era los nuevos medios de comunicación de masas como la radio y la televisión, que la Escuela de Frankfurt, desde Theodor Adorno hasta exponentes más jóvenes de la misma como Jürgen Habermas veían como algo negativo, sea por el peligro de la banalización de la información, de la generación de un público más homogéneo o unidimensional o de la refeudalización de la esfera pública. McLuhan quería que nos fijáramos en el impacto transformador de los medios en cuanto tales, es decir, ver qué implicaciones tenía para nosotros la ubicuidad de la televisión (y de la radio).

La pregunta sigue siendo pertinente, especialmente en un momento de revolución de las comunicaciones debido a la Web 2.0 y el uso extendido e intensivo de las redes sociales. Las redes han sido celebradas como parteras de formas diferentes de conectarnos entre nosotros y hacer política, pero también se reconoce que tienen un reverso negativo debido a que facilitan la formación, coordinación y acción de redes de pederastas, de trata de personas así como también de opciones políticas contrarias a la igualdad, la tolerancia o la libertad, desde neonazis hasta fundamentalistas religiosos. Se cuestiona también que la vida en línea convierte a la gente en avatares de sí mismos, comunicándose entre sí con una pasión de la cual carecen en el trato interpersonal. Esto puede sublimar la frustración de vidas solitarias pero no cambia un estado de soledad. Y claro, muchos han convertido a las redes en el alfa y omega de su compromiso con lo público, sea limitándolo a dar un clic en "me gusta" a notas colocadas en muros de amigos y conocidos en Facebook, a reenviar un Tweet llamando a la acción o simplemente firmando una de las tantas cartas de campañas en línea como las auspiciadas a través de la plataforma Change.org. Esto ha hecho que algunos invoquen el neologismo despectivo de "clic activismo" o "clic democracia". Pero esto es en cierto modo inevitable; las redes sociales, como todo medio, tienen un anverso y reverso.

Me interesa el anverso, su impacto sobre la dinámica de las interacciones en relación con la política o la acción colectiva en sentido

amplio. Para examinarlo podemos seguir la propuesta de McLuhan de que el medio es el mensaje y ver qué tipo de innovación trae consigo el medio llamado Web 2.0.

Internet y los instrumentos de acceso a ella son nuestro exocerebro

En la segunda mitad del siglo XX el acceso a la esfera pública para comunicar propuestas o agrupar a los afines requería de una organización con una estructura de mando y militantes o simpatizantes con capacidad de solventar los gastos de la misma, un medio de comunicación propio o pagado, y acceso a la imprenta para plasmar sus ideas en volantes, panfletos y libros que después debían ser distribuidos por los simpatizantes. Se requería un espacio físico donde reunirse e instrumentos de trabajo especializados, sean las máquinas de escribir de periodistas o investigadores, mimeógrafos que eran una versión más económica de las imprentas offset, fotocopiadoras, etcétera.

Esto comenzó a cambiar en la década de 1990. Los medios y las máquinas para comunicarnos con el mundo y conectarnos con los afines se convirtieron en dispositivos de uso común y generalizado. La evidencia material de este cambio es la ubicuidad de dispositivos de acceso a las redes tales como teléfonos móviles inteligentes, tabletas, laptops y computadoras de escritorio. Para muchos, el contrato con algún proveedor de servicios de Internet (ISP) es parte de los servicios domésticos básicos como la luz, el gas o el agua. Esto no significa que no haya una brecha digital que traslada al ciberespacio las desigualdades de ingreso y capital social. Desempleados, campesinos pobres, obreros y estudiantes rara vez cuentan con acceso a la red en sus hogares. Pero los excluidos no se quedan necesariamente al margen pues acceden a redes para navegar y conectarse entre sí en el colegio, cibercafés, sitios públicos de Wifi gratuito y, en los últimos años, usando principalmente la telefonía móvil.

Smartphone Users and Penetration in Latin America, by Country, 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Smartphone user (millions)						
Brazil	27.1	38.8	48.6	58.5	66.6	71.9
Mexico	22.9	28.7	34.2	39.4	44.7	49.9
Colombia	11.7	14.4	16.3	18.2	19.7	20.9
Argentina	8.8	10.8	12.6	14.1	15.6	17.0
Chile	5.2	6.3	7.1	7.9	8.4	8.9
Peru	4.4	5.8	7.1	8.3	9.4	10.5
Other	16.6	21.3	26.7	31.7	36.4	40.8
Latin America	**96.6**	**126.1**	**152.6**	**178.0**	**200.9**	**219.9**
Smartphone user penetration (%of mobile phone users)						
Chile	41.9%	49.7%	55.5%	60.3%	63.7%	66.3%
Colombia	37.9%	45.3%	50.4%	55.1%	58.4%	60.9%
Mexico	34.3%	41.2%	47.2%	52.1%	57.5%	62.6%
Argentina	30.0%	36.0%	41.0%	45.0%	49.0%	52.6%
Peru	25.9%	31.8%	37.1%	42.3%	46.8%	51.0%
Brazil	20.8%	28.3%	34.4%	40.4%	45.0%	47.6%
Other	19.5%	24.3%	29.9%	34.7%	38.9%	42.8%
Latin America	**25.5%**	**31.9%**	**37.5%**	**42.7%**	**47.1%**	**50.6%**

Note: individuals of any age who own at least one smartphone and use the smartphone(s) at least once per month, numbers may not add up to total due to rounding.
Source: eMarketer, Dec 2014

182940 www.eMarketer.com

El crecimiento del uso de teléfonos celulares ha sido espectacular, particularmente entre los jóvenes. En los países ricos ocurre porque la infraestructura y los ingresos lo hacen posible; en la periferia del capitalismo se extendió precisamente por la ausencia de una buena infraestructura de comunicaciones, sea debido al proceso engorroso y tardado para conseguir una línea fija, a la débil cobertura de telefonía fija en zonas rurales o apartadas, a la calidad de la red de caminos y carreteras o a la disponibilidad de medios de transporte público económico y eficiente. Según eMarketer, en América Latina el 65 por ciento de la población (casi 400 millones de personas) posee al menos

un teléfono celular y como se puede apreciar en la tabla, entre el 34 y el 55 por ciento usa teléfonos inteligentes que les permite conectarse a Internet (eMarketer, 2014). México es parte de esta tendencia. El censo de población de 2010 revela que hay 112.3 millones de habitantes (cifra que se ha elevado a cerca de 120 millones en 2015) de los cuales 81.5 millones contaban con un celular en 2014 y 33 millones eran teléfonos inteligentes; se estima que para 2019 el número de éstos teléfonos pasará a 73 millones (Lucas, 2014). La conectividad se extiende y la comunicación se densifica. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), actualmente el 51 por ciento de la población se conecta a Internet y navega un promedio de poco más de 6 horas al día; más del 80 por ciento de los usuarios de teléfonos inteligentes los usa para navegar o conectarse a redes sociales (AMIPCI, 2015).

El uso de las redes no requiere saberes especializados como educación universitaria o conocimiento de informática. La Web 2.0 se asemeje a una plaza pública: en ella las diferencias de clase y culturales no desaparecen, pero la gente practica una democracia de facto dado que cualquiera se siente autorizado a priori para dirigirse a cualquier otro. Y las organizaciones y su gente, si bien siguen siendo importantes, ya no resultan ser imprescindibles para coordinar e impulsar acciones colectivas.

La ubicuidad de Internet y nuestra dependencia de ella es tal que se ha convertido en una prótesis prácticamente irremplazable, incluso para la política. Un ejemplo de esto es el conjunto de protestas antiautoritarias de 2010-2011 que englobamos bajo el rótulo de Primavera Árabe. Muchos vieron en ellas el primer gran laboratorio de experimentación con redes sociales para convocar, organizar, coordinar y defender a la gente en las calles y plazas. Muchos citan el caso de la página de Facebook "We are all Khaled Said" creada por Wael Gonim para expresar el hartazgo de los egipcios por el asesinato brutal de un joven en manos de la policía. La página alcanzó 100 mil seguidores en sus primeras semanas y sirvió para convocar la protesta que eventualmente llevaría a la creación de la acampada en la Plaza Tahrir. Los activistas carecían de una infraestructura organizativa pre-existente; las redes fueron imprescindibles para coordinar las acciones.

Y para proteger a quienes participaban en las protestas: videos subidos a YouTube, fotos en Flickr y mensajes enviados por Twitter registraban las acciones represivas, documentaban la identidad de los policías involucrados y encontraban su camino en la prensa y las redes sociales de todo el planeta. El derrocado presidente egipcio Hosni Mubarak también descubrió lo difícil que es prescindir del ciberespacio cuando intentó detener la insurgencia concentrada en Plaza Tahrir obligando a las ISP a desconectar a los usuarios de la red. Esto no sólo paralizó a la industria turística, entorpeciendo el flujo de ingresos cruciales para el país, sino que hizo que los 5 millones de usuarios de Facebook y 17 millones de usuarios de Internet así como 60 millones de suscriptores de servicios de telefonía móvil respondieran con más movilizaciones en contra de su gobierno autoritario (Tsotsis, 2011; Castells, 2012, pp. 73-77).

El corolario que podemos extraer de esta discusión es que estos dispositivos, junto con Internet, forman parte de nuestro exocerebro o cerebro externo. Tomo prestado el término de un provocador ensayo de Roger Bartra, quien concibe al exocerebro como una serie de "circuitos extrasomáticos de carácter simbólico" (2004). Es una prótesis que subsana deficiencias de nuestro organismo: "la carne cerebral de los humanos ha buscado fuera del endeble cráneo que la oculta un exocerebro artificial, expuesto a la intemperie, que le proporciona una sólida estructura simbólica en que apoyarse" (Bartra, 2004). Pero podemos darle un giro al argumento de Bartra y ver a la prótesis en términos positivo-productivos: en vez de ver al exocerebro como algo en lo que nos apoyamos para sortear deficiencias podemos concebirlo como un suplemento para potenciar el organismo y exponernos a otros modos de ser juntos. La relación entre organismo y suplemento abre la posibilidad de pensar a lo artificial y a lo orgánico como dimensiones que operan en tándem a la manera en que la literatura concibe a la experiencia cyborg, a saber, como una experiencia que no elimina pero sí subvierte las fronteras entre humanos y máquinas (Haraway, 2000, pp. 293 y ss.). Esto es lo que ha estado ocurriendo en el encuentro entre el mundo digital del ciberespacio y la experiencia humana individual o colectiva.

Dispositivos como teléfonos o laptops son su parte física, los portales tangibles a través de los cuales entramos en la red de información y a la vez procesamos información. Internet y sus bases de datos son la parte virtual de esa prótesis/suplemento. La interface entre los dispositivos físicos y la virtualidad del ciberespacio conforman el exocerebro de la política contemporánea. Nos permite procesar, organizar, almacenar y transmitir información; nos conecta con los afines y nos ayuda a coordinar y desencadenar acciones.

La red reduce costos de ingreso en la esfera pública y aumenta la densidad comunicacional

El tránsito de máquinas especializadas a instrumentos que forman parte de nuestra vida cotidiana no es banal. Nuestros instrumentos, como las hachas y las lanzas de nuestros antepasados, nos siguen a dónde vayamos. E Internet nos rodea inalámbricamente como una atmósfera en la que respiramos información. Este suplemento cognitivo y comunicacional reduce el costo de acceso a la esfera pública. Colectivos que carecen de recursos, de estructura organizativa, reconocimiento formal o siquiera una dirección física pueden conectarse con sus afines a través de las redes sociales a partir de un ISP, un celular o un cibercafé. Una página web, un blog, una cuenta de Twitter o una página de Facebook son ventanas que le dan visibilidad a un colectivo y sus ideas, permiten que gente desconocida se entere de sus posicionamientos y reclamos, y hace que la información que genere circule de manera gratuita.

La interacción en la red también abarata el costo de entrada al espacio público físico: permite generar opinión pública acerca de leyes o políticas gubernamentales, pero también ayuda a impulsar, coordinar y poner en práctica iniciativas en calles y plazas. Como dice Manuel Castells, "La Revolución de Internet no invalida el carácter territorial de las revoluciones a lo largo de la historia. Más bien lo extiende del espacio de los lugares al espacio de los flujos" (Castells, 2012, p. 71).

Pero además el uso de redes sociales permite mantener una comunicación regular entre los integrantes de colectivos, sean estos

partidos, organizaciones sociales o grupos ad hoc que se configuran en torno a un tema o una causa. Aplicaciones como WhatsApp y otras similares permiten crear grupos y articular debates entre miembros de una organización de manera rápida y económica. Las páginas de Internet son portales ante el mundo pero también una manera de mantener en contacto a los integrantes de colectivos. La interacción no sólo se vuelve barata e instantánea, sino también intensa: la densidad del flujo de información y comunicación ha crecido de manera exponencial.

La red reduce los riesgos para actuar

Hay gente que quiere cambiar el mundo, pero no lo quiere hacer todo el tiempo y aún menos si hacerlo implica estar expuesto a situaciones de violencia, sea por los enfrentamientos con la policía antidisturbios, con manifestantes opuestos a ellos o generada por provocadores que a menudo se infiltran en una marcha o acampada. La manera convencional de participar sin correr el riesgo de peligro físico es firmando un petitorio o una inserción en algún medio de prensa.

Las redes sociales ofrecen otros modos, incluyendo la *click democracia*, pero también sirven para reducir la exposición de la gente a la represión física durante el proceso de convocar y organizar una actividad en las calles. Castells menciona que esto ocurrió en la revolución egipcia. "Internet proporcionaba el espacio seguro donde las redes de indignación y esperanza conectaban. Las redes formadas en el ciberespacio extendían su alcance al espacio y la comunidad revolucionaria formada en las plazas públicas resistió con éxito esta vez la represión policial y se conectó mediante redes multimedia con el pueblo egipcio y el resto del mundo" (Castells, 2012, p. 91). Las redes también crean una suerte de manto invisible de seguridad cuando los manifestantes suben imágenes e información de lo que está ocurriendo en calles y plazas. Esto amplifica su acción y genera una seguridad virtual: alguien, en algún momento y lugar en un mundo con 24 husos horarios está leyendo o viendo por *streaming* las imágenes

de lo que está pasando en una marcha o acampada gracias a las redes. Las autoridades que ordenan o avalan la represión de los manifestantes saben que las redes son los ojos y oídos de éstos.

La red incrementa la velocidad de circulación de información y de respuestas tácticas

Hay dos aspectos relacionados con la velocidad de la información. El primero tiene como su precedente la creación de CNN, el primer canal exclusivamente de noticias transmitiendo las 24 horas del día en inglés que debutó en 1980. Esto rompió con los horarios pre-establecidos de los noticieros. Nos arrojó en un mundo en el que la información se volvía planetaria y continua, y donde la distinción entre noticias regulares y de último momento perdía sentido pues CNN funcionaba 24/7. El canal había creado una suerte de Seven-Eleven de la información, siempre abierto.

Al igual que un canal de noticias 24/7, la Web 2.0 carece de un botón de "off", pero su manera de elaborar la información sufre cambios. Uno de ellos es que ya no es procesada e interpretada por unos pocos profesionales sino por la ciudadanía de a pie. El otro es la nueva modalidad de guerra sucia en el manejo de la información en base a "bots", software asociado con cuentas de Twitter o Facebook creadas y usadas por partes interesadas para simular una opinión favorable o negativa sobre un tema en la red.

El otro aspecto de la circulación de la información en Internet se refiere al juego táctico de iniciativas y respuestas, o jugadas y contra-jugadas. La lógica aquí es análoga a la que Michel Foucault describía como ejercicio del poder. Este, al igual que gobernar, consiste en acciones "que pueden estructurar el campo de otras acciones posibles" (Foucault, 1988, p. 239). Se trata de un actuar sobre las acciones de otros, donde el encuentro entre esas relaciones de poder y las estrategias de lucha o insubordinación "constituye la una para la otra, una especie de límite permanente, un punto de inversión posible" (p. 243). Este encuentro genera una relación estratégica que

se modifica continuamente con las jugadas y contra-jugadas de los involucrados. Esto vale para los espacios físicos y virtuales. En las redes prácticamente toda declaración, iniciativa o movilizaciones, sean en campañas electorales o en acciones de otro tipo, tiene una respuesta casi inmediata. Los contendientes entablan un enfrentamiento continuo a una velocidad que hace dos décadas no podíamos imaginar. Las jugadas y contra-jugadas no ocurren sólo entre los defensores de la libertad: los "bots" intervienen e impiden que veamos a la Web 2.0 sólo como un instrumento de libertad y democracia.

Seva Gunitsky identifica este esquema de iniciativas y respuestas en su estudio sobre los usos anti-democráticos de las redes para generar estabilidad autoritaria en regímenes como los de Rusia, China y el Medio Oriente. Disidentes crean páginas y hacen circular mensajes de denuncia de corrupción o de abuso de poder de las autoridades. Los gobiernos de estos países, dice Gunitsky, se dan cuenta de que no siempre es necesario censurar y bloquear esas páginas. Descubrieron que es más productivo usar las redes para instigar a sus seguidores a que interrumpan marchas opositoras, acosen a miembros de agrupaciones contrarias al gobierno o monitoreen y ataquen sitios de Internet de quienes les critican. Los gobiernos también usan las redes para diseminar propaganda de manera más eficiente, emprender campañas de contra-información y moldear el discurso en línea de manera más precisa y adaptativa usando, por ejemplo, denuncias de corrupción para iniciar juicios ejemplares, casi siempre de oficiales de rango medio y bajo (Gunitsky, 2015, pp. 44-46).

La red genera otras formas de empoderamiento para rendición de cuentas

En su trabajo pionero sobre Internet, el Electronic Disturbance Theatre sostenía que Internet no era simplemente un nuevo medio de comunicación sino también un terreno de lucha (EDT, 1996). Tenían razón, aunque su propuesta de desobediencia civil electrónica como forma clave de acción en la era digital le hacía perder de vista, dice

Wray, la relevancia de la desobediencia civil tradicional en el espacio físico (Wray, 1997). Hoy se ve a la esfera pública de la Web 2.0 como un espacio de intervención paralelo y no alternativo al físico.

La clave aquí es la noción de la rede como terreno de lucha. Hace posible un empoderamiento diferente del electoral: si el empoderamiento electoral nos permite designar a nuestras autoridades políticas, que se desprende de los usos de la red se refiere a la rendición de cuentas o *accountability* en las democracias electorales al difundir abusos y excesos, a sabiendas que no siempre permitirán enjuiciar a malos gobernantes pero al menos contribuye a exponerlos. Tal es el caso de WikiLeaks, que entrega información a periódicos impresos y la pone a disposición del público en sitios de Internet. Cualquiera puede acceder a ella. Las redes también contribuyen a exponer malas prácticas de los gobernantes, abusos de poder y por supuesto casos de corrupción. Cualquier persona armada de un teléfono inteligente puede filmar a un diputado que abusa de su investidura, un funcionario recibiendo o pidiendo un soborno o a policías golpeando a manifestantes desarmados. Es cierto que las denuncias pueden ser usadas para fortalecer y no debilitar a gobiernos que no son particularmente respetuosos de las libertades y la crítica, pero al menos hay una suerte de panóptico de Bentham al revés: en este caso no son los pocos que vigilan a los muchos sino que estos hacen un escrutinio de quienes gobiernan.

En México un ejemplo de este panóptico a nivel más formal es *Borde Político* (http://bordepolitico.com/HOME/), un portal diseñado para hacer un seguimiento detallado de lo que hacen o dejan de hacer legisladores federales. Permite que cualquier usuario que accede al portal pueda consultar si un diputado ha presentado alguna iniciativa durante su mandato, por cuáles ha votado, cuántas inasistencias ha tenido, etc. *Borde Político* eventualmente incorporará a su portal una opción de WikiLeyes a través de la cual los ciudadanos podrán participar colectivamente en crear o modificar proyectos de leyes que eventualmente podrán encontrar su camino en las versiones finales de las mismas.

Los "espectactores", lugar de enunciación a partir de la web 2.0

Augusto Boal, el activista y director de teatro brasilero, habla del espectador como actor. Lo hace en *El teatro de los oprimidos* y luego en *Legislative Theatre* y otros textos más. En las traducciones de su trabajo al inglés aparece el término *spect-actors* para designar a un espectador que desestabiliza la separación ente la audiencia y lo que ocurre sobre el escenario. Como en la *Pedagogía de los oprimidos* de Paulo Freire, Boal propone una pedagogía político-performativa en la que el espectador asuma un papel activo para transformar el entorno vivido de subordinación y miseria (Boal, 1980 [1974], pp. 13-24; Boal, 1998, pp. 7 y 54). Kant ofrece otra manera de ver la noción de espectactor, que me parece más productiva que la de Boal para ver el impacto que tiene el uso de redes sociales en las insurgencias contemporáneas. Dice que la revolución es el signo del este progreso no tanto por lo que hacen o dejan de hacer sus líderes sino por lo que pasa por la cabeza de los espectadores que tal vez no participan en la lucha callejera pero sin embargo toman partido por un bando u otro (Kant, 1999, pp. 103-109). Se trata de una acción, no de una observación pasiva de los eventos: quien expresas sus opiniones en público queda expuesto a las consecuencias que se deriven de ello.

Siguiendo esta idea de un observador que se compromete de alguna manera y con ello corre un riesgo, por más mínimo que éste sea, podemos ver al *espectactor* como un modo de subjetivación que desestabiliza la distinción entre actores políticos y espectadores, entre quienes hacen y quienes piensan o hablan acerca de algo. Las redes sociales actualizan y radicalizan el carácter borroso de las fronteras entre observar y actuar. Lo hacen incluso si reconocemos que la efectividad de algunos modos de acción en la Web 2.0 es objeto de polémica.

Paul Baran y la comunicación distribuida

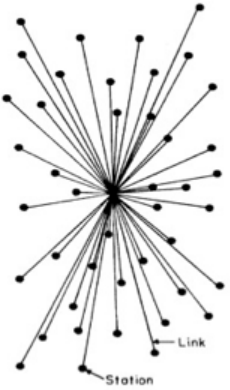
A continuación quiero proponer una imagen de pensamiento de la totalidad a partir de la conectividad viral que vemos en el ciclo de protestas iniciados en 2011 con la Primavera Árabe. Sería muy fácil (pero también miope e incorrecto) centrarla en el soporte tecnológico brindado por los teléfonos celulares inteligentes o el uso de Twitter y Facebook para generar conversaciones y comunidades virtuales y tantas otras cosas de la Web 2.0. Todo esto es importante, pero sirve como soporte y no como matriz de un modo de conexión que puede funcionar con o sin el componente tecnológico. Una manera de hacerlo es a partir del extraordinario artículo "On distributed communications" publicado por el ingeniero estadounidense Paul Baran en 1964. Usaré la propuesta de Baran porque permite ensamblar el argumento acerca de la comunicación viral de manera más rápida y visual.

Este artículo fue parte de un proyecto financiado por la Fuerza Aérea estadounidense y ejecutado por la Rand Corporation. La investigación se enmarcaba en el enfrentamiento entre la OTAN y el Pacto de Varsovia durante la Guerra Fría. Los planificadores militares estadounidenses asumían que la primera parte de una tercera guerra mundial sería nuclear, y que generaría daños cuantiosos en vidas humanas y en la infraestructura civil y militar de ambos bandos. Pero también creían que luego vendría una guerra convencional y que quien lograra reagruparse mejor y más rápido tendría una ventaja comparativa. La pregunta a la que debía responder Baran era: ¿qué modelo de comunicación militar sería capaz de sobrevivir un ataque nuclear y permitir que los efectivos de la fuerza aérea libraran una guerra convencional?

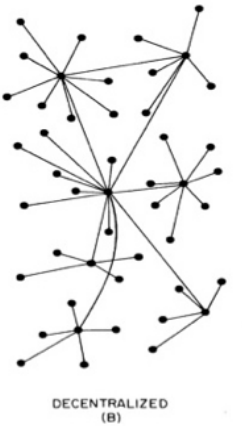
Baran propuso tres opciones que se pueden apreciar en las figuras que aparecen más abajo. Todas ellas fueron sacadas de su documento de 1964. Los puntos sirven para indicar recursos militares (bases con bombarderos, silos con misiles, unidades con cazas, etc.) y las líneas representan los flujos de comunicación entre ellos.

La primera opción es la red *centralizada* que se asemeja a una rueda de bicicleta: en el centro está la unidad de comando y control

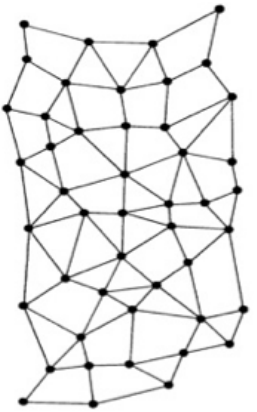
y en los extremos de los rayos de la rueda se ubican los nodos que representan los recursos militares. Un nodo se comunica con otro a través del centro de comunicación y coordinación. Es un sistema muy económico pero relativamente inútil dado que si el centro recibe el impacto de un misil se pierde toda capacidad de recomponer una fuerza de combate.



La segunda opción, la red de *comunicación descentralizada*, se asemeja a una serie de ruedas de bicicleta interconectadas entre sí. Es un sistema que incorpora la redundancia pues los mensajes deben repetirse varias veces y pasar por diversas instancias antes de llegar a su destino. Esto lo hace más caro dado que hay más centros de distribución de mensajes, pero también mejora las chances de que el sistema sobreviva.



La tercera opción es la red de *comunicación distribuida*, donde los mensajes circulan sin pasar por un centro de distribución. Baran ilustra su funcionamiento mediante el juego infantil de la papa caliente: comienza cuando un niño la recibe, la vuelve a lanzar hacia cualquier otro niño para no quemarse las manos y circula saltando de un niño a otro. Los mensajes en una red distribuida circulan de manera parecida, yendo de un nodo a otro hasta encontrar a su destinatario. Hay un crecimiento exponencial de la redundancia de la señal a lo largo del peregrinaje digital de cada mensaje.



DISTRIBUTED
(C)

Esta red se va reconfigurando sin un centro de comando y control que funcione como una suerte de director de orquesta del conjunto; las bases que sobreviven simplemente comienzan a enlazarse entre sí para actuar de manera coordinada. La fisonomía de la red resultante es distinta de lo que era inicialmente pues incluye sólo a los nodos que sobreviven. Por eso se dice que una red de comunicación distribuida es recombinante: pasa por una cantidad indeterminada de reconstrucciones y reconfiguraciones, lo cual hace que sea prácticamente indestructible. Para Deleuze y Guattari (1988) esta es una de las características de los sistemas asintomáticos que denominan rizoma. Lo ilustran con el ejemplo de un hormiguero:

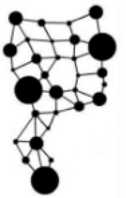
podemos destruirlo, pero si la reina se salva, se reconstruye en otra parte con las hormigas sobrevivientes.

Baran recargado: cinco propuestas y dos corolarios acerca de la comunicación distribuida

Lo que Baran nos ofrece con sus redes de comunicación distribuida es una manera diferente de pensar la totalidad. Ya no se trata de una totalidad expresiva al estilo de Hegel, donde un centro único imprime su sello sobre la diversidad de fenómenos del conjunto, como lo haría, por ejemplo, el modo de producción en las interpretaciones más simplistas del pensamiento de Marx. Baran desquicia este tipo de modelo y nos ofrece algo análogo a un rizoma. Pero necesitamos hacerle algunos ajustes a su esquema para hacer el salto de las comunicaciones militares a la política. Más específicamente propongo cinco ajustes y dos corolarios que menciono brevemente a continuación.

Todo diagrama es asimétrico

Baran representa cada nodo con puntos del mismo tamaño. Esta simplificación probablemente sea por motivos didácticos y no porque creyese que los nodos de una red son idénticos entre sí. En la práctica, las unidades militares de la propuesta de Baran difieren en lo que respecta a su armamento, tecnología, equipos de comunicación, infraestructura, entrenamiento de sus efectivos, funciones, capacidad logística y a tantas otras cosas. Los sistemas distribuidos generan diagramas recombinantes, pero también asimétricos. Esta asimetría, que se remite a un más y a un menos de fuerza, capacidad o eficacia, no es un atributo intrínseco de los nodos sino que se debe entender como valor relativo en función a los objetivos de quienes se desenvuelven en la red o diagrama.



Los diagramas son metaestables

La palabra "metaestable" se refiere a un sistema que pasa por varios estados de equilibrio, que tiene un equilibrio débilmente estable a lo largo del tiempo o que cambia continuamente de estado de manera tan imperceptible que para un observador parece que fuera estable. Deleuze (1995) describe a las sociedades de control (que son básicamente sociedades red) como metaestables porque les interesa menos los moldes rígidos que los modos de control basados en una geometría variable de modulación, una suerte de moldes auto-deformables que cambian de un momento a otro. Nuestro diagrama de nodos asimétrico es recombinante y ese proceso de recombinación continua le imprime un carácter metaestable al conjunto.

De hecho, debemos hacer más extensivo este término y considerar a la metaestabilidad como rasgo definicional de todo sistema. Lo digo porque solemos definir a la sociedad como un sistema de normas, prácticas, rutinas y agentes cuya conducta está marcada por esas normas, prácticas, etcétera, pero basta con mirar a nuestro alrededor o leer la prensa para darnos cuenta de que lo que llamamos sociedad es una interacción a veces alegre despreocupada entre ciudadanos que cumplen las leyes y gozan de la sociabilidad y en otras ocasiones también es una interacción conflictiva entre tráfico vehicular y peatonal, intercambios comerciales, ofertas de servicios, marchas, conversaciones, gritos, discusiones, gente que se las ingenia para observar las normas de manera selectiva cruzando la calle con luz roja, evadiendo el pago de impuestos o comprando mercadería robada o que no pagan derechos de autor, y tantas otras cosas más. Tal vez por eso Alain Touraine (1986) habló de la inútil idea de la sociedad y propuso definirla a partir de las relaciones entre actores.

Según Touraine, de ahora en más debemos ver a la sociedad como un acontecimiento, como mezcla cambiante de negociación y conflicto, de normas parcialmente institucionalizadas y esfuerzos no siempre exitosos por gobernar el entorno.

Esta descripción de la sociedad parece inspirarse en la cosmogonía griega, que concibe al caos como el origen de todas las formas, o tal vez se en la visión del mundo de Nietzsche, como un magma de fuerza en continua transformación. El caso es que si la sociedad es un sistema, sólo puede serlo en el sentido de un sistema de tipo metaestable: debemos ver a la sociedad como un diagrama o conjunto resultante de las interacciones entre los nodo que generan un sistema-red de equilibrio inestable, cosa que también vale para lo que ocurre al interior de cada uno de los nodos que la conforman.

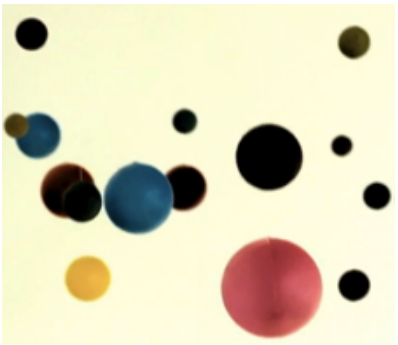
El contorno de los diagramas es borroso, las líneas conectoras son prótesis visuales

Mencioné que las líneas que conectan los nodos de una red distribuida sólo indican la conexión o comunicación entre ellos. Sirven para visualizar el diagrama compuesto por los nodos y sus relaciones y para marcar el contorno de la red. Pero podemos suprimir esas líneas. En términos operativos nada cambia pues el flujo de comunicación entre los nodos del perímetro no se interrumpe; lo único que desaparece es la marca visual de esa comunicación. Los sistemas red no tienen ni necesitan una Gran Muralla China que indique de manera clara y distinta cuál es el sistema y cuál es su entorno, dónde está el adentro y el afuera. El sistema funciona perfectamente bien a pesar de la permeabilidad o porosidad de sus fronteras. Es como cuando el capitán de la aeronave anuncia a los pasajeros que están cruzando la línea del Ecuador o que el avión ha dejado el espacio aéreo estadounidense para ingresar en el mexicano. No hay líneas visibles que marquen la mitad del mundo o que identifiquen las fronteras entre los países de un sistema inter-estatal. Los pasajeros podrán mirar por las ventanillas pero todo lo que van a lograr percibir es una topografía desprovista

de marcas sobre el terreno. Aun así saben que hay algo llamado "línea del Ecuador" que no existe como una línea trazada sobre ese país sino sólo como una ubicación geo-espacial y que existe una frontera sumamente controlada entre Estados Unidos y México; la diferencia de color que los mapas colocan sobre la geografía de ambos países es sólo un soporte visual con un propósito didáctico. Podemos prescindir de la prótesis gráfica proporcionada por las líneas entre los puntos/nodos del perímetro de un diagrama.

Lo mismo se puede decir de las representaciones topológicas del espacio. Tienen una función didáctica en la medida en que permiten transmitir ideas complejas de manera sencilla, pero lo hacen a costa generar una imagen estática de una estructura. Por ejemplo, la división tripartita de Estado, sistema político y sociedad civil. El Estado arriba afirma su primacía sobre los demás segmentos, la sociedad civil abajo sugiere una posición subordinada en el conjunto mientras que el sistema político en el medio sirve para indicar una mediación o conexión entre los otros dos. Pero no hay lugares claramente delimitados para estos ámbitos. Además, en las redes no hay arriba o abajo, y tampoco hay claridad acerca de dónde está la frontera entre uno y otro. En un golpe de Estado nadie toma un autobús y pide que lo lleve a las barricadas pues la división entre los bandos combatientes nunca es tan clara como para configurarse como piezas en un tablero de ajedrez. Expresiones como "las alturas del poder" o la "clase baja" son igualmente problemáticas. Nos remiten a una espacialidad estática y a una jerarquía a priori. La comunicación distribuida ofrece una opción para pensar el espacio de otra manera.

Borrar las líneas conectoras entre los nodos del perímetro de la imagen de la comunicación distribuida de Baran es sólo un paso. El siguiente es borrar también a todas las demás, con lo cual, visualmente, sólo queda un conjunto de puntos o nodos que representan bases militares, o si queremos ser más precisos, una heterogeneidad de grupos, prácticas de resistencia, modos de gobernar, etc. Lo que ya no vemos es la gráfica de las conexiones entre nodos. A primera vista da la impresión de que desaparece el sistema, pero no es así. Como en el ejemplo del vuelo en relación con las fronteras nacionales, los viajeros no pueden diferenciar a los países como lo harían al mirar un mapa —por sus colores, por los nombres impresos sobre su representación, o por líneas que indican la ubicación de las fronteras. Ven un espacio diferenciado sólo por la orografía del terreno. Pero a la ausencia de colores, etiquetas o líneas fronterizas no impide hablar de una partición del mundo en espacios nacionales diferenciados y de un sistema interestatal. Las líneas conectoras de las redes son una prótesis visual, no lo que define la sistematicidad en cuanto tal.



Un diagrama tiene profundidad

Las ilustraciones proporcionadas por Baran representan a las redes distribuidas en un e espacio bidimensional. Ello posiblemente se debe a que quisiera exponer el modelo de manera esquemática. Pero si bien la reducción de complejidad es útil para fines didácticos también genera algunos problemas debido a que borronea las sutilezas y lleva a algunos esquematismos. Una representación bidimensional lleva a la errónea impresión de que los observadores, o al menos algunos de ellos, son como jugadores de damas que miran el tablero y abarcan la totalidad del diagrama de nodos. Eso es a todas luces improbable. Todo observador está siempre situado; mira al mundo desde un lugar y un ángulo específico, por lo que el resultado de la observación no puede referirse a la totalidad en un sentido genérico sino a una perspectiva siempre parcial.

Marx lo decía a su manera: la visión del mundo depende del lugar que ocupemos en la estructura del modo de producción. Será distinta dependiendo de si se lo observa desde el lugar de los patrones que poseen los recursos económicos o desde la óptica de la miseria de trabajadores que sobreviven a duras penas con un salario mínimo. Lo mismo dice Nietzsche acerca del apropiarse del mundo como opción siempre situada, o Michel Foucault cuando discute a Nietzsche y describe el conocimiento como algo perspectivo. Podríamos ponerlo de manera menos cargada a la historia de las ideas e imaginarnos lo que ve un viajero espacial. Arriba o abajo no tienen mayor sentido para él. La observación depende de hacia dónde mire a medida en que se desplaza: los objetos ubicados en otra dirección necesariamente caen fuera de su campo de visión. Por eso necesitamos introducir en el esquema de Baran una tercera dimensión, la profundidad, para dar cuenta de que la observación de un sistema red se hace desde un ángulo específico y nos obliga a renunciar a toda pretensión de omnisciencia.

Corolario 1: la identidad de un diagrama es como la de una bandada de pájaros

El asunto es ver cómo entendemos la sistematicidad de un diagrama, algo que mencioné al hablar de eliminar de las líneas conectoras entre nodos pues ellas funcionan sólo como prótesis visual de un diagrama. A diferencia de lo que proponía Locke, quien se refría a la comunidad política como el "body politick" o cuerpo político, en los sistemas red el cuerpo no puede funcionar como metáfora de la sociedad. La portada del *Leviatán* representaba al soberano como un hombre gigantesco compuesto por una enorme cantidad de hombrecitos, sus súbditos. La democracia rompe con la idea del cuerpo del soberano como metáfora de la unidad de la sociedad; la comunicación distribuida la vuelve un arcaísmo irrelevante.

La sistematicidad o identidad del conjunto de nodos de una red asimétrica, metaestable, recombinante y con la dimensión de profundidad que caracteriza a un diagrama se debe entender como el estado del juego de relaciones o conexiones entre nodos en un momento dado. Totalidad es lo que los nodos hacen juntos. Francisco Basterra (2012) usó una metáfora apta para esto. Habla de "*una bandada de pájaros individuales, sin conexiones políticas convencionales, que sólo pueden identificarse por lo que hacen juntos*". En esta bandada hay coordinación y acción mancomunada en una coreografía infinitamente recombinante sin necesidad de tener un punto de comando central dirigiendo a cada una de las partes.

Wikipedia es un ejemplo de este tipo de cooperación. Es una enciclopedia en línea, pero también funciona como lo que Michael Hardt y Antonio Negri denominan, siguiendo a Marx, una puesta en acto del intelecto general que, para estos autores, es el principio de unidad del sujeto colectivo que denominan multitud. En el caso de Wikipedia este intelecto se refiere a una inteligencia colectiva resultante del trabajo de miles de colaboradores anónimos que construyen cotidianamente la base de información más ambiciosa y consultada del planeta. Lo hacen sin tener a alguien encargado de seleccionar a los participantes, coordinar sus tareas, evaluar su desempeño, castigar

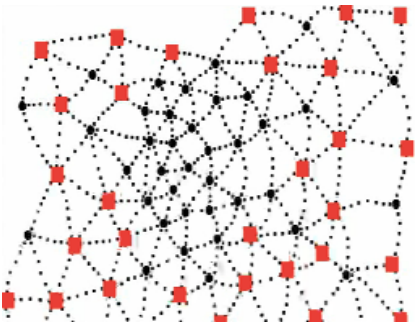
a los menos eficientes o premiar a los más productivos. No es que los artículos surjan de manera espontánea, sino que el modelo de trabajo de Wikipedia permite la cooperación sin necesidad de contar con una instancia superior de toma de decisiones como lo es, por ejemplo, el comité editorial de los proyectos más convencionales. Otro ejemplo de inteligencia colectiva al estilo de Wikipedia es la ocupación de plazas públicas por parte de los indignados españoles durante el 15-M. Se basó en comunidades urbanas autogestionadas sin jerarquías en las que los roles de cada uno rotaban regularmente. Esto nos indica que hay formas de colaboración que producen resultados —como una enciclopedia o la ocupación de un espacio público— a pesar de no tener un centro de comando y control o un director de orquesta coordinando a los ejecutantes.

La bandada de pájaros es, pues, una imagen visual de una totalidad de tipo distribuida, que corresponde a su vez a un rizoma, esto es, la noción de totalidad excéntrica y recombinante propuesta por Deleuze y Guattari. Pero, como toda metáfora, ésta facilita la expresión de una idea a costa de una reducción de complejidad que deja de lado cosas que deben contemplarse más tarde. Por ejemplo, en una bandada de pájaros no vemos el elemento de negatividad propio de las oposiciones entre colectivos antagónicos, discrepancias y disidencias entre participantes, el uso de estrategias de persuasión para convencer a los indecisos, el intercambio clientelar de favores por votos o lealtad, las crisis resultantes de la ruptura de acuerdos vinculantes, y el largo etcétera de experiencias conflictivas que pueblan la vida de los colectivos. La imagen de la bandada sirve sólo como prótesis visual, no como sucedáneo de la politicidad de un diagrama.

Corolario 2: el diagrama se desmarca de las representaciones topográficas de la sociedad

La versión modificada del esquema de comunicación distribuida de Baran se caracteriza por la asimetría en el peso y la efectividad de cada nodo, por la naturaleza metaestable del conjunto, la profundidad o tridimensionalidad de la red o diagrama y por la identidad basada

en la relación entre nodos que se coordinan sin un director de orquesta. Esta manera de concebir a los sistemas de conexión y acción mancomunada demuestra los límites de representaciones topográficas de la sociedad en términos de un modelo base-superestructura y las visiones jacobinas al cambio como refundación radical del orden. En un diagrama, el colapso de uno o más nodos no implica el colapso del sistema sino su reconfiguración con los nodos existentes. Como mencioné en el ejemplo de la colonia de hormigas, el diagrama de nodos es recombinante: en él, toda transformación está condenada a embarcarse en interminables guerras de interpretaciones y a tejer y destejer regiones del diagrama sin posibilidad alguna de encontrar el camino para deshacer definitivamente las bases de un orden que carece de un plano fundante.



Referencias

Abourahme, N. (2013), "'The Street' and 'The Slum'. Political Form and Urban Life in Egypt's Revolt", *City: Analysis of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action*, vol. 17, núm. 3, pp. 716-728.

AMIPCI, Asociación Mexicana de Internet (2015), presentación del "Estudio de hábitos de los usuarios de Internet en México" [www.amipci.org.mx/es/noticiasx/2241-alcanza-Internet-el-51-de-penetracion-entre-los-usuarios-potenciales-de-mexico-amipci].

Bartra, R. (2004), "La conciencia del exocerebro: Una hipótesis sobre los sistemas de sustitución simbólica", *Letras Libres* [www.letraslibres.com/revista/ convivio/ laconciencia- del-exocerebro].
Baran, P. (1964), "On distributed Communications: I. Introduction to Distributed Communications Networks", Santa Mónica, Cal., The Rand Corporation, Memorandum RM-3420-PR.
Bayat, A. (2011), "A New Arab Street in post-Islamist Times", *Foreign Policy*, núm. 26, enero [mideastafrica.foreignpolicy.com/posts/2011/01/26/a_new_arab_street].
Boal, A. (1980), Teatro del oprimido 1, México: Nueva Imagen.
Boal, A. (1988), *Legislative Theatre: Using Performance to Make Politics*, Londres y Nueva York, Routledge.
Castells, M. (2012), *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era del Internet*, Madrid, Alianza.
Comisión Europea (2001), *La gobernanza europea: un libro blanco*, Bruselas, COM 428 [eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0428&qid=1408728124493&from=EN].
Critical Art Ensemble (1996), "Desobediencia civil electrónica", [alepharts.org/pens/d ec_simul.html].
Deleuze, G. (1990), "¿Qué es un dispositivo?", en *Michel Foucault filósofo*, Barcelona, Gedisa, pp. 159-168.
Deleuze, G. (1995), "Postcripto sobre las sociedades de control", en *Conversaciones*, Valencia, Pre-Textos, pp. 277-286.
Deleuze, G. y F. Guattari (1988), *Mil Mesetas*, Valencia, Pre-Textos.
Derrida, J. (1977), *Posiciones*, Valencia, Pre-Textos.
Escobar, A. (2010), "Latin America at a Crossroads", *Cultural Studies*, vol. 24, núm. 1, pp. 1-65.
E-Marketer (2014), "Colombia Joins Top Three Smartphone Markets in Latin America", [www.emarketer.com / Article / Colombia-Joins-Top-Three-Smartphone-Markets Latin-America/1011750#sthash.qcZmjBeA.dpuf].
Fernández-Savater, A. (2014), "Política literal y política literaria (sobre ficciones políticas y 15-M)", en E. Serrano, A. Calleja-López, A. Monterde y J. Toret (eds.), *15MP2P: Una mirada transdisciplinar*

del 15-M, Barcelona, pp. 157-170, [tecnopolitica.net /sites/ default/files/15MP2P_Mayo2014. Pdf].

Foucault, M. (1988), "El sujeto y el poder", en H. Dreyfus y P. Rabinow, *Michel Foucault:Más allá de la hermenéutica y el estructuralismo*, México, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, pp. 227-244.

Graeber, D. (2011a), "On Playing By The Rules-The Strange Success of #OccupyWallStreet" [nakedcapitalism.com/2011/10/david-graeber-onplaying-by-the-rules-%E2%80%93-the-strange-success-of-occupy-wall-street.html].

Graeber, D. (2011b), "Occupy Wall Street's Anarchist Roots" [aljazeera.com/indepth/opinion/2011/11/2011112872835904508.html].

Gunitsky, S. (2015), "Corrupting the Cyber-Commons: Social Media as a Tool of Autocratic Stability", *Perspectives on Politics*, vol. 13, núm. 1, pp. 42-54.

Gunther, P. (2011), "Tahrir Square-Where Social Media Found a Footing: Traditional Urban Plazas as Crucible of Change", *The Huffington Post*, 18 de febrero [huffingtonpost.com/paul-gunther/tahrir-square-social-media_b_824795.html].

Haraway, D. (2000), "A Cyborg Manifesto" [1991], en D Bell y B.M. Kennedy (eds.), *The Cybercultures Reader*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 291-324.

Hardt, M. y A. Negri (2002), *Imperio*, Madrid, Paidós.

Lucas, N. (2015), "México despegará con el 4G y el Internet móvil en 2019", *El Economista* [eleconomista.com.mx/ tecnociencia/2015/03/06/mexico-despegara-4g- Internet-movil-2019].

Macpherson, C.B. (1968), *La realidad democrática*, Barcelona, Fontanella.

Magnette, P. (2003), "European Governance and Civic Participation: Beyond Elitist Citizenship?", *Political Studies*, vol. 51, núm. 1, pp. 144-160.

McLuhan, M. (1996 [1964]), *Comprender los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.

Mignolo, W. (2007), "Rafael Correa: it is 'change of epoch' rather than 'an epoch of changes'" [waltermignolo.com/rafael-correa-it-is-change-of-epoch-rather-than-anepoch-of-changes-1].
Ranciere, J. (1996), *El desacuerdo: política y filosofía*, Buenos Aires, Nueva Visión.
Ranciere, J. (2006), "Diez tesis sobre la política", en I. Trujillo (ed.), *Política, policía, democracia*, Santiago: LOM, pp. 59-79.
Roy, O. (2012), "The Transformation of the Arab World", *Journal of Democracy*, vol. 23, núm. 3, pp. 5-18.
Serrano, E, A. Calleja-López, A. Monterde y J. Toret (eds.) (2014), *15MP2P:una mirada transdisciplinar del 15M*, Barcelona, pp. 157-170 [tecnopolitica.net/sites/defau lt/files/15MP2P_Mayo2014.pdf].
Touraine, A. (1986), "La inútil idea de la sociedad, el hombre, las ideas y las instituciones", en F. Galván Díaz (comp.), *Touraine y Habermas: Ensayos de teoría social*, México, UAM-A/UAP, pp. 91-99.
Tsotsis, A. (2011), "Mubarak Shut Down the Internet, and the Internet Paid Him in Kind", Techcrunch [techcrunch.com/2011/02/11/feb11/].
Virilio, P. (2008), *Pure War*, Nueva York, Semiotext(e)/Foreign Agents.
Virno, P. (2003), *Gramática de la Multitud*, Madrid, Traficantes de Sueños.
Wray, S. (1997), "Electronic Civil Disobedience and the World Wide Web of Hacktivism: A Mapping of Extraparliamentarian Direct Action Net Politics", *Switch*, vol. 4, núm. 2 [switch. sjsu.edu/web/v4n2/stefan/].

8

Democracia digital y ciudadanía. El discurso político en Twitter

Juan Calvillo
Carlos Enrique Ahuactzin Martínez

Los estudios más recientes sobre la democracia se han ocupado sobre todo de descubrir las razones de su crisis en todas partes. Así, por ejemplo, autores como Krauze (1986), Morlino (2005), O´Donnell (2007), Meyer (2007), Roitman (2007) y Cansino (2009, 2014) señalan que la democracia real está muy alejada del modelo ideal, lo cual se traduce en bajos índices de satisfacción ciudadana con las prácticas democráticas.

En teoría, entre los muchos elementos que le pueden servir a la democracia para recuperar parte de su prestigio perdido destacan la participación, el debate, la educación, el acceso a la información, la fiscalización... Además, en nuestra opinión, Internet en general y las redes sociales en particular pueden contribuir al logro de esa meta, pues no olvidemos que fueron determinantes no hace mucho en los procesos de apertura conocidos como la Primavera árabe (Egipto, Túnez y Libia, entre otros) y los Indignados, (México, Estados Unidos, España y Grecia).

Aunque algunos de estos movimientos, como los europeos y los americanos, hayan sido más bien producto de la afirmación de la cultura política democrática en sociedades que no se conforma con las mentiras, los espejismos y las promesas incumplidas de la democracia; que no acepta la utilización perversa de la política por parte de sus representantes ni políticas económicas que sólo favorecen a las elites; sociedades que reclaman su inclusión y empoderamiento, sin detrimento de otros movimientos que reflejan la existencia de sociedades que comparten los valores democráticos y que los defienden contra actores políticos más atrasados política y culturalmente, y que, por lo mismo, utilizan estrategias propias de dictaduras o de regímenes totalitarios y autoritarios.

Lo relevante para nosotros es identificar en este ensayo la manera en que los ciudadanos ensayan formas de expresión, comunicación y participación distintas, centrándonos en los aportes de Twitter, red que, según Cansino (2014), da origen a un espécimen nuevo, el *Homo Twitter*, caracterizado por el rescate o reconstitución del *zoon Politikon,* de su ámbito de interacción social y de la democracia.

La mediatización y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) han establecido una relación polémica con el modo en que los ciudadanos participan de la vida política, pues se presentan como espacios inéditos de interacción comunicativa y simbólica, pero también como un nuevo recurso de los procesos de mediatización que utilizan los grupos dominantes para establecer modelos mentales con respecto al ideal de la participación democrática (Silverstone, 2004).

Por esta razón, cabe preguntar, siguiendo a Barber (2003), ¿cuál tecnología y cuál democracia están generando una visión promisoria de los nuevos esquemas de comunicación política? Sin caer en un determinismo tecnológico, conviene pensar que la tecnología acompaña los procesos de organización social, como un reflejo de lo que acontece en

las dinámicas de interacción cultural, que si bien la Internet ha devenido en un nuevo medio de expresión de la ciudadanía también es cierto que está compartiendo espacio, todavía, con los medios electrónicos e impresos tradicionales, que más allá de la heterogeneidad de las voces que pueden encontrarse en los *new media,* es posible distinguir líneas de construcción de los significados, que no siempre son reflejo de una mayor pluralidad ideológica, y que el impacto generacional del uso de las TICs difiere con respecto a los creadores y los herederos de un entorno tecnológico cada vez más dinámico.

Esta paradoja del modo como los individuos, en "la sociedad de la información", participan y se alejan de los procesos sociales y políticos que determinan la vida social, hace pensar en el llamado de Wolton (2000 [1999], p. 13) sobre la necesidad de "analizar los fenómenos de comunicación en sus dimensiones técnica, cultural y social, y compararlas con una visión de conjunto de la sociedad", toda vez que resulta difícil pensar, *a priori*, que la dominación técnica de la comunicación digital esté generando un cambio en las estructuras sociales y políticas.

Es necesario entonces, profundizar en el análisis de los comportamientos mediáticos y discursivos en Internet, que aún siguen siendo menores con respecto a los procesos de dominación comunicativa que se generan en los medios electrónicos tradicionales, pero que pueden significar una revolución de alcances y significados aún por estudiar y comprender.

En este sentido, sobre los procesos de comunicación política en la era de la información, si bien han utilizado los distintos soportes técnicos, no siempre puede pensarse que han derivado en esquemas de participación y deliberación pública. Al contrario, podemos pensar que las TICs plantean nuevos problemas de comunicación, considerando que los procesos de mediatización y mediación han aumentado por efecto de la multiplicidad de voces que los individuos reciben de los distintos dispositivos mediáticos. Piénsese, por ejemplo, en la sobreinformación que se genera a partir de los procesos políticos en coyunturas determinadas, y de la asimilación de los contenidos por parte de las audiencias.

Como refiere Couldry (2008), asistimos en los comienzos del siglo XXI a una "narrativización" (*storytelling*) de los acontecimientos, de tal manera que la "mediación", comprendida como la transformación de los modelos mentales de los individuos, con incidencia en las estructuras sociales, se ha vuelto una posibilidad latente en las sociedades mediáticas.

En tal sentido, las aplicaciones de la comunicación política a través de las TICs deberían incidir de alguna manera en lo que se ha concebido como la "democracia digital", un tipo de democracia que encuentra medios de expresión en los *new media* y que potencializa la discusión y deliberación de asuntos públicos.

Lo distintivo de estos procesos mediáticos consiste en la bidireccionalidad de la comunicación, que convierte a las audiencias en actores sociales y políticos, quienes pueden crear "comunidad" por efecto de la generación de tópicos, los cuales es posible registrar mediante el seguimiento y el análisis estadístico de las plataformas en función de los usuarios y las réplicas. Así ocurre en redes digitales como Twitter y Facebook, por ejemplo, sin que eso signifique necesariamente, como refiere Wolton (2000 [1999]), que se impacte en la transformación de las estructuras sociales. Sin embargo, sí es probable que la reiteración sistemática de ciertos tópicos genere una narrativa determinada, un "asunto" o *storytelling* que pronto adquiere sustancia narrativa para los usuarios. A partir de este nivel de *discursividad* puede hablarse de las posibilidades y los límites de la comunicación política digital.

En el caso de las redes sociales digitales, cobra relevancia una especial forma de comunicación que está ligada a la noción de un "espacio público virtual", y que abre las expectativas de los individuos para emitir mensajes en el ejercicio de la libertad. De este modo, puede pensarse en la existencia de "prácticas digitales" que van trastocando el modo como los ciudadanos observan y comprenden los procesos sociales y políticos.

En este tipo de sociedades, con necesidades de comunicación libre, las redes sociales digitales están inaugurando la posibilidad de situar a la democracia en el centro de la agenda de la discusión pública, considerando que no hay límites para la expresión libre de las ideas.

Por otro lado, conviene reconocer la dimensión pragmática de la comunicación digital y ver en ella, como ocurre con otras manifestaciones discursivas, una expresión de la sociedad con respecto a los asuntos públicos. En este sentido, ha de considerarse que:

> [...] lo que nosotros entendemos por "prácticas digitales", entonces, son estos conjuntos de acciones que involucran herramientas asociadas a las tecnologías digitales, los cuales son reconocidos por grupos específicos de personas como maneras de alcanzar determinadas metas sociales, representar identidades sociales particulares y reproducir universos específicos de relaciones sociales" (Jones, Chik y Hafner, 2015, p. 3).

En el plano de la representación social, las "prácticas digitales" concentran diversas dimensiones, tanto en la construcción de los mensajes como en los procesos implicados en la estructuración de la organización social y sus transformaciones. Por ello, el estudio de la comunicación digital y, más precisamente, de los discursos mediáticos, debe considerar cuando menos los siguientes aspectos:

> *Texto*: cómo diferentes tecnologías de articulación de sentido nos permiten combinar elementos semióticos para formar textos socialmente reconocibles que pueden ser usados para llevar a cabo diferentes tipos de acciones socialmente reconocibles.
>
> *Contexto*: las situaciones materiales y sociales en las cuales los textos son construidos, consumidos, intercambiados y apropiados.
>
> *Acciones e interacciones*: lo que la gente hace con los textos, especialmente lo que hacen con ellos y entre sí.
>
> *Poder e ideología*: cómo la gente usa los textos para dominar y controlar a otros, y crear ciertas "versiones de la realidad" (*Jones, Chik y Hafner*, p. 4)

En el ámbito de los procesos políticos, las redes sociales digitales crean comunidades a partir de intereses públicos y democráticos,

porque desarrollan *acciones e interacciones* que pretenden incidir sobre el ejercicio del *poder y la ideología*. En estos niveles de configuración discursiva y acción social, las redes como Facebook y Twitter están creando las condiciones de un diálogo más horizontal entre gobernantes y gobernados, sin que esa posibilidad implique *a priori* una transformación de las estructuras sociales ni la aceptación de un determinismo tecnológico.

Junto a la agenda de las instituciones y los medios, los ciudadanos comienzan a manifestar sus inquietudes democráticas a través de los medios alternativos, en términos del ejercicio y el control del poder. No obstante, pensar en una corriente de expresión ciudadana en el "nuevo espacio público" requiere también el establecimiento de condiciones mínimas para su estudio, clasificación y análisis.

En sentido estricto, las manifestaciones ciudadanas y políticas en los nuevos medios digitales implican la necesidad de articular un enfoque y un método que permitan el reconocimiento de flujos discursivos en función de sus contenidos y recursos retóricos, toda vez que los usos del lenguaje con fines sociales y políticos presentan una filiación indisoluble con su contexto y con la pretensión de impacto en los receptores, que se traduce en dos modalidades: persuadir y convencer.

En este sentido, el estudio de la comunicación política supone el establecimiento de estrategias de investigación que profundicen en el análisis de los mensajes de los líderes sociales, políticos e institucionales, considerando las intenciones persuasivas que prevalecen en los actos y los procesos comunicativos en contextos determinados, en función de las necesidades de legitimación de los gobiernos y las organizaciones políticas. Suponer un nivel de persuasión implícita en los mensajes políticos, como un mecanismo de interacción comunicativa, plantea una perspectiva de investigación que coloque al discurso como la unidad de análisis de los procesos de legitimación, en la esfera de la mediatización y del espacio público. Por ello, debe considerarse que la sociedad de la información, como paradigma social y comunicativo de los estados contemporáneos, establece condiciones de apropiación de los mensajes mediáticos, que inciden en la percepción de una realidad construida.

Bajo estas premisas, un punto de partida es considerar que todo parece ocurrir, todo acontece en, por y para los medios, como si se tratase de una alteridad colectiva que da constancia de los procesos sociales y políticos, con una pretensión de verosimilitud nunca antes vista ni pensada. Esta pretensión de lo verosímil en el discurso político impone una concepción retórica en la configuración de los mensajes, con sus propios recursos, articulando a los actores, los escenarios y los motivos en una lógica narrativa donde las polaridades se hacen presentes, y en virtud de las necesidades de legitimación se visibiliza o invisibiliza a los aliados o a los oponentes.

En su dimensión simbólica, los discursos políticos, en sus distintas modalidades, están creando nuevas formas de comprensión, explicación e interpretación de los procesos políticos y de la toma de decisiones en contextos comunicativos cada vez más heterogéneos. Esta heterogeneidad comunicativa ha devenido en la proliferación de nuevos géneros discursivos, que van desde los esquemas genéricos hoy tradicionales, como el discurso político de interacción directa (el político comunicándose cara a cara con los ciudadanos), pasando por la comunicación mediada de la televisión y la radio (políticos y líderes institucionales comunicando políticas y programas sociales, por ejemplo), hasta los discursos creados en, a través de y para la llamada blogosfera.

Así, por ejemplo, en México, la participación de la ciudadanía *online* está ligada con las nuevas generaciones,[1] y va disminuyendo en la medida que la edad de la población avanza. Asimismo, el uso de las TICs es más frecuente en los individuos con más instrucción educativa, lo que convierte al ciberespacio en un "lugar" de "discusión pública" que aún debe fortalecer sus procesos de inclusión tecnológica, dado que no existe un acceso universal a estos nuevos canales de comunicación política y al dominio ciudadano de las plataformas mediáticas, como se puede constatar en los últimos informes de la OCDE (2015) (ver Tabla 1).

[1] El activismo político en 2012, 2013 y 2014 en México ha recurrido al uso de las TICs, como refiere Ávalos (2014), y se da no sólo en contextos electorales a nivel nacional, sino también en situaciones de inconformidad y riesgo a nivel local.

Tabla 1
Participación en la economía digital por edad en México

Rango de edad	Porcentaje
16 a 24	68.1
24 a 64	41.7
64 a 74	6.3

Fuente: elaboración propia con datos de OCDE (2015a)

Como refiere la OCDE (2015), la población más joven está usando Internet, tendencia en la que participa México. Esta situación se combina con la variable "educativa" y con la variable "tipo de actividad *online*".

Asimismo, debe considerarse que la población mexicana, en la medida que participa de las TICs, tiene la posibilidad de expresar sus opiniones políticas a través de las distintas redes digitales. Sin embargo, esta posibilidad de participación en la Red no implica necesariamente una bidireccionalidad comunicativa en torno a la discusión de problemas sociales y políticos, como podría suponerse.

Además, paradójicamente, mientras existe una mayor inquietud por participar, a través de Internet, en la vida política, en el ámbito de la regulación de las telecomunicaciones, México sigue presentando una dominación del mercado informático, que debe ser atendida y resuelta por el nuevo Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), ya que como señala la OCDE:

> Telmex, el operador dominante en el mercado de telefonía fija, posee 80 por ciento de participación del mercado, en tanto que Telcel, empresa de telefonía móvil, tiene 70 por ciento de participación en su mercado correspondiente. Estudios de la OCDE han sugerido que en México los precios aplicables a la transmisión de datos son relativamente elevados (OCDE, 2015b, pp. 19-20).

Este dominio del mercado, que se concentra en la participación de América Móvil, propietaria de las empresas referidas, implica un

debate sobre las condiciones de competitividad en el mercado de las telecomunicaciones, y la creación de condiciones mínimas no sólo para diversificar la inversión en el sector, sino sobre todo para establecer puntos de congruencia entre el avance tecnológico y la participación política en el fortalecimiento de la *democracia digital*.

Twitter y política

Si aceptamos la tesis sartoriana de que la TV llegó demasiado temprano a la humanidad y que se ha vuelto contra ella, nos adentramos en los terrenos del análisis de su influencia en la política, preguntándonos al mismo tiempo ¿qué ha llegado a tiempo a la humanidad? ¿la bomba nuclear? ¿la Ilustración? ¿el teléfono? Si consideramos que las masas, como decía Michels (1972, p. 15), "son incapaces de participar en el proceso de toma de decisiones, y necesitan un liderazgo fuerte", podemos entender que exista en ellas "una necesidad inmensa de dirección y guía" (Michels, 1972, p. 97) y que, por lo tanto, sean manipulada por los políticos profesionales de acuerdo a sus intereses. Por lo tanto, los rasgos negativos que Sartori achaca a la TV han existido desde siempre, los filósofos griegos ya los habían detectado en su época. Por otra parte, que las élites políticas y hayan sabido usar eficientemente la TV muestra que para ellas llegó justo a tiempo.

Cierto es, y no basta con reconocerlo y señalarlo, que la TV agrava de manera exponencial estas características negativas, cuya centralidad justifica la emergencia de términos tales como "videopolítica", "telecracia" o "teledemocracia", aunque lo más preocupante es la involución biológica e intelectual que produce, como atinadamente señala Sartori (1998), del Homo Sapiens al Homo Videns, por la exposición permanente al bombardeo de imágenes y la consecuente pérdida de capacidad de abstracción y de raciocinio, de pensamiento lógico, produciendo un ser apático e ignorante.

Es en este contexto que debemos analizar los aportes de las redes sociales, especialmente de Twitter, como vehículo de expresión y participación, principalmente de los jóvenes, que de esta manera se

mantienen informados y deciden las formas de participar en los problemas de su tiempo, sin olvidar que los políticos profesionales también intentan utilizarlo para su beneficio, como los así llamados gobiernos electrónicos o los famosos *bots* (cuentas robots que son utilizadas para difundir información automatizada y crear falsas tendencias, que los mismos periodistas han señalado como práctica común).

Sin olvidar los retos que las redes sociales enfrentan en países en desarrollo, como la "brecha tecnológica", que se traduce en que menos del 30 por ciento de la población en México tiene acceso a dichas TICs, mientras que el acceso a la TV es superior al 90 por ciento.

Hablando del usuario de Twitter, Cansino (2014) señala que el Homo Twitter alcanzó sus máximas facultades en su tentativa de ser elocuente, en la brevedad, en el esfuerzo de la síntesis. Ahora es la concisión lo que determina al ser humano, la economía del lenguaje, la ligereza del tuit. Es un ser nuevo que no renuncia a la interacción con sus semejantes, se niega a ser una esponja receptora pasiva de imágenes, por lo que reacciona a todos los estímulos que recibe, opina, critica, convalida, rechaza, repudia.

Sin embargo, no debemos sacralizar a Twitter. Estudios recientes, como los citados por Reyes (2015), advierten que los jóvenes dedican mucho más tiempo a Internet que a otras actividades cotidianas presenciales. El costo es el alejamiento de la familia, los amigos o la naturaleza, y es entonces cuando se puede considerar excesivo el empleo de estas tecnologías, amén de que gran parte de los problemas modernos, como el tráfico de drogas, los secuestros, la violencia, la trata de mujeres, etcétera, pueden ser estimulados por las redes sociales.

Reyes (2015) recoge algunos señalamientos de intelectuales que ven más peros que pros en el uso de redes sociales. Por ejemplo, Umberto Eco señala que "las redes sociales promueven la invasión de los imbéciles, ya que dan el derecho de hablar a legiones de idiotas", y prosigue, "Si la televisión había promovido al tonto del pueblo, ante el cual el espectador se sentía superior, el drama de Internet es que ha promovido al tonto del pueblo como el portador de la verdad". Por su parte, Zigmund Bauman afirma que "el éxito de portales como Facebook se debe al temor de estar solo y ser rechazado" ya que, usando palabras de Chomski, "la red crea una sensación equivocada

de pertenencia y autonomía, pues al construir relaciones basadas en interacciones digitales, sólo se construye una falsa idea de amistad, superficial y limitada".

Esto nos lleva a considerar que, como señala Santos (2012), los movimientos a partir de las redes sociales son magnificados, pues ni son la solución a los problemas actuales ni desatarán las revoluciones que modificarán a los Estados-nación, al contrario, pueden generar mayor dependencia tecnológica que proveen las multinacionales, y tampoco son movimientos tan nuevos, pues tienen su base en otros anteriores que se desarrollaron sin Internet, con la comunicación directa.

Además, más allá de las redes sociales, existen otras fuerzas económicas y políticas que se están desarrollando y buscando formas de expresión distintas, como las candidaturas independientes, el ausentismo electoral, la anulación del voto, las protestas en redes sociales, sin llegar al movimiento social. En síntesis, las formas de protesta se han diversificado.

El endiosamiento de las redes nos puede impedir ver que gran parte de su contenido es insulso, aunque una parte sea brillante y original. El problema es que la cultura corre el riesgo de quedarse nuevamente en una minoría. Esto no podemos justificarlo.

Las implicaciones de Twitter

Es cierto que ha nacido un nuevo espécimen, el Homo Twitter, el cual, como sostiene Cansino (2014), "ha revalorado el gusto por la escritura, el sentido y la pertinencia del debate, ha reivindicado la comunicación horizontal, la confrontación de ideas y opiniones, la letra sobre la imagen", pero también debemos señalar que este espécimen sigue siendo minoría. Ello descalificaría la tesis de que las redes sociales, y en particular Twitter, sean la moderna ágora de deliberación y confrontación de ideas y opiniones, la nueva plaza pública virtual, a no ser que aceptemos que tiene las mismas deficiencias que el ágora ateniense; es decir, es un espacio público donde solo las minorías (hombres libres) podían discutir los temas que afectaban a todos.

Como señala Strikovsky (2000, p. 2): "Internet y las nuevas redes electrónicas de información se han convertido en un indispensable instrumento de expresión política de los organismos de la sociedad civil y, eventualmente, en instrumentos de presión nacional e internacional", siempre que estos inicien desde abajo, pues nacer en el lado opuesto cancelaría toda su potencialidad democrática.

Procesos políticos, discurso y Twitter

En este sentido, como plataformas que dan cuenta de la generación y el desarrollo de los procesos políticos, las TICs permiten plantear nuevas interrogantes sobre la manera como los ciudadanos se hacen presentes en el "nuevo espacio público".

Algunos estudios recientes (Aguirre, 2012; Salgado, 2013; Zires, 2014; Ávalos, 2014; Menéndez, 2014; Castelo, 2014; Espino, 2014) han demostrado que la relación entre los procesos sociales y políticos y el uso de las redes sociales digitales va en aumento, y contempla la incorporación de nuevas estrategias de mediatización, como la aceleración informática en la Red y la bidireccionalidad de las comunicaciones, lo que está produciendo nuevos comportamientos mediáticos, en función de las necesidades de vinculación con el hipertexto, conocida en términos coloquiales como la "viralización" de los mensajes.

No obstante, el campo de incidencia de las redes sociales digitales encuentra su mayor fuerza en la adopción de un discurso deliberativo, requisito indispensable para generar un diálogo entre ciudadanos y autoridades. Visto en perspectiva, el discurso político, de origen ciudadano, busca establecer un contrapeso de las formas de dominación y alienación del Estado y sus instituciones. En este aspecto, Aguirre (2012, p. 54) piensa que "la democracia participativa, a través de los *new media*, puede revertir esta alienación de la delegación del poder porque busca sujetar a los representantes y a las instituciones políticas".

En el caso de Twitter, Salgado (2013) ofrece un diagnóstico de su uso en el desarrollo de la campaña electoral en México durante 2012, a partir de dos interrogantes claves: "quién tuiteaba y para quiénes lo

hacía" y ¿qué se tuiteaba? En su estudio se revela que estuvo presente una "efervescencia del tema electoral en Twitter", incluso que "algunos *trending topics* determinaron la agenda mediática de la contienda política" y hace énfasis en que la población joven estaba dispuesta a "valerse de las redes sociales para hacer escuchar sus demandas por una verdadera democracia". Cabe señalar, además, que en este proceso electoral se dio la manifestación mexicana digital en torno al movimiento #YoSoy132, que se ha concebido como una muestra de la nueva cultura política *online*. Asimismo, Salgado reflexiona y apunta que es necesario comprender estas formas de expresión en la Red en función de otras formas de movilización, de tal manera que sea posible comprender los alcances y limitaciones de las TICs y las capacidades de interacción con el poder institucional, que no siempre da cabida y cauce a las expresiones ciudadanas.

En el caso de Twitter y la socialización de problemas derivados de la violencia en México, Zires (2014) ha documentado el comportamiento mediático del *hashtag* #verfollow en Veracruz, desde la perspectiva del surgimiento y la constitución de una "comunidad virtual". Se trata de una práctica comunicativa en respuesta a la persistencia de la violencia en uno de los estados que más ha sufrido los efectos de las acciones de las organizaciones delictivas. El estudio revela "la potencia de estos espacios de interacción pública" y considera que los *hashtags* son "espacios virtuales de articulación y discusión entre los usuarios de Twitter alrededor de un tema" (Zires, 2014, p. 121). Esta capacidad de articulación comunicativa y simbólica del *hashtag* permite, en consecuencia, formar comunidades virtuales. En el periodo analizado, de 2011 a 2014, se describe la formación de la comunidad virtual y sus implicaciones en términos de la creación de un "lenguaje particular" para dar cuenta de los acontecimientos violentos sin poner en riesgo a los actores sociales involucrados, toda vez que se dio la búsqueda y detención de algunos "tuiteros" acusados de *ciberterrorismo* por las autoridades locales. Zires (2014, p. 143) concluye poniendo de relieve la posibilidad que ofrece Twitter para crear una "cultura de comunicación libre" y el comportamiento de los ciudadanos en la Red, en respuesta a las acciones derivadas de "la violencia, el autoritarismo

y la censura", sin "idealizar estos espacios como si fueran reinos puros y no estuvieran filtrados por sectores generadores de múltiples violencias". Desde esta perspectiva, Twitter se ofrece como un nuevo espacio público, que puede albergar y articular la respuesta de la ciudadanía ante problemas graves, pero que no está exento de la vigilancia y el control institucional.

Como ejemplo de movimientos sociales juveniles, Ávalos (2014) documenta y analiza la participación de grupos disidentes en 2013 y 2014, como #Detenme1Dmx, #PosMeSalto, #ContraElSilencioMX o #NoMásPoderAlPoder, los cuales "confirman el papel de los jóvenes alfabetizados mediáticamente como actores del cambio social en el escenario sociopolítico en México" (Ávalos, 2014, p. 165). En estos casos, el uso de *hashtags* ha sido el punto de partida y convergencia de la expresión e interacción disidente de jóvenes mexicanos, quienes han manifestado sus demandas a las autoridades institucionales y establecido programas de acción, incluyendo la movilización *in situ*.

Lo que evidencia Twitter en los casos anteriores es la participación de actores sociales en acontecimientos políticos, desde un activismo *online*. Esta implicación de Twitter en la vida política es lo que ha generado un interés particular para el estudio de la ciencia política. En efecto, como refiere Menéndez (2014, p. 76):

> La discusión académica se centra en Twitter. No tanto por su expansión cuantitativa aún superada por Facebook o YouTube, sino por los efectos de poder que provoca sobre la lucha política y social tanto como sobre sus usuarios quienes asumen las características de un nuevo tipo de militante político:el ciberactivista o cibermilitante.

De su estudio, Menéndez (2014) identifica dos tendencias del uso de Twitter que si bien son resultado del análisis del contexto argentino se visualizan como posibles en el entorno mexicano: la expresión de la ciudadanía en situaciones de conflicto y en situaciones de consenso. Piénsese, por ejemplo, además de los casos presentados por Salgado (2013) y Zires (2014), en el conflicto actual sobre "los 43 desaparecidos de Ayotzinapa" y la discusión sobre la aprobación

e implementación de las "Reformas estructurales", que aún siguen generando opiniones encontradas en la Red.[2]

Sobre los usos discursivos que resultan de la expresión ciudadana y política en situaciones de conflicto y situaciones de consenso, se encuentran modalidades del lenguaje que buscan la confrontación y la discusión de los asuntos y/o problemas públicos, que no siempre alcanza un esquema argumentativo dada la brevedad del mensaje, pero sí dan cuenta de un discurso político que busca las bases de una democracia deliberativa digital. Bajo esta perspectiva, Castelo (2014) analiza el discurso de la agresión en Twitter en el contexto argentino y clasifica las expresiones en tres subgéneros: la polémica, la sátira y la invectiva. El uso de estas modalidades discursivas se debe a dos condiciones enunciativas: a la necesidad de asumir una posición política de enfrentamiento y a la brevedad del mensaje, que requiere incorporar efectos retóricos para intensificar la expresión lingüística. En su análisis, también revela que Twitter es utilizado por los políticos institucionales para dar cuenta de su agenda y para promover positivamente su imagen, por lo que más que representar para ellos un espacio de discusión pública es un espacio de *confort*, pues "disimula la falta de contenido de su discurso" (Castelo, 2014, p. 627). Esta paradoja del discurso político en Twitter, su elocuencia ciudadana y su uso institucional, plantea a las autoridades la necesidad de mantener una vigilancia del modo como se producen los mensajes y del modo como alcanzan la categoría *Trending Topic*, pues en tanto espacio libre también participa de la propagación de los discursos dominantes.

En un análisis sobre la política en Internet, Espino (2014) refiere que la incorporación de la Web 2.0 no ha representado un espacio de interacción para los líderes político-partidistas a nivel mundial, aunque sí se considera la campaña electoral de Obama en Estados Unidos en 2008 como un ejemplo de la comunicación horizontal e interactiva y de sus capacidades de organización política.

[2] Frente a la opinión pública derivada del periodismo "institucional", Twitter está constituyéndose como una plataforma mediática que permite dar cuenta de las "otras opiniones públicas", y está evidenciando los "efectos técnicos" del periodismo controlado, en el sentido de Finger y Moatti (2010, p. 191): "Desde hace tiempo, uno de los talentos y una de las técnicas también del periodismo consistía en saber terminar la información a partir de elementos discordantes, contrastados, incluso erróneos. A partir de una masa de materiales brutos, se trataba de extraer un mensaje esencial y de proponerlo al público".

En el ámbito mexicano, en un ejercicio de seguimiento mediático *online* de 81 políticos en 2011, se encontraron los siguientes resultados:

> [...] biografías de Wikipedia (81), Facebook (80), Twitter (72) representan los recursos más utilizados por la mayoría. El siguiente es el correo electrónico (56 casos) y en tercer lugar el canal personal en YouTube (29 casos). En el caso de Twitter, se encontraron cuentas inactivas, considerando sólo 72 perfiles de políticos. La mayoría de las suscripciones fueron recientes: 6 políticos tenían más de dos años; 29 tenían de 12 a 21 meses; 13 tenían entre 7 y 11 meses; y 23 tenían 6 meses o menos (Espino, 2014, p. 57).

Finalmente, el análisis concluyó que los políticos mexicanos del *corpus* "emiten, en promedio, 96.9 tweets cada mes" (*ibid*., p. 57). De este modo, se evidencia que en el "caso de México los políticos no participan en el nuevo modelo de convergencia" (*ibid*., p. 59) comunicativa digital. Además, la tendencia, parece demostrarse, se orienta a que "los nuevos medios sociales sirven para el desarrollo de la sociedad de consumo no para construir una democracia deliberativa" (*ídem*). En realidad, las TICs, especialmente Twitter, se han utilizado por los políticos-partidistas para crear y fomentar una imagen política mediante mensajes unilaterales con fines promocionales.

En términos de la configuración de un discurso político verdaderamente deliberativo, Twitter representa una plataforma mediática que les permite a los ciudadanos establecer relaciones de solidaridad y cooperación en situaciones de conflicto, en primer lugar, y en situaciones de consenso, en segundo término. Por otro lado, la bidireccionalidad de la Web 2.0 no ha representado un espacio de comunicación horizontal entre gobernantes y gobernados ni entre representantes y representados. Esto supone que el Homo Twitter constituye una posibilidad y una visión política en ciernes, que requiere del fortalecimiento de valores democráticos y de mayores condiciones de convergencia mediática, a fin de hacerse escuchar en un entorno comunicativo vigilado y dominado por actores y organizaciones políticos, cuyas acciones se articulan por una lógica económica de consumo.

Los retos de Twitter

Explotar las ventajas de Twitter y de las redes sociales puede ayudar a las sociedades a transformar su forma de gobierno, contribuyendo a democratizar la democracia. Claro que puede servir para crear y promover hombres libres y de código abierto, pero también, para alejarlos de la realidad. Como advierte Prieto (2008), Internet y Twitter pueden contribuir a la democracia de muchas maneras, una de las más importantes es que posibilita una mayor participación de los ciudadanos en una enorme diversidad de temas y espacios de acción, y puede ser una vía mediante la cual los representantes políticos pueden mantener un contacto más directo y fluido con sus electores.

Pero, así como es la esperanza para construir una democracia, si no directa al menos si más participativa e informada, también fue la puerta para que, observando el caso de Estados Unidos y la campaña de Obama, políticos de todo el mundo entendieran el camino de la política moderna. Hoy la democracia se juega en Twitter, pero también la política. Internet es un camino para que los candidatos puedan solicitar votos, recibir propuestas y concitar apoyos, si lo hacer bien, porque también puede servir para traicionar la voluntad popular, los fraudes cibernéticos son el riesgo, recordemos el tristemente episodio del algoritmo Hildebrando en México que permitió poner un presidente impopular.

En países desarrollados Internet permite dinamizar la burocracia, en ellos cada vez más los gobiernos ponen a disposición de sus ciudadanos muchísima información sobre trámites, servicios o beneficios a los que pueden acceder. Otra ventaja es que Internet permite fiscalizar la labor del gobierno y los funcionarios. No son pocos los casos de extorsiones, abusos, carencias, que se han dado a conocer por este medio. Otro elemento negativo es el control que puede ejercerse sobre él. En este caso específico, la misma Red estaría siendo utilizada para desarrollar prácticas de vigilancia propias de sistemas políticos nada democráticos, perpetrar fraudes, extorsiones, etcétera.

Otras ventajas son que podría apoyar la expresión de la voluntad popular como la consulta pública, el plebiscito o el referendo. Podría

aumentar la información disponible así como las fuentes de esa información tanto a nivel de accesibilidad a los datos como de interacción dinámica con ellos, lo que posibilitaría hacer una mejor elección.

También reduce los costos de movilización para los sujetos que no tienen acceso a los medios masivos. La comunicación política de Internet puede desestabilizar los órdenes de la comunicación política y conducir a ciertas formas de desempoderamiento de las estructuras políticas establecidas, cuando el sistema de medios tradicional es particularmente concentrado y conservador.

Internet ofrece a los ciudadanos más posibilidades de participación en los procesos de decisión pública mediante los mecanismos de consulta y voto electrónicos, cuando el acceso y el uso de las tecnologías de la información están suficientemente difundidos en la sociedad. Como espacio de interacción comunicativa, como ocurre en Twitter, representa una apuesta importante para impulsar y desarrollar esquemas discursivos que propicien la discusión y la deliberación pública. Incluso, debe pensarse que su potencialidad mayor estriba en la generación de procesos de inclusión social, que ciertamente inician en la Red pero que tienen probable incidencia en las estructuras sociales. Se trata, en suma, de una condición comunicativa que hace posible tanto un discurso incluyente como una entrada a la democracia digital, siempre y cuando se mantenga la convergencia mediática tanto entre gobernantes y gobernados como entre representantes y representados. Asimismo, este tipo de comunicación le otorga presencia y visibilidad a grupos y movimientos sociales, que participan en la construcción de un nuevo modelo de comunicación política, donde las redes sociales digitales son el preámbulo de una restitución del *ser político*.

Referencias

Ackerman, J. (2015), *El mito de la transición democrática*, México, Planeta.

Aguirre Sala, J.F. (2012), "El fortalecimiento de la ciudadanía participativa a través de los *new media*", *Estudios Sociales*, vol.

20, núm. 39, pp. 40-64 [scielo.org.mx/pdf/ estsoc/v20n39/ v20n39a2.pdf].

Ávalos González, J.M. (2014), "Disidencias juveniles y medios digitales en México: ¿una coyuntura con elementos de futuro para la participación política?", *Argumentos*, vol.27, núm. 75, pp. 147-170 [scielo.org.mx/pdf/argu/v27n75/v27n75a8.pdf].

Barber, B.R. (2003), "Which Technology and Which Democracy?", en H. Jenkins y D. Thorburn (eds.), *Democracy and New Media*, Londres, MIT Press, pp. 33-47.

Cansino, C. (2009), *El evangelio de la transición y otras quimeras del presente mexicano*, México, Debate.

Cansino, C. (2014), "Diez tesis acerca del Homo Twitter [textoshereticos.word press.com].

Cansino, C., S. Schmidt y G. Nares (2014), *¿Democratizando la democracia? De la Primavera árabe a los Indignados*, México, Juan Pablos.

Castells, M. (2001), *La galaxia Internet*, Barcelona, Editorial Areté.

Castelo, S. (2014), "#PolíticosViolentos. Un análisis de la agresión en el discurso político en Twitter", *Revista SAAP*, vol. 8, núm. 2, pp. 609-629 [scielo.org.ar/pdf/rsaap/v8n2 /v8n2a09.pdf].

Espino Sánchez, G. (2014), "La política en Internet, ¿de la mediatización a la convergencia digital?", *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales,* núm. 65, pp. 39-63 [scielo.org .mx/pdf/conver/ v21n65/v21n65a2.pdf].

Finger, S. y M. Moatti (2010), *L'effet-médias. Pour une sociologique critique de l'information*, Paris, L'Harmattan.

Gil Calvo, E. (2011), "La cuarta ola democratizadora", *El País*, 11 de marzo, p. 7. Madrid [elpais.com/diario/2011/03/11/ opinion/1299798004_850215.html].

Hague, B.N. y B.D. Loader (2005) [1999], "Digital Democracy: An Introduction", en *Digital Democracy. Discourse and Decision Making in the Information Age*, Londres, Routledge, pp. 3-22.

Hjarvart, S. (2013), *The mediatization of Culture and Society*, Nueva York, Routledge.

Jenkins, H y D. Thorburn (eds.), (2003), *Democracy and New Media*, Londres, MIT Press.

Jones, R.H., A. Chik y C.A. Hafner (2015), "Introduction. Discourse Analysis and Digital Practices", en R.H. Jones, H., A. Chik y C.A. Hafner (eds.), (2015), *Discourse and Digital Practices. Doing discourse analysis in the Digital Age*, Londres, Routledge, pp. 1-17.

Krauze, E. (1986), *Por una democracia sin adjetivos*, México, Joaquín Mortiz/Planeta.

Menéndez, M.C. (2014), "¿Está cambiando la comunicación política entre legisladores y ciudadanos? Un análisis del uso de Internet por parte de los políticos", *Temas y Debates*, núm. 27, pp. 75-98 [scielo.org.ar/pdf/tede/n27/n27a03.pdf].

Merino, M. (1993), *La democracia pendiente*, México, FCE.

Meyer, L. (2007), *El espejismo democrático*, México, Océano.

Michels, R. (1972), *Los partidos políticos*, vol. 1. Madrid, Amorrortu.

Moore, R.K. (2005) [1999], "Democracy and Ciberspace", en B.N. Hague, y B.D. Loader, *Digital Democracy. Discourse and Decision Making in the Information Age*, Londres, Routledge, pp. 39-62.

Morlino, L. (2005), *Democracias y democratizaciones*, México, Cepcom.

O'Donnell, G. y P. Schmitter (2010), "Revisando la democracia delegativa" [clubpolitic oargentino.blogspot.com/2010/01/revisando-la-democracia-delegativa.html].

O´Donnell, G. y P. Schmitter (2007), *Disonancias. Críticas democráticas*, Buenos Aires, Prometeo Libros.

OCDE (2015a), "Digital Economy by Age" [oecd.org/centrodemexico/estadísticas].

OCDE (2015b), "Estudios económicos de la OCDE México. Visión general" [oecd.org/ economy/surveys/Mexico-Overview-2015%20Spanish.pdf].

Ollivier-Yanive, C. (2010), "Discours politique, propagande, communication, manipulation", *Mots*, núm. 94, pp. 31-37 [mots.revues.org/index19857.html].

Priego, Moreno, A. (2011), *La Primavera árabe: ¿una cuarta ola de democratizaciones? UNISCI,* Discussion Papers núm. 26, mayo.

Prieto, D.R. (2008), "Internet y democracia" [encuentra.com/sin-categoria/Internet_ y_democracia12590].

Reyes, M. (2015), "Usuarios de Redes Sociales ¿una legión de idiotas?", 6 de octubre [geeks.e-consulta.com/index.php/component/zoo/item/usuarios-de-redes-sociales-una-legion-de-idiotas].

Roitman, M. (2007), *Democracia sin demócratas*, Madrid, Ediciones Sequitur.

Salgado Andrade, E. (2013), "Twitter en la campaña electoral de 2012", *Desacatos*, núm. 42, pp. 217-232 [scielo.org.mx/pdf/desacatos/n42/v42a13.pdf].

Sánchez Rebolledo, A. (2015) [lajornadadeoriente.com.mx/2015/10/15/latino barometro-

Santos, T. Dos (2012), [lajornadadeoriente.com.mx/noticia/puebla/movimientos-a-partir-de-las-redes-sociales-de-Internet-son-magnificados-dos-santos_id_ 12474.html].

Sartori, G. (1998), *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

Silverstone, R. (2004) [1999], "Mediatización", en *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu, pp. 32-40.

Strivosky, S. (2000), "La democracia en la era digital", *Razón y Palabra*, núm. 17, Atizapán de Zaragoza [cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n17/17sstrikovsky .html].

Valenzuela, A. (1989), *El quiebre de la Democracia en Chile*, Chile, FLACSO.

Vedel, T. (2003), "Political Communication in the Age of the Internet", en P.J. Maarek y G. Wolfsfeld (eds.), *Political Communication in a New Era*, Londres, Routledge, pp. 41-59.

Wolton, D. (2000) [1999], *Internet, ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación,* Barcelona, Gedisa.

Zires, M. (2014), "Violencia, redes sociales y procesos de subjetivación política: El caso de #verfollow en Veracruz", *Argumentos*, vol. 27, núm. 75, pp. 119-144 [scielo.org.mx /pdf/argu/v27n75/v27n75a7.pdf].

9

Twitter: estructura y prácticas sociales

Jorge Calles Santillana

Antes que nada, unas cuantas reflexiones (acciones de autoclarificación) que son al mismo tiempo declaraciones (toma de posición frente a los lectores) acerca del tema y el enfoque con el que aquí es tratado. Las redes sociales, en general, y Twitter, en particular, no pueden sino resultar fascinantes para un académico que inició su vida universitaria en la década de los setenta, en el área de las ciencias de la Comunicación y que recuerda con mucha claridad que uno de sus profesores de sus primeros cursos de licenciatura anunció que en la universidad de la que provenía (Ohio State University, donde acababa de obtener su doctorado) se experimentaba una nueva tecnología que revolucionaría el campo de la comunicación "de manera inimaginable". El profesor se refería al videocasete. Este hecho que hoy resulta ser una anécdota graciosa —cada vez que en un salón de clases refiero la historia, mis estudiantes, jóvenes todos, estallan en una muy sonora carcajada— fue un episodio que marcó mi vida profesional.

Corría el año 1974. En México se vivían aún las secuelas de los eventos de la matanza de Tlatelolco y el gobierno de Luis Echeverría se esmeraba en forjar una imagen de país nuevo. El movimiento estudiantil del 68 representaba, muy probablemente, el cuestionamiento más

crítico que el autoritarismo estatal había recibido en los últimos tiempos; el régimen, por tanto, se hallaba compelido a recomponer sus estructuras de autoridad porque sus actores sabían bien que los cimientos del edificio del poder habían sufrido grietas de considerable importancia. Pero México no era el único país cuya atmósfera político-cultural se encontraba convulsionada. Buena parte de la comunidad internacional enfrentaba también múltiples sacudimientos, motivados en gran medida por las transformaciones culturales que estaban ocurriendo desde por lo menos una década antes. La economía mundial, reorganizada durante los años de la posguerra, propiciaba el reacomodo no sólo de las fuerzas productivas sino de los tradicionales actores sociales, al tiempo que promovía la aparición de otras y otros. Las sociedades de ese tiempo, como entramados simbólicos, se desdibujaban, se reconfiguraban, se resignificaban.

El videocasete que tantas sorpresas prometía al mundo de la comunicación era sin duda uno de los múltiples artefactos de este proceso de redefiniciones por el que atravesábamos en esa época de manera no muy consciente —los menos conscientes éramos los jóvenes que apenas incursionábamos en la vida universitaria— y que habrían de terminar en el olvido no muchos años después. En la literatura social de nuestros días, tales manifestaciones han quedado registradas como los inicios de la posmodernidad, o del posmodernismo, según se le perciba como el fenómeno cultural de la modernidad tardía o como una época en sí misma. Para un estudiante de comunicación como yo —interesado en ese entonces en ejercer profesionalmente el periodismo con intenciones serias de contribuir desde la comunicación a hacer de México un país democrático— el videocasete parecía una estupenda herramienta para la consecución de encomiables propósitos. En un contexto más global, esta nueva tecnología era sólo una pieza de un universo de innovaciones tecnológicas, económicas, culturales en las que y gracias a las cuales nuevas concepciones del mundo se desarrollaban en procesos que pocos entendían como interminables a la vez que efímeros.

Los procesos de representación y de auto-representación vivían una nueva etapa; a partir de esos momentos, y por muchos años más

—etapa no concluida, viva aún— no sólo se convertirían en centrales para la dinámica social, sino que devendrían temas centrales de los debates intelectuales. Marshall McLuhan y su perspectiva sobre la nueva ecología mediática estaban ya presentes en los círculos del debate académico. Proponía integrar la naturaleza tecnológica de los medios en el proceso comunicativo. La reflexión acerca del impacto de la tecnología no sólo sobre la interacción sino sobre los procesos sociales más amplios estaba poco desarrollada. Los cuestionamientos desembocarían en la década posterior —los ochenta— en polémicas tales como la de François Lyotard y Jürgen Habermas acerca de las características de la época y su sentido para proyectos artísticos y políticos. Foucault cuestionaba ya la concepción estructural y centralizada del poder. Los movimientos cívicos y sociales planteaban serios problemas acerca de categorías hasta esos momentos sólidas, como las de raza, etnia y sujetos históricos. El videocasete era uno de los primeros artefactos tecnológicos que producirían cambios culturales que terminarían por desmembrar la concepción de sociedad estable y organizada. El poder, su ejercicio y las batallas debido a y por él habrían de modificarse radicalmente al desquebrajarse esa idea de sociedad.

Como miembro de una generación que ha vivido estas transformaciones de manera consciente, a través de una suave y casi imperceptible adaptación por cotidiana y no necesariamente disruptiva, me ubico en el debate reconociendo que los tiempos actuales exigen entender la realidad con nuevos conceptos y con una clara conciencia de que la dinámica social es radicalmente distinta a la que me tocó vivir en los años juveniles. Sostengo, sin embargo, que el ideal democrático de igualdad y justicia continúa vigente y seguirá siendo válido por mucho tiempo. Admito, además, que los conceptos de libertad e igualdad reclaman revisiones profundas y reclaman nuevos significados. Habrá que ampliarlos, no restringirlos. No es tarea fácil. El proceso se facilitará en la medida que la discusión sobre las transformaciones tecnológicas y la realidad virtual sea integral y profunda. La tecnología ha transformado nuestro mundo. Hay que entenderla para contribuir a hacer un mundo más habitable y amable para todos. En este sentido desarrollo mi contribución en este volumen.

He dividido el capítulo en tres partes. En la primera de ellas ubico las redes sociales en lo que Manuel Castells ha llamado la sociedad-red, la sociedad que algunos llaman posmoderna, en la que la confluencia de las crisis de las estructuras económicas del mundo y las nuevas tecnologías de la comunicación ha modificado la cultura y la interacción humanas. Reviso allí mismo la propuesta teórica de José van Dijck, quien sostiene que, desde una perspectiva de economía política, la conectividad de las redes ha ido minando el carácter igualitario y libertario, por lo que la promesa democrática que las plataformas digitales hicieron a sus usuarios en sus etapas iniciales se vuelve cada día más difícil de cumplir. Hoy, sostiene Dijck, la esfera pública está siendo controlada cada vez más por los intereses de las grandes corporaciones.

En una segunda parte, reviso el concepto prosumidor que se maneja en la literatura de las redes sociales, con base en los planteamientos que de él hace Octavio Islas y los relaciono con las tesis que César Cansino ha elaborado acerca de lo que él llama Homo Twitter. Con base en una revisión que Cansino hace de sus propias tesis, coincido con él en que a Twitter y a las redes sociales no se les puede entender si no es en relación con el contexto histórico en el que son empleadas. En la tercera y última sección, reviso algunos trabajos recientes sobre el uso de Twitter y otras redes sociales para mostrar que las conclusiones de Cansino son acertadas. Reviso también una propuesta teórica sobre Twitter para finalizar sugiriendo que, tal vez, la teoría de la estructuración de Anthony Giddens podría resultar un marco conceptual que permita captar el sentido y el potencial pleno de las redes sociales en su empleo en luchas sociales.

Sociedad red y cultura de conectividad

Creado como un proyecto cuyo objetivo era conectar en red a los trabajadores de Odeo, una compañía californiana de podcasts, Twitter devino en uno de los servicios de microblogging más populares de los últimos tiempos. Oficialmente, el proyecto fue creado el 21 de marzo

de 2006, cuando Jack Dorsey, su actual director ejecutivo, envió el primer tweet a sus compañeros para invitarlos a integrarse a la red. Dorsey había colaborado con dos ex trabajadores de Google, Evan Williams y Biz Stone, en el desarrollo de la plataforma y a partir de allí se enfocarían en mejorar la propuesta con la intención de fortalecer la pequeña compañía, pues su servicio para integrar audio a las páginas web no evolucionaba de acuerdo con las predicciones porque un proyecto similar de Apple, iTunes, estaba resultando más exitoso (Twitter, Historia de Twitter).

Presentado al público en julio de ese año, Twitter ganó adeptos de manera vertiginosa. En junio de 2012, la compañía anunció haber alcanzado los primeros 100 millones de usuarios, sólo seis años después de su creación. Para septiembre de 2013, un año tres meses después de ese anuncio, la cifra se había duplicado. Los registros del número de tweets emitidos por segundo es otra de las cifras que muestra el crecimiento de la red. En septiembre de 2011 se registraron 10 mil tweets; en enero de 2013 esa cifra se incrementó a 35 mil y para agosto de ese mismo año la cifra se disparó a 143,200 tweets. Los datos acerca de la emisión diaria de tweets también son impresionantes. En marzo de 2011, los usuarios emitieron 149 millones de tweets al día; la cifra alcanzó los 500 millones sólo un año siete meses después, en octubre de 2012. Esta creciente popularidad significó un rotundo éxito económico. En 2007, año de la creación de la compañía, la inversión de capital de riesgo de la compañía era prácticamente nula; sin embargo, para principios del año siguiente ésta era ya de diez millones de dólares. En 2009, rebasó los 100 millones de dólares para alcanzar, sólo otro año después, en 2010, los 200. En su cuarto año de existencia, 2011, la inversión se disparó: alcanzó los 800 millones de dólares. En septiembre de 2013, Twitter empezó a cotizar en la Bolsa de Valores (Novoa, 2013).

Si bien los fundadores de Twitter fueron los primeros en resultar sorprendidos por el desarrollo y el alcance de la compañía, lo cierto es que el fenómeno de la creciente importancia —económica y cultural— de las tecnologías de la información y la comunicación había sido ya previsto por Castells varios años antes. En 1999, el autor español había afirmado que la convergencia de tres fenómenos independientes, el

desarrollo de las tecnologías de la información, las crisis económicas tanto del capitalismo como del estatismo y el florecimiento de movimientos sociales y culturales, habían creado lo que él denominó la "sociedad red", integrada por una nueva economía, la economía/información global, y una nueva cultura, la cultura de la virtualidad real (Castells, 2006, pp. 405-406). La centralidad que la información venía adquiriendo en la dinámica social habría de conferir a la industria de sus tecnologías un papel preponderante en el desarrollo de esta nueva economía. Sin habérselo propuesto, Dorsey, Williams y Stone habían apostado por un proyecto que tendría necesariamente que alcanzar el éxito que logró.

En los momentos en que Castells desarrolló su concepto de sociedad red, las redes que hoy conocemos y que han atraído la reflexión académica no eran siquiera incubadas. Pero la Internet se había posicionado ya como eje dominante de procesos económicos y culturales —a pesar de contar con muy pocos años de existencia—, de manera que le resultó posible predecir su relevancia futura. En su análisis acerca de las relaciones de poder de esta nueva sociedad, Castells destacaba el carácter virtual de las relaciones de y las luchas por el poder. Por un lado, sostenía, el sistema político se había estado vaciando de poder. Esto daba lugar a una nueva geometría del poder: una en la que las relaciones resultaban ser muy específicas por las configuraciones temporales y volátiles de autores e instituciones. El poder como capacidad para imponer conductas, sostenía Castells, radicaba en las redes de intercambio de información y manipulación de símbolos que relacionaban a los actores sociales, las instituciones sociales y los movimientos culturales a través de íconos, portavoces y amplificadores intelectuales. "La cultura como fuente de poder y el poder como fuente de capital constituyen la nueva jerarquía social de la era de la información" (Castells, 2006, p. 416).

El desarrollo de las nuevas tecnologías producía reconfiguraciones en todos los sistemas sociales. El incremento en la producción de conocimiento y en la distribución de información modificaba los procesos económicos, facilitando operaciones especulativas a futuro, la circulación de capitales y el desarrollo de un sistema económico

verdaderamente global. Al mismo tiempo, nuevos actores se hicieron presentes, actores virtuales con capacidad para involucrarse en procesos locales y globales al mismo tiempo. Nuevas identidades con nuevos discursos abrían nuevos frentes de cuestionamiento y de negociación y disputa por el poder. Este proceso de reconfiguración dejó marginados a territorios, sectores económicos y grupos sociales (Castells, 1999, p. 407). De ahí que fuera necesario preguntarse por el sentido de los beneficios del nuevo proceso de desarrollo al tiempo que identificar a beneficiarios y excluidos. ¿Quiénes tenían —y tienen— la capacidad para participar en el sistema de redes? ¿Cómo lo hacían? ¿En qué tipo de lógicas de participación se involucraban, con qué intenciones y con qué logros? ¿Quiénes, en cambio, quedaban excluidos de esta participación, por cuánto tiempo y con qué consecuencias? ¿Qué regiones resultaban más beneficiadas y cuáles no? ¿Qué impacto tenía la revolución tecnológica sobre las brechas existentes entre regiones desarrolladas y no desarrolladas? Datos del Informe sobre Desarrollo Humano del 2003 muestran que la desigualdad de la distribución del ingreso se ha incrementado entre países y en el interior de ellos. Así, el 1 por ciento de la población más rica del mundo percibía ese año un ingreso similar al del 57 por ciento de la población más pobre, al grado que la relación entre el ingreso del 5 por ciento de la población más rica y el 5 por ciento de la más pobre era de 114 a 1 (Pascual y Rueda, s/f). No es coincidencia que el sector privilegiado sea el que haya tenido acceso desde siempre a las nuevas tecnologías de la información. Castells puntualizaría que en la sociedad que surgía en esos momentos se creaba una estratificación social entre los usuarios de la red. En la literatura sociológica tal estratificación habría de ser conceptualizada posteriormente como "brecha informacional" (Pascual y Rueda, s/f).

Interesante resulta que la red informática no sólo contribuía a transformar las estructuras económicas con las consecuencias negativas ya apuntadas, sino que las organizaciones que le daban vida nacían como parte de este nuevo sistema y lo reproducían. El éxito conseguido por Dorsey, Williams y Stone representa algo más que la coronación de un proyecto empresarial visionario y brillante.

Significa que la plataforma creada por esta empresa se hizo presente en la virtualidad de la sociedad red, cargada de una orientación comercial capitalista que habría de tener consecuencias para su funcionamiento y el posible empoderamiento proporcionado a sus usuarios.

Esta característica ha sido la materia de reflexión de Dijck en los últimos años. En la línea de la economía política de los medios y las redes, y con evidentes cercanías a los planteamientos de autores como Viktor Mayer-Schönberger y Kenneth Cukier (2013), Dijck muestra preocupaciones acerca de las implicaciones negativas que la existencia de las plataformas de las redes sociales tiene para la privacidad de los usuarios y la explotación que las empresas propietarias pueden hacer de los datos que cada ejercicio comunicativo les reporta. Este proceso, que se ha dado en llamar datificación (datification), merma las supuestas promesas de libre conexión que las plataformas virtuales prometieron a sus usuarios.

En el año 2013, escribe Dijck, "ocho años después del apogeo de la celebración de la tecno-utopía, un número importante de plataformas ha venido a dominar un ecosistema de redes sociales muy diferente de aquel del cual empezó a evolucionar" (2013b; traducción propia). La diferencia entre las plataformas actuales y las que irrumpieron en la esfera pública con promesas de igualdad y libertad consiste en que las de hoy cuentan con algoritmos que miden y registran toda la actividad que se realiza a través de ellas. Esa información está siendo utilizada para identificar identidades intelectuales y estilos de vida. De esa forma, sostiene Dijck, la creencia de que la esfera pública volvería a estar en manos de los ciudadanos no ha podido materializarse. Tal como ocurrió en la etapa de los medios de comunicación masiva, vuelve a estar absorbida y dominada por intereses comerciales que minan su potencial crítico y libertario. Las plataformas no han hecho otra cosa que no sea la de convertir en mercancías (*commodities*) a sus usuarios (*ídem*).

> El desarrollo de la sociabilidad online está siendo crecientemente dominada por las cuatro cadenas principales de plataformas: Google, Apple, Facebook y Amazon. Estas cadenas comparten algunos principios de operación si bien

> difieren en algunos aspectos ideológicos (sistemas abiertos contra sistemas cerrados). Algunos consideran a las plataformas de redes sociales como alternativas a los medios masivos y alaban su potencial para empoderar a usuarios individuales al posibilitarles compartir opiniones y contenidos en un universo mediático que antes era mucho más cerrado para los ciudadanos comunes y corrientes. Aun cuando no debemos subestimar este nuevo poder proporcionado por las redes como medios de comunicación para todos es difícil mantener la creencia de que son alternativos a los medios masivos. En los últimos años se ha venido haciendo obvio que la lógica de los medios masivos y la de las redes sociales están íntimamente relacionadas (*ídem*, traducción propia).

La autora hace una distinción conceptual entre *connectedness* (conexión) y *connectivity* (conectividad) para subrayar la importancia de discutir el potencial social y político de las redes sociales. Mientras la conexión hace referencia a las relaciones e identificaciones que las redes permiten entre sus usuarios, la conectividad se refiere a la integración que las plataformas de las redes sociales hacen posible acerca de los datos de los usuarios. Conexión refiere a las relaciones humanas; conectividad, en cambio, a las posibilidades socio-técnicas de las plataformas en red para conectar los contenidos a las actividades de los usuarios y las firmas comerciales que participan en ellas (Dijck y Poell, 2013, p. 8). Esta distinción conceptual permite a Dijck identificar la redefinición que las redes sociales han hecho de las relaciones entre los propietarios de las plataformas y sus usuarios, no sólo en términos de quien controla la información, sino también en lo que respecta al control de la enorme cantidad de datos que circula a través de todas las plataformas de redes sociales diariamente.

Dijck y Poell (2013) se han ocupado de ilustrar la importancia del efecto de la conectividad sobre las relaciones sociales. Lo han hecho a través de lo que han llamado la "lógica de las redes sociales" y de su contraste con la "lógica de los medios masivos", conceptualizada en los años setenta por David Altheide y Robert Snow. Los medios masivos desarrollaron una racionalidad de sentido común que penetró a todas las instituciones sociales y dominó sus estructuras organizacionales.

Uno de los principios de esta racionalidad es la presentación de la vida social como un flujo de eventos, una incesante corriente de hechos y acciones que ocurren "afuera de los medios" y que los ellos recogen a través de una estrategia de saturación y desecho para ocuparse, inmediatamente después, de nuevos y distintos eventos. Otro de los elementos de esta lógica es la identidad que los medios se han otorgado a ellos mismos como representantes neutrales de los diferentes actores y las diferentes voces de la sociedad; la realidad es muy diferente: la mayor visibilidad que unos grupos tienen sobre otros es producto sin duda de la atención diferenciada y sesgada que los medios prestan a unos y otros. La estandarización de la supuesta independencia mediática, eso es, la presentación neutral de los conductores de noticieros, la cobertura de eventos por reporteros, los comentarios "de autoridad" de funcionarios y expertos, constituyen otro de los elementos de esta lógica mediática. Todos estos elementos han sido transportados a la vida social, fuera de los medios, como aspectos "naturales" (*ibid*., pp. 2-4).

Dijck y Poell definen la lógica de las redes sociales como "los procesos, principios y prácticas a través de los cuales las plataformas electrónicas procesan información, noticias y comunicación y, más generalmente, cómo canalizan el tráfico social" (*ibid*., p. 5, traducción propia). Esta nueva lógica es tan relevante como la de los medios masivos porque al igual que ésta, ha sido transportada más allá de las plataformas que la producen, consiguiendo que sus estrategias tecnológicas, discursivas, económicas y organizacionales se mantengan implícitas o aparezcan como "naturales" (*ídem*). Cuatro características han identificado estos autores en la lógica de las redes sociales: programabilidad, popularidad, conectividad y datificación. Con la aparición de las redes sociales, la programabilidad de los medios cambió el eje del contenido y las audiencias al código y a los usuarios, cambiando el concepto de flujo —de entretenimiento, de noticias— al de programabilidad. Así, el tráfico en un sentido —de programadores mediáticos a la audiencia— cambia a tráfico en dos sentidos —de programadores a usuarios a programadores—, un proceso que los autores aseguran que afectó la mediación tanto tecnológica como social del contenido.

La introducción en las plataformas de mecanismos que permiten a los usuarios manifestar sus sentimientos ("like", "dislike") acerca de temas, personalidades o eventos ha terminado por incrementar el poder de los medios para otorgar mayor *saliencia* a ciertos tópicos y mayor visibilidad a ciertos actores en detrimento de la visibilidad de otros, lo que ha terminado por minar la promesa original de las redes, la de proveer un espacio público más democrático e igualitario que los medios masivos. De esa forma, las redes sociales han terminado por participar en la creación de popularidades de la misma manera que lo hicieron los medios masivos (*ibid*., pp. 5-6).

Cuando surgieron, las redes sociales prometían conexión entre los usuarios, modificando las características de las audiencias que habían producido los medios masivos. Los usuarios dejaron de estar a expensas de los creadores de las industrias mediáticas. Dijck y Poell sostienen que si bien es cierto que esta conexión es una de las características relevantes de las redes, se ve afectada por la contraparte de su conectividad. En un ecosistema de redes sociales los "aparatos de plataforma" median las actividades de los usuarios y definen la forma que toman las conexiones entre usuarios.

Finalmente, las redes sociales tienen la capacidad de convertir en datos muchos aspectos de la vida social que nunca antes se habían cuantificado. Como consecuencia, el mercado de bienes y servicios, de publicidad y relaciones públicas ha registrado un importante desarrollo de firmas. De esta forma, la cada vez mayor actividad de los usuarios en las plataformas de las redes sociales ha terminado por revertirse en su contra: la vida de los usuarios está cuantificada y controlada por las empresas que controlan y manejan las plataformas (*ibid*., pp. 8-9).

Dijck no duda que, en el caso específico de Twitter, las tendencias comerciales han deteriorado el potencial democrático de la plataforma.

> En un corto período de seis años, las ambiciones de la compañía cambiaron de pretender ser un canal de comunicación global y neutral que podría ser usado para enfrentar a los gobiernos, a querer ser una aventura redituable que debe obedecer las leyes de los países en los que desea atraer clientes. Twitter también arriesgó su reputación de plataforma "abierta" a todos

> los potenciales inversores al restringir su acceso a su valioso flujo y buscar colaborar con sólo unos cuantos aliados poderosos. Un detallado análisis de esta paradoja probablemente no responda la pregunta de qué quiere Twitter; en cambio, sí expone el campo minado de fuerzas en conflicto en el cual la compañía opera. Y este campo minado de fuerzas atrae la atención hacia el ecosistema de medios de conectividad dentro del cual Twitter ha evolucionado y está llamado a jugar un rol importante en el futuro (Dijck, 2013a, pp. 85-86).

Así, Dijck plantea que en este contexto de creciente monopolización de las plataformas se vuelve importante y urgente repensar los significados de los conceptos "social", público", "comunidad" y "no lucrativo" (2013b).

De prosumidores y el Homo Twitter

Si bien es cierto que el enfoque macro de la economía política expone con claridad la lógica estructural de las redes sociales y exige de los analistas sociales no solamente ser cautelosos sino, sobre todo, críticos respecto a su potencial democrático, no por ello debemos dejar de mirar las dimensiones de la subjetividad y de la acción social que las nuevas plataformas han hecho posible y que, a su vez, las hacen posibles. Ciertamente, el poder de la lógica de la mercancía del sistema capitalista ha absorbido prácticamente todas las áreas de la vida humana. Pero esto ha venido ocurriendo desde tiempo atrás y, a pesar de todo, la vida social y la cultura humanas han continuado desarrollándose, inclusive a contracorriente de esa lógica superestructural. Baste recordar que la esfera pública y el debate de ideas libre y democrático nacieron marcados por las contradicciones de la sociedad burguesa. La mejor comprensión de las consecuencias del desarrollo de los medios masivos y de las redes sociales demanda estudiarlos en un contexto de larga duración. Son medios que han resultado del desarrollo contradictorio y no necesariamente evolutivo de las tendencias de la sociedad burguesa: una sociedad marcada por

la búsqueda incesante de la riqueza al tiempo que un interés en la ampliación de las libertades individuales y sociales.

Es un hecho que la integración global de la sociedad en una red en la que priva una cultura de conectividad ha contribuido a fortalecer el modelo neoliberal de desarrollo que se convirtió en hegemónico desde finales de la década de los ochenta. Los planteamientos de Castells y Dijck son suficientemente persuasivos. También es un hecho que este desarrollo no habrá de revertirse, por lo menos en el mediano plazo, a pesar de sus cada vez más graves consecuencias sociales. Sin embargo, de ambos discursos emerge una imagen de un sistema todopoderoso, coherente, sin fisuras y prácticamente inmune a los efectos de sus contradicciones.

No se puede acusar a Dijck de incurrir en determinismo tecnológico. La autora deja muy en claro que la datificación que resulta de la conectividad de las nuevas plataformas no es una consecuencia necesaria del desarrollo tecnológico, sino de su inserción en un modelo económico que hace posible sacar ventaja de ella. No obstante, su análisis se enfoca sustancialmente en la capacidad de las tecnologías para incrementar la lógica comercial y supeditar el potencial democrático de las plataformas a la dinámica de los negocios. Además, el valor de la categoría "lógica de las redes sociales" para interpretar las características de la actual etapa cultural resulta cuestionable; sobre todo, por la intención de la autora de convertirla en equivalente a la que a finales de los setenta crearon Altheide y Snow para teorizar el poder que los medios masivos estaban teniendo en ese tiempo. Con el concepto "lógica de los medios", estos autores destacaron las consecuencias culturales de las tecnologías masivas, especialmente la televisión. El intento de adecuarlo a los tiempos actuales debería haber respetado esa impronta cultural. Dijck, al privilegiar en su esfuerzo teórico la conectividad sobre la conexión, se aleja de la perspectiva culturalista. Las tecnologías mediáticas, especialmente las audiovisuales, innegablemente impactaron, en los años de su surgimiento, las industrias de los bienes y servicios, la de la publicidad y las relaciones públicas, entre otras. Y esos desarrollos, a su vez, influyeron en los nuevos derroteros que tomaría la investigación

aplicada. Fue en esos años cuando los estudios de mercado habrían de cobrar vida y fuerza. Ninguno de estos desarrollos fue tomado en cuenta por Altheide y Snow para elaborar respecto del poder cultural de las tecnologías de la comunicación. En línea con la propuesta de estos dos autores, Dijck debería haber prestado mayor atención a la conexión y enfatizar las posibilidades que las nuevas tecnologías han abierto a la comunicación humana y a la acción colectiva.

El enfoque macro ilustra con claridad las características del contexto en el que las nuevas plataformas son producidas y utilizadas. Exhibe, además, el creciente poder de las firmas propietarias de las redes sobre sus usuarios y los flujos de información. Pero no alcanza a explicar el sentido y las consecuencias de esos usos sobre otras áreas de la realidad que no sean las económicas y financieras. Si yo envío un tweet, realizo un post en Facebook o distribuyo una fotografía entre mis seguidores de Instagram, al mismo tiempo estaré proveyendo información a los propietarios de las plataformas no solamente acerca de mi perfil de consumo cultural sino sobre mi estilo de vida todo y sobre mis conexiones sociales. Pero el incremento del poder de las plataformas no es el único resultado de mi participación en ellas. Mis seguidores, la gente con quien intercambio información, reaccionan a mi actividad y se generan relaciones sociales. Esta actividad requiere de un análisis que trascienda la perspectiva ecológica del sistema.

Entre los estudiosos de las redes sociales y los medios de comunicación, el uso del término *prosumidor* se ha convertido en práctica cotidiana. Acuñado en los setenta por Alvin Toffler en *El shock del futuro* y popularizado posteriormente por él mismo en *The Third Wave,* el concepto ha pasado a formar parte del tesauro de los expertos en la nueva ecología comunicacional. Tal y como su creador lo empleó, el concepto ha sido adoptado en el campo de las redes sociales para definir las nuevas capacidades productivas de los consumidores. La categoría no sólo describe la fusión de las funciones de consumidor y productor de los usuarios de las plataformas digitales contemporáneas, sino que conduce a nuevos desarrollos teóricos sobre las características culturales de la etapa de la modernidad que vivimos. Islas llama a esta nueva ecología, la sociedad de la ubicuidad. Ésta es una sociedad en la que los prosumidores

"articularán nuevos ambientes comunicativos, propiciando inevitables *remediaciones* sobre el conjunto de dispositivos que acompañan el desarrollo de las comunicaciones digitales móviles" (2009, p. 1).

En la sociedad de la ubicuidad, los prosumidores son agentes sociales de nuevo cuño que presentan características no identificables de los receptores de los medios de la era de masas. En primer lugar, los usuarios de las redes son productores, no sólo receptores. Las tecnologías digitales les permiten participar en los flujos de información, imágenes y sonidos. Consecuentemente, y ésta sería una segunda característica, los prosumidores poseen una mentalidad que se ha apartado de la autoridad centralizada de los medios masivos. El prosumidor, al saberse capaz de crear conocimiento y ponerlo en circulación, cuestiona permanentemente la veracidad y la legitimidad de las versiones que sobre la realidad crean los grandes medios centralizados. En tercer lugar, los prosumidores son fervientes partícipes de las redes wiki —vocablo que en hawaiano significa *rápido*—, redes desarrolladas sobre la base de las tecnologías de cooperación. Una cuarta característica, la ubicuidad, permite a los prosumidores ser actores tanto globales como locales. Finalmente, son sujetos que se desempeñan en una cultura que además de ser virtual, es híbrida y crítica por razón misma de su ubicuidad y su carácter colaborativo (*ídem*).

Esas características, descriptivas del sujeto que participa en las redes sociales en general, adquieren particularidades en cada una de ellas. El Twitter, por ejemplo, es una plataforma enfocada en el intercambio de información breve que se ha convertido en la preferida por los prosumidores para informar, alertar, opinar y persuadir sobre temas específicos a los partícipes de la red. Convence Cansino, por consiguiente, cuando afirma que "hoy la democracia se juega en Twitter", porque la plataforma ha restituido a los ciudadanos la centralidad política "largamente escamoteada por los políticos profesionales". Twitter es, pues, el sitio en que el prosumidor interesado en participar en la esfera pública alza su voz y la dispara a la virtualidad, a la "moderna ágora", para deliberar y confrontar ideas. La ubicuidad, posibilitada por la virtualidad, hace posible que en el terreno político surja lo que Cansino ha denominado el "Homo Twitter" (2012; 2016).

El Homo Twitter, sostiene Cansino, es, en sentido metafórico, un pájaro que se cree ser humano. Esto significa que la plataforma se ha convertido en el centro del proceso y el tuitero es producto de sus tweets. El tuitero participa para ser escuchado, para obtener el reconocimiento de los demás. La relevancia de este hecho radica en que el Twitter ha recuperado el valor de la palabra, de la escritura y la lectura, que habían sucumbido ante la imagen, durante la época del Homo Videns. El Homo Twitter, señala Cansino, no revive al Homo Sapiens; representa una nueva etapa del proceso evolutivo cuyo futuro aún se desconoce. Al recuperar la escritura, orientada ésta a alimentar egos y aceitar las industrias, y sea críptica y superficial, el Homo Twitter ha posibilitado ordenar ideas y opiniones para que tengan sentido para los demás. La era de las tecnologías audiovisuales había arrinconado al pensamiento crítico. Pero el Homo Twitter no deja de estar imbuido en la era posmoderna; de hecho, es producto de ella. Recupera la escritura y la lectura pero no porque le interesen las largas y profundas peroratas. Pretende, más bien, ser escuchado y tener efectividad; está interesado en la inmediatez. Por ello, debe desarrollar nuevas habilidades de pensamiento y escritura. El Homo Twitter no es analítico; es sintético. Le gusta la simpleza. Por eso, para él, el tweet es metáfora de expresión. Tiene una gran capacidad de adaptación. No le resultó difícil aprender a expresarse a través del muy reducido campo de 140 caracteres. Pero lo que más lo motiva, lo que más le agrada de la virtualidad es que sólo puede tener existencia y alcanzar la realización en el espacio público. Requiere estar con los demás para adquirir sentido. Es, señala Cansino, "la nueva encarnación del *zoon Politikon*". Pero, en la medida en que le interesa hacer política, en la medida que busca incidir en la opinión pública y marcar tendencias con su opinión, el Homo Twitter sintetiza el zoon Politikon con el Homo Ludens (2012, 2016).

De la lectura de los textos de Islas y Cansino emerge una perspectiva diferente acerca de las redes sociales de aquella que nos construyó Dijck. Sin nombrarla siquiera, ambos se ocupan de teorizar sobre el sentido y la importancia de las redes desde la dimensión que Dijck identifica como *conexión*. La categoría no aparece en sus

discursos porque sólo podría aparecer si los autores tuvieran como referencia su carácter opuesto a la conectividad. El foco de la reflexión en estos dos últimos casos es el sujeto, su voluntad y sus intenciones. En este contexto, la capacidad conectiva de las redes sociales desaparece. Por supuesto, la mejor comprensión del significado global de las plataformas implica el análisis detenido de ambas dimensiones y todas sus posibles relaciones. Nadie podría negar que la conectividad de la que habla Dijck representa una seria limitante al potencial libertario y crítico de las redes. Ésta es una discusión que no abordaré aquí no sólo porque no es el espacio para ello, sino porque no tengo la intención de hacerlo. Lo que intento destacar es que, así como el estudio de las nuevas tecnologías carece de sentido si no se toma en consideración su carácter tecnológico-industrial, también es parcial y poco útil si no se incorporan al análisis las posibilidades que ofrecen a sus usuarios para participar en los procesos comunicativos y sociales como nunca antes habían podido hacerlo. Atender la dimensión humana, la conexión, en términos de Dijck, obliga a reexaminar los procesos de producción y consumo de conocimientos, lo que a su vez obliga a repensar los procesos a través de los cuales los individuos dan forma a sus identidades y optan por reconocerse en colectividades. Ciertamente, enfatizar las capacidades participativas y productivas de los medios digitales conduce a la elaboración de un discurso académico que a veces puede percibirse entre optimista y celebratorio. Una crítica similar puede ser elaborada hacia el análisis ecológico de las redes. La preocupación por los elementos que facilitan el control de la información de los usuarios y los usos que de ellos hacen las firmas propietarias de las redes sienta las bases para un discurso que puede ser considerado pesimista e, inclusive, abrumador.

Si a Dijck no se le puede calificar de ser tecnológicamente determinista, sería injusto clasificar a Cansino de optimista. En una reciente elaboración de sus tesis sobre el Homo Twitter —texto que aparece incluido en este volumen—, Cansino matiza muchas de las afirmaciones de su documento original, sorprendido quizá por el tono de éste, o decepcionado tal vez porque con el paso del tiempo ha constatado que la participación en el ágora moderna no ha resultado

tan positiva como tal vez alguna vez pensó. Si en su primera proclama nuestro autor elevó a todo tuitero a la categoría de Homo Twitter, en esta segunda aproximación hace diferencias. "Twitter es de quien lo ocupa", apunta, "pero no a todos los que llegan a sus dominios los mueve el simple gusto de intercambiar chiflidos" (2016). Esta incorporación se convierte en undécima tesis. Cansino reacciona así al uso del anonimato y a la participación de sujetos con falsas identidades. Admite, de esa manera, que el Twitter no es por naturaleza una plaza pública en la que el debate sea serio y honesto. Las posibilidades de la manipulación allí están y son continuamente aprovechadas por grupos de toda orientación. De pronto, el Homo Twitter, el que se la toma en serio, se encuentra enfrentando a falsos enemigos. De pronto no todos lanzan chiflidos; de pronto no todos tuitean. Hay quienes sólo participan para arrojar veneno, para provocar, para ejercer el *bullying*.

Cansino introduce otra tesis: "si el Twitter es el nuevo espejo de las sociedades modernas, el Homo Twitter proyecta lo mejor y lo peor de las mismas". Si antes el espacio público del Twitter aparecía como una arena que motivaba a todos por igual a tomarla para sentir que se recuperaban los espacios suprimidos por las instituciones y las clases políticas, ahora tiene claro que quienes acceden a Twitter, como acceden a cualquier arena política, lo hacen con intenciones e intereses variados. De allí que admita que "Twitter, al igual que la sociedad que se expresa en esta red, es una arena en conflicto, un lugar decisivo para la existencia humana, un espacio público político donde se definen y llenan de contenido muchos de los valores que han de articular el todo social" (2016). Pero no sólo eso. Hay más. Dice Cansino: "muchos sentimientos colectivos viven en el Homo Twitter, pero de todos ellos el más recurrente es la indignación". Agrega: "el Homo Twitter, como ente colectivo, puede ser ocasionalmente propositivo, pero su condición natural es reactiva, o sea que su actuar debe ubicarse más en la negatividad que en la positividad" (2016). Percibe ahora Cansino que quienes participan de la actividad tuitera se vuelcan más hacia desahogar frustraciones y manifestar la indignación.

No encuentra nuestro autor despreciable ni criticable esta práctica; le resulta insuficiente si el objetivo es transformar la vida colectiva. Las

denuncias y las expresiones de malestares no posibilitan el desarrollo de nuevos grandes proyectos que modifiquen las estructuras que dan lugar a la frustración y la indignación. En Twitter, pues, puede ocurrir de todo. Con no escaso sarcasmo y recurriendo a los dichos de la sabiduría popular, Cansino sentencia: "lo que pasa en Twitter, aunque lo trascienda, se queda en Twitter". Con esta frase Cansino define una verdad suprema del Homo Twitter: "el Homo Twitter puede motivar revoluciones, tumbar dictadores, adelantar elecciones, cambiar preferencias electorales, como de hecho ha ocurrido en múltiples ocasiones, pero su condición es vivir y morir en Twitter". Esto es así, porque, reconoce, "la eventual repercusión de lo virtual en la realidad de una colectividad ya no le pertenece a Twitter" (2016).

Al final de su artículo, Cansino parece preocupado, no por lo que ha hecho y no ha podido hacer Twitter, sino porque prevé un futuro no muy brillante para la plataforma. "La libertad es el ADN del Homo Twitter. Si aquella desaparece, el Homo Twitter también". En virtud de que Twitter fue un crítico implacable de las élites gobernantes, éstas han empezado a actuar en su contra, sostiene nuestro autor. En el futuro habrá restricciones legales más fuertes sobre Internet y las redes sociales, concluye, casi a manera de lamento.

Este recorrido por su más reciente texto sobre la materia nos permite ver a un Cansino más cauteloso y más crítico. Estas nuevas tesis nos muestran que no es Cansino un autor que celebre Twitter acríticamente. Pero de ninguna manera podemos tampoco catalogarlo como pesimista. Es posible indicar que en esta segunda reflexión Cansino presta atención a acciones que cuestionan las posibilidades de las plataformas digitales a ampliar las libertades de los seres humanos y a contribuir a sus luchas por un mundo menos desigual y menos injusto. También es posible sugerir que, a final de cuentas, su análisis tiene puntos de confluencia con el de Dijck. Al igual que ella, Cansino concluye que las fuerzas sistémicas promueven el acotamiento del potencial crítico de las redes. Sin embargo, hay diferencias entre los dos análisis.

Dijck piensa que la dinámica empresarial terminará dominando a las plataformas. No se alcanzará el sueño de desarrollar una esfera

pública libre de las injerencias comerciales; la lógica de los negocios terminará por reducir las posibilidades de participación y por suprimir discursos y voces que vayan en contra de los intereses de las grandes corporaciones. El neoliberalismo puede sentirse a salvo, podríamos concluir siguiendo a la autora holandesa. La conectividad es más poderosa que la conexión. La conectividad tecnológica, la capacidad de las plataformas para almacenar y procesar datos de los usuarios, y el usufructo que de ellos hacen las empresas propietarias terminarán por convertir el espacio público en una ilusión, cuando no en fraude. De esa manera, ante el poder tecnológico, el poder de los actores termina por ser insignificante, además de poco productivo. Parafraseando a Cansino, lo que sucede en la conectividad parece no quedarse en la conectividad; se irradia a la realidad. En ese sentido, hay que retomar la propuesta del autor de las tesis sobre el Homo Twitter: la repercusión de lo virtual en la realidad no pertenece a la conectividad.

Las preocupaciones de Cansino y sus dudas acerca del Homo Twitter son de otra índole. Los obstáculos que Twitter encuentra para la expansión y el enriquecimiento de la esfera pública provienen de las relaciones y los conflictos sociales, no de las características tecnológicas de la plataforma. Pero porque esto es así, es que Twitter no deja de ser percibido como una herramienta facilitadora de procesos de cambio social. El éxito o fracaso de todo proyecto político en el que los participantes empleen Twitter dependerán de las condiciones histórico-sociales en las que el proyecto se eche a andar y de las estrategias que se diseñen para introducir a esta y otras plataformas digitales en los procesos de lucha. Él no lo expresa así, pero de su argumentación se desprende que la tecnología es eso, un instrumento, un elemento más de toda una estrategia en la que el conocimiento y la correcta interpretación de las fuerzas sociales son más importantes que las tecnologías como tales. De ahí que su relectura no sea estrictamente sobre Twitter, sino sobre las condiciones que rodean el empleo de la plataforma. Cansino no renuncia a reconocer que los usuarios de las tecnologías de la comunicación actuales son prosumidores, como los ha definido la reciente literatura sobre el tema. La preocupación para él es, entonces, qué tipo de prosumidor es el Homo Twitter y qué

posibilidades tiene de producir/consumir en condiciones específicas para conseguir redefinir estructuras y relaciones de poder.

Los prosumidores, la estructura y las prácticas sociales

Una revisión de algunos de los estudios que se han hecho sobre Twitter y sus usuarios revela que, efectivamente, como se desprende del artículo citado de Cansino (2016), la actividad está fuertemente mediada por la estructura social y es una continuación de la vida cotidiana. Java, Song, Finin y Tseng (2007), por ejemplo, se ocuparon de estudiar las intenciones de los usuarios de Twitter recopilando más de un millón de tweets emitidos por un total de más de 76 mil usuarios durante un período de dos meses (abril y mayo de 2007). El análisis les permitió crear una taxonomía de intenciones de los usuarios. Hallaron que la mayoría de los usuarios de Twitter enviaban tweets para referir sus rutinas diarias o informar acerca de las actividades que en esos momentos desarrollaban. Estas intenciones fueron clasificadas como *plática diaria*. La segunda intención más frecuentemente identificada fue la de la *conversación,* que ocurre cuando el usuario sube un comentario y lo dirige específicamente a uno o varios de sus seguidores. La tercera intención más encontrada fue la de *compartición de información*. En estos casos, los tuiteros adjuntaron un link en el tweet para persuadir a sus lectores a dirigirse al documento posteado. *Reporte de noticias* es la cuarta intención. Encontraron también que hay tres tipos de usuarios: *la fuente de información,* que es quien se encarga de ofrecer noticias y actualizarlas a sus seguidores; identificaron también al *buscador de información*, que es aquel que emite poca información pero que sigue regularmente a otros con intenciones de mantenerse informado y, finalmente, los *amigos*. El estudio muestra que la mayoría de las personas emplea Twitter como una extensión de sus rutinas diarias. Contrariamente a lo que se tiende a creer, los usuarios de Twitter no emplean la plataforma para involucrarse en debates o para expresar puntos de vista. Lo usan para extender sus conversaciones y para mantenerse informados sobre acontecimientos de la vida cotidiana.

Otro estudio, realizado por Huberman, Romero y Wu (2008), se enfocó en la creación de redes de amigos, seguidores y seguidos por parte de los usuarios de Twitter, con el fin de elucidar cuál de esas redes les resultaban más significativas. Su estudio fue motivado por la creencia generalizada entre académicos, publicistas y activistas sociales de que las redes sociales ofrecen la oportunidad de estudiar la propagación de ideas, la formación de lazos sociales y el mercadeo viral. Sus resultados les llevaron a matizar la creencia. Estos autores encontraron que los usuarios de Twitter tienen más seguidores y seguidos que amigos, lo que implica, según ellos, la constitución de dos redes: una, la de los seguidores y seguidos, amplia y densa; otra, más reducida y simple, la de los amigos. Esta red, la de los amigos, resultó ser la que propicia el uso de la plataforma, más que la de seguidores y seguidos. Los usuarios que tienen un mayor número de amigos tienden a enviar un mayor número de tweets que aquellos con menos amigos. Adicionalmente, quienes tienen un alto número de seguidores y seguidos tienden a actualizar información con menor frecuencia que quienes tienen menos seguidores. Aunque interesados en diferentes aspectos del fenómeno, estos estudios muestran que el potencial comunicativo y político de Twitter está sobredimensionado pues la mayor parte de la actividad que tiene origen en su seno es rutinaria y reproductora de las prácticas cotidianas de los seres humanos.

En otro orden de inquietudes, Susana Pérez y Josep-Lluís Micó (2015), al estudiar el uso del Twitter en las redacciones de periódicos catalanes y belgas, muestran que la conversación global que se supone hace posible Twitter es un mito. Después de analizar cerca de mil tweets de dos periódicos catalanes y dos belgas durante cuatro semanas del mes de abril de 2014, Pérez y Micó encontraron que los periodistas recurren a Twitter como una agencia personalizada de noticias; esto es, les resulta útil para identificar los temas que atraen a la ciudadanía como para obtener documentación. La emplean también para distribuir noticias. Sin embargo, a pesar de que la plataforma posibilita la bidireccionalidad, el contacto con fuentes de información resulta residual. De esa manera, encuentran estos autores, la agenda pública continúa siendo marcada por las fuentes oficiales, en la

medida en que los periodistas tampoco se acercan a sus audiencias. El estudio permitió a los autores identificar que, al menos en los cuatro periódicos estudiados, no hay gestión de comunidades virtuales. Los autores concluyen que "la idea de Twitter como esfera pública donde profesionales y ciudadanos intercambian conocimiento con el fin de mejorar el discurso periodístico resulta aún una utopía" (2015, p. 252).

Los estudios anteriores desmitifican a Twitter al exhibir, por un lado, que sus usuarios buscan mayoritariamente prolongar en él sus prácticas cotidianas y, por otro, que los periodistas no sólo no han sabido incorporarlo de manera creativa y crítica a sus labores, sino que han terminado por subsumirlo a prácticas y rutinas reproductoras de las relaciones de poder existente. Otro estudio, realizado por María Soledad Padilla (2015) contribuye a continuar la desmitificación. Padilla muestra que el uso que los políticos hacen de la plataforma dista de ser la propia de una esfera pública racional donde se intercambian puntos de vista y se debaten propuestas de mejora social. La autora encuentra que el discurso político empleado en Twitter difiere del empleado en medios tradicionales en que:

> [...] hay una descortesía más descarnada. No es frecuente ver por televisión insultos directos entre profesionales de la política. Podemos atribuir esta diferencia al hecho de que los políticos, como cualquier usuario de Twitter, se escudan en su identidad virtual para transgredir las normas sociales, lo cual provoca que se permitan licencias que no se permitirían en otros contextos comunicativos, como en un debate cara a cara (*ibid*., p. 437).

Por otra parte, los políticos se preocupan más por aparecer en Twitter durante los períodos de campañas políticas. Una vez concluidas éstas, su presencia disminuye.

El estudio de estas prácticas sociales nos arroja una imagen de Twitter que contrasta con la imagen de instrumento poderoso que producen los ejercicios teóricos. Twitter resulta ser una herramienta útil, importante, cuyos usuarios valoran. Pero al contrario de lo que los esfuerzos teóricos construidos para entender su potencial y sus alcances sostienen, Twitter no transforma la cotidianeidad, sino

que se adapta a ella; Twitter no modifica hábitos de inmediato y no transforma a los sujetos con su sola presencia. Los sujetos introducen Twitter a sus viejas prácticas, a sus rutinas. Los usuarios de Twitter se valen de Twitter. En todo caso, las modificaciones se presentan con el tiempo, en el mediano y largo plazos. Este conocimiento no se ha alcanzado aún; es materia pendiente en el estudio de Twitter y, probablemente, de todas las redes sociales. Una posible hipótesis es que en la medida que los usuarios se apropian de las plataformas, se familiarizan con sus capacidades y aprenden a sacar provecho de ellas, en esa misma medida se animarán a explorar nuevos escenarios, nuevas tecnologías y serán capaces de integrarse, en mayor o menor grado, a la cultura digital.

Pero si a nivel de las prácticas sociales de la vida cotidiana y de los ejercicios profesionales Twitter resulta no ser aquel instrumento de poder que se ha imaginado, es en el terreno de sus aplicaciones a las luchas políticas donde su carácter de recurso, uno más, queda mayormente evidenciado. Estos estudios refuerzan las impresiones de la segunda aproximación de Cansino a Twitter. Lo que pasa en Twitter, se queda en Twitter. Lo que pasa con Twitter proviene no de Twitter sino del contexto histórico político en el que surgen las disputas y de los usos que los tuiteros hagan de la herramienta, de acuerdo con sus condiciones.

Castells (2012) estudió buena parte de los movimientos de 2011 (la Primavera árabe, los movimientos de los indignados, protestas multitudinarias y movimientos sociales) para entender la naturaleza de esos movimientos en red y promover el debate sobre las repercusiones de los usos de las redes sociales en estas movilizaciones. Castells sostiene que las causas últimas de los estallidos sociales no fueron la pobreza, la crisis económica o la falta de democracia, sino "fundamentalmente la humillación causada por el cinismo y la arrogancia de los poderosos, tanto del ámbito financiero como político y cultural" (2012, p. 20). Las redes sociales jugaron el papel de catalizadores de la ira. La difusión de imágenes, ideas y consignas, de manera viral a través de las redes, consiguieron expandir los sentimientos de ira y fastidio y consiguieron convencer a un número

alto de ciudadanos de tomar parte de las manifestaciones públicas de repudio. Pero no fue Internet, la causa de las revueltas; tampoco lo fue Twitter. No lo fue ninguna causa. Los movimientos opositores tuvieron sus causas en las contradicciones y conflictos que existen en cada una de las sociedades en las que los levantamientos se registraron. El efecto que Castells sí identifica como específico de las redes sociales, incluido Twitter, es la "cultura de la autonomía" que predomina en los movimientos.

La cultura de la autonomía es "la capacidad de un actor social para convertirse en sujeto, definiendo su acción alrededor de proyectos construidos al margen de las instituciones de la sociedad, de acuerdo con los valores e intereses del actor social" (*ibid*., p. 220). En todas las revueltas estudiadas por Castells, Twitter y las demás redes sirvieron para convocar a las revueltas y difundir información acerca de ellas. No obstante, Castells deja en claro que el desarrollo de las revueltas y las deliberaciones acerca de las condiciones de opresión y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos trazados tuvieron lugar en el espacio público. De esa manera, Castells sostiene "la revolución de Internet no invalida el carácter territorial de las revoluciones a lo largo de la historia. Más bien lo extiende del espacio de los lugares a los espacios de los flujos" (*ibid*., p. 72). Pero si bien las redes sociales no son causas de las movilizaciones de protesta no por ello dejan de ser factores importantes. Castells plantea en su texto que los países que no cuentan con una sociedad civil equipada con plataformas digitales son menos propensos a producir movimientos sociales pro democracia. No obstante, aun en esos casos la relevancia de las redes digitales debe entenderse con matices. Las redes de comunicación posibilitan el intercambio de información y convocatorias a participar en eventos de protesta, pero los vínculos que crean no son fuertes y no capaces de construir programas de acción. Las redes transmiten sentimientos y despiertan solidaridad. Pero no es a través de ellas que los programas de cambio social se construyen y mucho menos se llevan a la práctica (*ibid*., pp. 112-114).

José Abu-Tarbush (s/f), en un estudio sobre los perfiles sociopolíticos de la Primavera árabe, sostiene que las demandas de

apertura y democratización de los sistemas políticos árabes cuentan con una amplia base social, introducen nuevas pautas socioeconómicas y dan inicio a un nuevo capítulo en su historia postcolonial. Abu-Tarbush realiza un análisis de algunos de los factores que dieron lugar a las revueltas, especialmente las de Túnez y Egipto. Los factores estudiados son económicos, sociales y políticos. No hay mención en el artículo del papel jugado por las redes sociales en los movimientos. No son tomadas en cuenta como factores relevantes. Hace referencia a ellas, no obstante, cuando se ocupa de la presencia de los jóvenes en las protestas. Su mención es tangencial:

> [...] la presencia de los jóvenes se explicaría también por su mayor disponibilidad de tiempo, energías, conocimientos, perspectivas de futuro, familiarización con las nuevas tecnologías de la comunicación y socialización en unas pautas anquilosadas que no se corresponden para interpretar el mundo que les rodea. Dicho de otro modo, se puede aducir cierto cambio generacional con respecto a las pautas predominantes de sus predecesores. En particular, se trata de una generación más plural y, paradójicamente, más individualista. Elementos que no han impedido su compromiso social. Con diferencia, es la generación árabe más y mejor preparada de su historia, con dominio de lenguas extranjeras, con acceso al mundo exterior mediante las telecomunicaciones y conectada entre sus miembros sin mayor mediación orgánica que su propia voluntad. Factores que también han contribuido a una mayor roma de conciencia de su realidad al contrastarla con otras (*ibid*., p. 21).

No deja de ser interesante que un sociólogo político no registre a las redes sociales como factor con incidencia directa en las revueltas árabes y sí lo perciba como un elemento cuya contribución es indirecta y mediada (*Cfr*. al respecto Cansino, Schmidt y Nares, 2014). Las plataformas digitales aparecen consideradas como elementos del bagaje cultural de las nuevas generaciones que ha contribuido a crear en ellos una percepción del mundo diferente a la de sus padres, basada fundamentalmente en valores mucho más individualistas, y en el conocimiento de otras realidades, contrastantes con las propias.

Rovira (2012) revisa los procesos comunicativos de activistas sociales y destaca el papel de Twitter y otras redes sociales como instrumentos que permiten lo que llama la "eutopía", formas de organización no jerárquicas, con ideales democráticos y horizontales. El autor encuentra que el papel que las redes sociales han jugado para quebrar el monopolio informativo de los medios tradicionales ha resultado altamente benéfico para los movimientos sociales. No obstante, en línea con los planteamientos de Castells, Rovira sostiene que los movimientos sociales no pueden explicarse con base en las tecnologías exclusivamente:

> Las redes de movimientos sociales encuentran en las TICs el instrumento propicio para articularse, pero no son sólo redes tecnológicas, son entramados de relaciones entre personas, que en momentos precisos salen a las calles y se encuentran con otros para actuar en común [...] la represión no tiene nada de virtual [...]recuperemos entonces el sentido corporal de las redes activistas [...]" (*ibid*., p. 101).

La investigación empírica arroja resultados que demuestran que el mejor entendimiento del potencial político de Twitter y otras redes sociales se consigue contextualizando histórica y socialmente sus usos. Si lo que sucede en Twitter se queda en Twitter entonces hay que teorizar al Homo Twitter y sus usos de la plataforma. Twitter y las redes sociales necesitan ser teorizadas desde la sociología.

Algunos intentos se han hecho al respecto. Murthy (2012), por ejemplo, se ha ocupado de desarrollar el potencial interactivo de la plataforma y ha propuesto teorizar a Twitter a partir de las categorías del pensamiento interaccionista de Ervin Goffman. Twitter, considera Murthy, puede estar intensificando la erosión de la vida privada que caracteriza a nuestros tiempos, en los cuales tendemos a compartir con otros cada vez más detalles de nuestras vidas cotidianas. Murthy propone analizar la forma en la que los tuiteros "hablan" en la plataforma. El "hablar", en la perspectiva de Goffman, implica procesos de "ritualización", un "marco de participación" y una "apropiación". La ritualización hace referencia a los gestos y las estrategias comunicativas

a las que recurre quien habla para ser entendido. El marco de referencia indica el área en que la interacción tiene lugar y que incluye a sus participantes y a sus capacidades para participar en ella. Finalmente, la apropiación da cuenta del hecho de que quien habla no expresa palabras y discursos que son enteramente propios pero que aparecen como tales en el marco de participación en el que la interacción tiene lugar (2012, p. 1066). Con este enfoque, el autor sugiere que Twitter permite a sus usuarios tener un mejor conocimiento de la vida cotidiana de sus compañeros de plataforma. De esa manera, Murthy plantea que los usuarios de Twitter pueden conocer aspectos de la vida de otros que normalmente se mantenían reservadas, en privado (*ibid*., p. 1070).

Aun cuando interesante, la propuesta de Murthy resulta limitada para el entendimiento del potencial político de Twitter. A partir de las interacciones es difícil teorizar sobre el uso de las redes sociales en la esfera pública. Por su alcance, la teoría de la estructuración de Giddens podría resultar más conveniente y útil para este esfuerzo. Como una reacción a las críticas al estructural funcionalismo, retomando de éste algunas ideas y fusionándolas con la hermenéutica y las teorías del conflicto, Giddens se ha preocupado por elaborar una teoría que permita explicar cómo los seres humanos hacen su propia historia. Los hombres concretos, en contextos espacio temporales concretos, sostiene Giddens, construyen y reconstruyen las condiciones en las que viven a través de prácticas sociales cargadas de significado y con finalidades claras, aunque muchas veces no del todo conscientes (Giddens, 2006; Andrade, 2015, 1999; García, 2009). A diferencia del estructural funcionalismo, que teoriza a la estructura en instituciones, roles y status perfectamente definidos y apegados a una lógica racional, Giddens prefiere entender a la estructura en términos de la acción de los sujetos y conforme a los significados cambiantes que estos le otorgan a su desempeño. La estructura no está dada sino es en el conocimiento acumulado ("huellas mnémicas") de los sujetos, por lo que es un proceso en constante re-estructuración. Si la acción social es vista desde esta perspectiva, el potencial político de Twitter podrá ser comprendido en situaciones concretas en las que el análisis sintetice las múltiples determinaciones de la acción realizada por específicos

actores políticos. De esa manera, tanto las limitaciones estructurales, tecnológicas y económicas, como políticas podrán ser aprehendidas y entender de qué manera limitan realmente, o no, las potencialidades que esta plataforma digital le otorga al Homo Twitter. A través de la teoría de la estructuración podrá quedar en claro por qué lo que pasa en Twitter se queda en Twitter.

Referencias

Abu-Tarbush, J. (s/f), [aecpa.es/uploads/files/modules/congress/10/papers/ 249.pd].

Andrade, A. (1999), "La fundamentación del núcleo conceptual de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens", *Sociológica*, vol. 14, núm. 40, mayo-agosto, pp-124-49.

Andrade, A. (2015), "Los postulados fundamentales de la teoría de la modernidad reflexiva de Anthony Giddens", *Acta Sociológica*, núm. 67, mayo-agosto, pp. 87-110.

Cansino, C. (2012), "Diez Tesis sobre el Homo Twitter" [textoshereticos.wordpress.com/ 2012/01/17/diez-tesis-sobre-el-homo-twitter].

Cansino, C. (2016), "Viejas y nuevas tesis sobre el Homo Twitter", capítulo introductorio del presente volumen.

Cansino, C. S. Schmidt y G. Nares (2014), *¿Democratizando la democracia? De la Primavera árabe a los Indignados*, México, Juan Pablos.

Castells, M. (2006), *La era de la información, vol. 3, Fin de Milenio*, México, Siglo XXI.

Castells, M. (2012), *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales de Internet*, Madrid, Alianza.

Castells, M., (s/f). "¿Comunidades virtuales o sociedad red?" [repository.unad.edu.co/ bitstream/10596/6442/3/404005%20Comunidades%20virtuales%20o%20sociedad%20redcap4.pdf].

Díaz, V. (2011), "Mitos y realidades de las redes sociales. Información y comunicación en la sociedad de la información", *Prismasocial*, núm. 6, junio, pp. 174-198.

Dijck, J. van (2013a), *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*, Nueva York, Oxford University Press.
Dijck, J. van (2013b), "Social Media and the Culture of Connectivity", Oxford University Press [blog.oup.com/2013/02/social-media-culture-connectivity].
Dijck, J. van y T. Poell (2013), "Understanding Social Media Logic", *Media and Communication*, vol. 1, núm. 1, pp. 2-14.
García, A. (2009), "La teoría de la estructuración y su observación desde la acción: los límites del análisis", *Estudios Sociológicos*, vol. 27, núm. 79, pp. 31-61.
Giddens, A. (2006), *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires, Amorrortu.
Huberman, B.A., D.M. Romero y F. Wu (2008), "Social Networks that Matter: Twitter under the Microscope" [arxiv.org/pdf/0812.1045.pdf].
Islas, O. (2009), "El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad" [octavioislas.files.wordpress.com/2009/09/octavioislas_2008_coneicc.pdf].
Java, A., X. Song, T. Fining y B. Tseng (2007), "Why we Twitter; Understanding Microblogging Usage and Communities" [aisl.umbc.edu/resources/369.pdfhttp: //aisl.umbc.edu / resources/369.pdf].
Murthy, D. (2012), "Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter", *Sociology*, vol. 46, núm. 6, pp. 1059-1074.
Novoa, J. (2013), "La evolución de Twitter en cuatro gráficas: de una pequeña idea a una gran empresa" [genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/la-evolucion-de-twitter-en-cuatro-graficas-de-una-pequena-idea-a-una-gran-empresa].
Padilla, M.S. (2015), "La argumentación política en Twitter", *Discurso y Sociedad*, vol. 9, núm. 4, pp. 419-444.
Pascual, B. y R. Rueda (s/f), "Sociedad red, cultura, tecnología y pedagogía crítica" [uv.es/~jbeltran/ase/textos/pascual.pdf].

Pérez, S. y J.-L. Micó (2015), "El mito de la conversación global. Usos de Twitter en las redacciones periodísticas catalanas y belgas", *El profesional de la información*, vol. 24, núm. 3, mayo-junio, pp. 246-256.

Rovira, G. (2012), "Movimientos sociales y comunicación: La red como paradigma", *Analisi*, núm. 45, pp. 91-104.

Schönberger, V. y K. Cukier (2013), *Big Data. La revolución de los datos masivos*, Madrid, Turner.

Schuster, J. (s/f), "La teoría de la estructuración" [cdigital.uv.mx/bitstream/1234567 89/1384/1/199387P97.pdf].

Twitter-Wikipedia (s/f), [es.wikipedia.org/wiki/Twitter].

Ugarte, D. (2016), "Twitter contra la teoría de juegos", *El Correo de las Indias* [lasindias .com/twitter-contra-la-teoria-de-juegoshttps://lasindias.com/twitter-contra-la-teoria-de-juegos].

10

La rebelión del coro (o de cómo Twitter es intrínsecamente subversivo)

César Cansino

No es una conjetura ni una ocurrencia, es simplemente la ponderación de un hecho que está esperando por explicaciones persuasivas. Que las redes sociales se han convertido en el espacio público por excelencia del siglo XXI, en la moderna ágora de deliberación y confrontación de ideas y opiniones, es una realidad incontrovertible. ¿Pero esta condición es suficiente para postular que la democracia en el futuro se jugará de manera decisiva en las redes sociales? Mi respuesta es un sí rotundo y definitivo. Veamos por qué.

1

Quien conoce mi obra sabe que desde hace mucho he defendido una concepción de la democracia que la percibe no sólo como una forma de gobierno sino como una forma de vida, una forma de sociedad. Este ajuste respecto de las concepciones dominantes nace de la necesidad de (re)colocar a los ciudadanos en el centro de la vida pública, de

restituirles su condición de sujetos políticos, sustraída por los políticos profesionales, quienes se abrogan para sí ese monopolio. De hecho, mi tentativa teórica en innumerables libros y ensayos ha sido concebir a la política como el lugar decisivo de la existencia humana, y al espacio público como el lugar de encuentro de los ciudadanos en condiciones mínimas de igualdad y libertad, el espacio natural donde los individuos transparentan (en el sentido de hacer públicos) sus deseos y anhelos, sus frustraciones y congojas, y por esta vía instituyen con sus opiniones y percepciones los valores que han de regir al todo social, incluidos a los políticos profesionales.[1] Según esta concepción, nada preexiste al momento del encuentro de ciudadanos libres, el momento político por antonomasia, sino que es ahí, en el intercambio dialógico incluyente y abierto, donde se llenan de contenido los valores vinculantes, sin más guion que la propia indeterminación; o sea, ahí donde se encuentran individuos radicalmente diferentes (como los que integran a cualquier sociedad plural) pueden generarse consensos, pero también acrecentarse las diferencias. Huelga decir que, para esta concepción, todo es politizable, a condición de que sea debatible. En suma, según esta noción, los verdaderos sujetos de la política son los ciudadanos desde el momento en que externan sus opiniones y fijan sus posiciones sobre todo aquello que les preocupa e inquieta en su entorno cotidiano.

2

Lejos de lo que pudiera pensarse, esta forma de vivir la democracia siempre ha existido en las democracias realmente existentes, desde el momento que sólo este tipo de gobierno puede asegurar condiciones mínimas de igualdad ante la ley y de libertad a los ciudadanos, lo cual resulta indispensable para la expresión espontánea y respetuosa de las ideas. Sin embargo, también es verdad que la esfera del poder institucional suele ser ocupado por gobernantes y representantes que lejos de gobernar en tensión creativa con la sociedad lo hacen en el vacío, generándose un corto circuito entre ellos y la sociedad. La crisis

[1] Véase en particular Cansino (2010).

de las democracias representativas contemporáneas tiene su estro en este hecho cada vez más evidente. Desde cierta tradición teórica, el fenómeno ha sido explicado como una colonización de la sociedad por los sistemas instrumentales del poder y el dinero que todo lo avasallan a su paso.[2] Otros autores, por su parte, ven en el elitismo de la política profesional, en cualquiera de sus manifestaciones posibles —como la oligarquía o la partidocracia—, el impedimento para que la sociedad sea considerada de manera más incluyente por quienes toman las decisiones en su nombre en una democracia representativa.[3] Pero independientemente de las explicaciones, lo interesante es señalar que no obstante los factores reales del poder que merman el impacto de la sociedad en la democracia, confinándola casi siempre a legitimar a los políticos profesionales y a los partidos mediante el sufragio, las sociedades nunca han dejado de expresarse, o sea que siempre, en mayor o menor medida, han condicionado el ejercicio del poder, necesitado siempre de legitimidad para conducirse. Es lo que algunos teóricos han denominado la capacidad instituyente de la sociedad desde sus imaginarios colectivos, o sea todo aquello que de manera simbólica construyen las sociedades desde su tradición, su historia, sus percepciones, sus temores y su interacción con otras sociedades.[4] Con lo que queda mejor ilustrado mi entendimiento de la democracia como un modo de vida. El impacto de esa capacidad o su intensidad pueden variar de una democracia a otra, pero siempre permanece *in nuce*, ya sea como acción o reacción, a pesar de lo que muchos políticos profesionales quisieran.

3

Entonces, si la democracia ha de ser concebida cabalmente como el gobierno del pueblo, como una moderna república (res-pública), y en ese sentido como una forma de sociedad y no sólo de representación

[2] Véase en particular Habermas (1987 y 1998).

[3] Véase, por ejemplo, Rödel, Frankenberg y Dubiel (1989).

[4] Véase Castoriadis (1980).

política, la idea de espacio público-político resulta crucial. Sin embargo, por muchas razones, la concepción clásica del ágora o la plaza pública fue minada en la modernidad no sólo en la práctica sino incluso semánticamente. Así, lo "público" terminó asociándose con el Estado, o mejor, con el ejercicio del poder, y lo "privado", con todo aquello que atañe a lo social, incluidas sus preferencias políticas, amén de los consabidos ámbitos de lo familiar, lo mercantil o lo religioso.[5] La inversión conceptual está tan introyectada culturalmente que muchos ciudadanos la asumen a pie juntillas, al grado de concebirse a sí mismos como "apolíticos", para desmarcarse de los políticos profesionales, los cuales son percibidos casi siempre como una raza aparte de egoístas y cínicos. Sin embargo, con la caída del Estado benefactor hace cuatro décadas (que asumía como suyo el deber de procurar bienes y servicios a la sociedad), y con la crisis de la democracia representativa (que se expresa en un malestar creciente de los ciudadanos al sentirnos cada vez menos representados por nuestros gobernantes), las democracias modernas han visto un proceso gradual de activación social que ha venido a restituirle a la sociedad un rol mucho más destacado que al que estaba confinado en el pasado inmediato.[6] Sin duda, en ese proceso jugaron un papel decisivo las sociedades en los países comunistas en los años noventa del siglo pasado, que decidieron asaltar las plazas y las calles para demandar las libertades que les negaron sus dictaduras durante décadas. La caída del Muro de Berlín es por ello el símbolo inequívoco no sólo del derrumbe de los regímenes comunistas sino también del resurgimiento de la sociedad en clave postotalitaria. De ahí en adelante, las sociedades en las democracias viejas y nuevas se han venido activando y movilizando con distintas intensidades y modalidades, recuperando para sí un protagonismo político que los inquilinos del poder les habían sustraído arbitrariamente.[7] Incluso antes del crucial 1989, muchas democracias occidentales experimentaron grandes movilizaciones sociales por reivindicaciones de todo tipo hasta entonces ignoradas

[5] Para mayores elementos sobre este particular remito a Cansino (1999).

[6] Véase sobre este tema a Rossanvalon (1998).

[7] Véase al respecto Cansino y Pineda (2012).

o pospuestas en los andamiajes normativos de sus naciones, como los derechos de las mujeres, de los homosexuales, de los jóvenes, o por cuestiones ecológicas, entre muchas otras causas. Posteriormente, las sociedades comenzaron a agruparse en organizaciones no gubernamentales (ONG's) para tomar en sus manos la defensa de derechos de todo tipo insuficientemente garantizados por sus Estados o para impulsar proyectos e iniciativas que consideraban necesarios, pero que olímpicamente habían sido desentendidos o ignorados por las autoridades. Al tiempo que este proceso avanzaba en todas partes, aportando una energía social inédita a los ámbitos de decisión vinculantes, y acotando por esa vía al poder ocupado por partidos y gobernantes, emerge un nuevo ingrediente que viene a complementar e incluso a modificar radicalmente el espacio público-político tal y como se conoció hasta entonces: las así llamadas redes sociales.

4

Por efecto de la irrupción de las sociedades democráticas en los asuntos públicos, mediante la deliberación colectiva de todo aquello que les atañe, o incluso mediante la gestión de bienes colectivos, lo público dejó de ser competencia exclusiva de lo estatal. De hecho, en las democracias modernas cada vez más lo político está contenido en lo social, y las sociedades son cada vez más protagonistas de su historia. Sin embargo, poner las cosas en esos términos ha tenido que enfrentar fuertes resistencias por parte de los enfoques teóricos dominantes en las ciencias sociales y las humanidades, casadas con preconcepciones institucionalistas o estatalistas que le conceden poco espacio o impacto a la cuestión social. Justo por esas resistencias he tenido que decretar sin miramientos la muerte de la ciencia política en un libro al mismo tiempo premiado y denostado por mis pares intelectuales.[8] Para esas perspectivas cerradas y dogmáticas en el plano empírico, una concepción alternativa como la que he resumido aquí resultaba no sólo incómoda sino incluso "radical". Puesto en esos términos, su alegato

[8] Véase Cansino (2008).

no deja de ser curioso porque en su perspectiva lo radical no es otra cosa que lo que en realidad es consustancial a la democracia y que le había sido negado teóricamente; o sea, volver a colocar a la sociedad en el centro de lo público-político. ¿Puede haber algo más básico y elemental que eso? Claro que no, pero las rigideces de los paradigmas cientificistas dominantes les impiden a sus partidarios ver lo evidente. Ciertamente, una perspectiva como la mía tiene un componente de radicalidad que asusta a los científicos porque rompe todos sus esquemas y certidumbres: la indeterminación de la democracia.

En efecto, concebir a la democracia no sólo como una forma de gobierno sino también como una forma de vida implica asumir sin reservas la total indeterminación de la democracia, desde el instante en que se acepta que nada preexiste al momento de encuentro de individuos libres y radicalmente diferentes, o sea que sólo en el espacio público-político se definen y redefinen permanentemente los valores y los contenidos de esos valores que han de articular al todo social. Siguiendo con esta lógica, debemos aceptar que las sociedades no siempre elijen lo mejor para ellas sino con frecuencia optan por retrocesos en sus propias libertades y conquistas. Se trata de un elemento de incerteza al que no se puede renunciar si es que realmente nos asumimos como demócratas o si se prefiere como "demócratas radicales".

Cabe recordar que pretender mantener lo social bajo control, en el marco de un guion preconcebido, es un rasgo propio de mentalidades totalitarias. De hecho, como bien nos enseñó la más grande filósofa de todos los tiempos, Hannah Arendt, la única manera de entender a cabalidad la democracia es concibiéndola como el justo opuesto del totalitarismo.[9] Ahora bien, adscribirse a esa concepción alternativa de la democracia exige abandonar las perspectivas deterministas, institucionalistas o formalistas largamente dominantes en las ciencias sociales, incapaces de aprehender la dimensión simbólica de la democracia, que no es otra cosa que lo que las sociedades quieren, sus anhelos, sus deseos, sus aspiraciones... Y eso no se registra con sondeos cuantitativos sino simplemente con la experiencia, con la

[9] Véase Arendt (1974).

ocupación simbólica, como lo hace cualquier ciudadano, de la calle, la plaza pública y de cualquier otro espacio de interacción social. Obviamente, pensar lo público-político en la actualidad no puede hacerse sin considerar a las nuevas redes sociales, la moderna ágora virtual de la democracia.

5

A veces me pregunto qué hubieran pensado los precursores intelectuales de esta manera alternativa de concebir la democracia, como Castoriadis, Lefort y la propia Arendt, si les hubiera tocado en vida ver y participar de las redes sociales que hoy han irrumpido masivamente en nuestras sociedades. Creo que todos verían cristalizadas en ellas sus principales tesis sobre la democracia como forma de vida. Y es que de algún modo las redes sociales restituyen a los ciudadanos una centralidad simbólica que les había sido escamoteada en la práctica cotidiana de las democracias realmente existentes. Como es sabido, lo que distingue a las democracias de los modernos de las democracias de los antiguos es la representación.[10] Si en la antigüedad griega los ciudadanos podían dirimir directamente los asuntos de la *polis*, la complejidad de las sociedades modernas exigía incorporar mecanismos indirectos de representación para encausar la voluntad de los ciudadanos. Los jacobinos se dieron cuenta muy pronto que la voluntad general nacida caóticamente de la Asamblea podía conducir a una nueva tiranía, tan cruel y voraz como la de los monarcas absolutos que se intentaba derrocar, la tiranía de las mayorías.

Por eso, después de la malograda experiencia revolucionaria francesa, los primeros experimentos exitosos de democracia —la inglesa y la estadounidense—, tuvieron como eje la idea moderna de la representatividad. Una fórmula que permitió al mismo tiempo preservar las ideas ilustradas de la soberanía del pueblo y la supremacía de los derechos individuales, y conferir a la sociedad una forma de estructuración política legítima y promisoria. Sin embargo, la

[10] La cuestión fue puesta en esos términos por Sartori (1965).

representación consintió la afirmación de élites partidistas que con el paso del tiempo terminaron monopolizando el quehacer político, relegando nuevamente a la sociedad a roles accesorios, como la legitimación mediante el sufragio de las propias élites. Por ello, si las democracias modernas estás en crisis es porque los ciudadanos nos sentimos cada vez menos representados por nuestros representantes, o sea, es una crisis de representación, caracterizada por un alejamiento o incluso un corto circuito entre representantes y representados.[11] Pero como suele suceder, el malestar social se ha abierto paso frente a la ignominia. Primero fueron los movimientos sociales, luego la sociedad volcándose en las plazas públicas, luego organizándose en ONG's, y ahora ocupando las redes sociales, gracias a la masificación de las nuevas tecnologías de la información. En esta perspectiva, las redes sociales constituyen la nueva ágora, el lugar donde se construye cotidianamente la ciudadanía y se definen los valores sociales. Las redes sociales nos recuerdan que la democracia no puede edificarse en el vacío, sino en contacto permanente con la sociedad. Si la representatividad fue la fórmula que permitió que la democracia como forma de gobierno se concretara en sociedades complejas como las modernas, las redes sociales son el vehículo moderno que restituye a la sociedad su centralidad y protagonismo frente a los déficits de representatividad que acusaba desde hace tiempo. Además, no podía ser de otra manera, pues si las sociedades modernas se han vuelto cada vez más complejas, es decir más pobladas, plurales, activas y heterogéneas, sus formas de expresión no podían limitarse a lo local, sino que para trascender debían irrumpir en el mundo complejo y global de las comunicaciones que sólo las redes sociales pueden ofrecer.

Por eso, si en algún lugar se juega hoy la democracia, entendida como el espacio público donde los ciudadanos deliberan desde su radical diferencia sobre todos los asuntos que les atañen, es en las redes sociales, un puente poderoso que pone en contacto en tiempo real a millones de individuos. Huelga decir que la comunicación que fluye en las redes sociales es abierta y libre, pues es un espacio ocupado por los propios usuarios sin más condicionante o límite que

[11] Al respecto véase Cansino (2000).

su propia capacidad de expresarse. Y no es que las redes sociales vayan a ocupar el lugar que hoy ocupa la representación política, sino que la complementa, la estimula, por cuanto sus mensajes y contenidos ya no pueden ser ignorados por los gobernantes so riesgo de ser exhibidos y enjuiciados públicamente en estos modernos tribunales virtuales. De hecho, los políticos profesionales están cada vez más preocupados por el impacto de las redes sociales, se saben vigilados, observados, y finalmente intuyen que ya no pueden gobernar a espaldas de la ciudadanía. Muchos quieren entrar en las redes sociales, congraciarse con sus usuarios, ser populares, pero no saben cómo hacerlo, pues los usuarios de las redes no se dejan engañar fácilmente. De algún modo, las redes sociales llenan de contenido esa idea clásica de que el poder está en vilo, me refiero al poder ocupado por los políticos profesionales, pues su permanencia o caída depende siempre de una sociedad cada vez más crítica, informada y participativa.[12]

Los políticos profesionales se han dado cuenta por la irrupción de la sociedad en las redes sociales, que ya no pueden apropiarse arbitrariamente de la política, pues la política está hoy más que nunca en todas partes. En suma, las redes sociales reivindican al ciudadano, lo visibilizan frente a la sordina consuetudinaria de los políticos profesionales.

6

¿Por qué este rol que hoy desempeñan las redes sociales no lo realizaron antes otros medios de comunicación, como la radio y la TV? La pregunta tiene sentido, pues mucho antes que llegaran las redes sociales lo hicieron los medios electrónicos, mismos que nunca pudieron convertirse en un foro auténtico de y para los ciudadanos, pese a que muy pronto invadieron todos los hogares. Ciertamente, tanto los medios tradicionales (la prensa, la radio y la TV), como las redes sociales (Twitter, Facebook y otras), son medios de comunicación, pero sería un error meterlos en el mismo saco. La

[12] Véase al respecto Lefort (1994).

primera diferencia es que los medios tradicionales siempre han sido ajenos a la sociedad, siempre han respondido a los intereses de sus dueños, por lo que la comunicación que emiten es unidireccional, vertical, del medio al receptor, sin posibilidad alguna de interacción o diálogo con la sociedad. La TV y la radio pueden tener públicos cautivos y hasta fieles seguidores o incluso teléfonos en el estudio para retroalimentarse de sus audiencias, pero su razón de ser es comunicar desde los particulares intereses y valores que representan y buscan preservar. Por su parte, las redes sociales surgieron en Internet con la idea de conectar simultáneamente a miles de personas de manera horizontal, desde sus propios intereses y necesidades, sin mayor límite que su creatividad. En ese sentido, aunque Twitter o Facebook tienen dueños y sus acciones cotizan en la bolsa, su éxito reside precisamente en la libertad que aseguran a sus usuarios para comunicarse entre sí, al grado de que son los propios usuarios los que terminan ocupando las redes sociales desde sus propios intereses. Desde cierta perspectiva, si los medios tradicionales se convirtieron en el cuarto poder en la era moderna, dada su enorme penetración social y capacidad de influencia; las redes sociales se han convertido repentinamente en un quinto poder, un poder detentado por la ciudadanía por el simple hecho de ejercer ahí de manera directa y masiva su derecho a expresarse, a opinar de todo aquello que le inquieta.

Por eso, si hay un lugar donde hoy se materializa la así llamada "acción comunicativa" que alguna vez vislumbró el filósofo Habermas, o sea la comunicación no interesada, horizontal, dialógica entre pares y libre del dominio de los sistemas instrumentales, ese es precisamente el que hoy ocupan las redes sociales,[13] aunque aún están en espera de mayores y mejores teorizaciones como las que han concitado durante décadas los medios tradicionales, sobre todo con respecto a su relación con la política y la democracia. Pero la tarea no es fácil. Ni siquiera tratándose de los medios tradicionales existe todavía consenso sobre la manera en que impactan o influyen en la democracia. Para unos, los apocalípticos, como Giovanni Sartori, la TV llegó muy temprano a la humanidad y se ha vuelto contra ella, no sólo porque marca una involución biológica del

[13] Véase Habermas (1987).

homo sapiens al homo videns, sino porque alimentan la ignorancia y la apatía de una sociedad, lo cual es aprovechado por los políticos para manipularla de acuerdo a sus propios intereses.[14] Para otros, algunos posmodernos y culturalistas, como Gianni Vattimo, la TV amplió el espectro de la mirada de los ciudadanos, por lo que acercó a los políticos a la sociedad, los volvió más humanos y en consecuencia susceptibles de crítica y juicio, amén de que ofreció a los espectadores nuevos referentes provenientes de realidades distintas a la suya, lo que les permitió, por simple contrastación, reconocer límites y deficiencias.[15] Como quiera que sea, las preocupaciones intelectuales de lo que hoy se conoce como "videopolítica" o "teledemocracia" no son las de las redes sociales. Más aún, estos debates se volverán obsoletos conforme las redes sociales se vayan imponiendo en el gusto y el interés de las sociedades contemporáneas. No digo que los medios tradicionales desaparecerán o dejarán de tener súbitamente el impacto que hoy tienen, pero sí es un hecho que las redes sociales, por sus características intrínsecas asociadas a la libre expresión de las ideas, terminarán impactando y hasta colonizando a los medios tradicionales. De hecho, ya lo hacen, con frecuencia éstos aluden a lo que se dice en Twitter o Facebook para tener una idea más precisa de lo que interesa y preocupa a la sociedad, y saben que permanecer al margen de las redes sociales los aislará sin remedio.

No olvidemos, además, que lo que se dice en los medios tradicionales también es motivo de deliberación pública para las propias redes sociales. Por ello, si hay una problemática a dilucidar asociada con el extraordinario avance de las redes sociales en las democracias modernas, no es si éstas "manipulan" o "desinforman" o no lo hacen, como se discute a propósito de los medios tradicionales, sino hasta qué punto podrán desarrollarse como espejos de la sociedad, como tribunales de la política institucional, antes que los poderes fácticos busquen minimizar su impacto mediante regulaciones y controles de todo tipo. De ese tamaño es el desafío que las redes sociales han abierto casi silenciosamente para los intereses de los poderosos, así como los riesgos que entraña su inusitado crecimiento.

[14] Véase Sartori (1997).

[15] Véase Vattimo (1988).

7

Llegados a este punto, conviene precisar que no todas las redes sociales existentes en la supercarretera de la información están dotadas de las características necesarias para convertirse en lo que aquí he llamado el lugar decisivo de la democracia. Ante todo, tienen que ser populares, pues de lo que se trata es de propiciar la interacción abierta y plural de miles de usuarios en tiempo real. En la actualidad, las únicas dos redes sociales que cumplen este requisito son Twitter y Facebook, y al parecer ninguna otra de las muchas que existen en Internet parece amenazar su hegemonía. Ahora bien, no obstante que Facebook llegó primero, ha venido perdiendo adeptos frente al rápido crecimiento de Twitter, y creo no exagerar al decir que sólo es cuestión de tiempo para que Twitter desplace definitivamente a Facebook y se convierta en la red social más popular a nivel mundial. Huelga decir que esta tendencia se debe ante todo a las características intrínsecas de Twitter y de las que adolece Facebook, y que además lo aproximan más a la idea de espacio público que aquí he defendido. En efecto, Facebook nació como un medio para poner en contacto a amigos y conocidos, y en buena medida así se ha mantenido, en cambio Twitter nació para poner en contacto a individuos entre sí simplemente porque resulta interesante o enriquecedor tenerlos como interlocutores.

Además, la fórmula de los 140 caracteres por tweet posibilitó la interacción ágil, dinámica y abierta de todos con todos, materializando la idea de un ágora donde todos pueden opinar y ser escuchados. Asimismo, tener la posibilidad de participar de los TT (*trending topics* o temas que marcan tendencia) y debatir de todo aquello que preocupa a la sociedad en tiempo real, generando una suerte de termómetro de los intereses sociales, abona al potencial de Twitter respecto de otras redes sociales. Por estas y muchas otras virtudes es que sostengo que la democracia se jugará cada vez más en Twitter. De hecho, el potencial de Twitter ha quedado ya de manifiesto en las múltiples expresiones de indignación que tuvieron lugar en varias partes del mundo a lo largo de 2011, ya sea convocando a movilizaciones o simplemente repudiando a los tiranos y presionando para derrocarlos. Si Twitter ha

contribuido a todo ello, imagínense lo que puede hacer en una elección, exhibiendo las contradicciones de los candidatos, reprobando sus dichos y acciones, o elogiando la sensatez y la capacidad de otros. Se podrá objetar que las redes sociales siguen siendo irrelevantes frente a las poderosas audiencias que aún conservan los medios tradicionales, o que los usuarios de Twitter son todavía un porcentaje muy reducido de la población de un país, lo cual es hasta cierto punto cierto, pero los grandes cambios ocurren cuando hay una masa crítica capaz de impulsarlos, y hoy esa masa crítica reside invariablemente en Twitter.

8

Sin embargo, en un mundo de intereses tan poderosos, las redes sociales pueden ser víctimas de su propio éxito. No es descabellado suponer que tarde o temprano alguien buscará neutralizar su impacto mediante regulaciones y controles legales de todo tipo, con lo que perderán la frescura y la independencia que hoy disfrutan. De hecho, al estar inmersas en el mercado, ya existen en Twitter mecanismos velados de censura para modificar los TT por dañar la imagen de un político o un partido. La lógica es simple, si un TT puede comprarse por parte de firmas comerciales para promocionar productos y servicios, también pueden ser comprados por los políticos para los mismos propósitos. Asimismo, si los TT pueden comprarse es lógico que también haya interesados en erogar dinero para que algunos temas desaparezcan del TT cuando afectan a alguien. Este tipo de censura ya se ha desplegado en Twitter, que no por ser una red social ocupada libremente por los usuarios, deja de ser un negocio multimillonario. Sin duda, este tipo de cuestiones minan la credibilidad de Twitter, pero es un riesgo inminente que, paradójicamente, toca a los propios usuarios denunciar, exhibir y hasta castigar con su eventual abandono en casos extremos, lo que amenazaría la propia rentabilidad comercial de Twitter.

Además de estas prácticas, han emergido otras igualmente dañinas, como la compra indiscriminada de seguidores virtuales por

parte sobre todo de políticos profesionales para mostrarse con ello muy populares, o la creación de *bots* o réplicas mediante las cuales esos mismos políticos reproducen mensajes de apoyo para sí mismos o críticas a sus adversarios, en un juego perverso de simulaciones que contamina la comunicación en Twitter. Como quiera que sea, parece que los propios usuarios de esta red social han creado sus propias vacunas para denunciar y exhibir este tipo de conductas. De lo que se desprende que el potencial de las redes sociales como espacios genuinos de deliberación pública depende en buena medida de la responsabilidad con la que se muevan en ellos sus propios usuarios. En esa perspectiva, y dicho a título personal, soy partidario de que los usuarios de Twitter lo hagan con sus nombres y apellidos verdaderos y no de manera anónima, o sea con nombres ficticios o seudónimos, pues en esa medida las opiniones ganan en credibilidad, y el debate se vuelve más transparente y democrático.

9

Suele pensarse que el primero en utilizar a su favor el potencial de algo desconocido hasta entonces marcará una tendencia o un patrón. Sin duda ese fue el caso de la campaña presidencial de Barack Obama, quien supo aprovechar las redes sociales, en particular Facebook, para ganar la presidencia de Estados Unidos en 2008. El caso de Obama ha motivado múltiples estudios y libros al grado de considerarlo un paradigma de éxito de lo que hoy se conoce como "cibercampaña".[16] Ninguna campaña antes de ésta fue capaz de aglutinar por Internet a tantos simpatizantes, recaudar tanto dinero para la propia campaña, y mantener un contacto tan directo y permanente con los votantes, elementos todos que sin duda redituaron en el contundente triunfo de Obama. Sin embargo, se equivocan rotundamente quienes creen ver en esta experiencia el modelo a seguir para desarrollar campañas exitosas en la nueva era de la información. Y esto es así por una simple razón, las redes sociales cambian tan vertiginosamente como las propias tecnologías

[16] Véase, por ejemplo, R. Harfoush (2010).

informáticas. Hoy, por ejemplo, a diferencia de la campaña de Obama, más que apoyarse en Facebook para conectar con sus simpatizantes, un candidato en campaña deberá hacerlo por Twitter si es que realmente quiere trascender. Ello se debe a que Twitter ha desplazado a Facebook en lo que al debate de los asuntos públicos se refiere, y ofrece de inmediato, gracias a los TT que genera permanentemente, un barómetro que mide el impacto de los contendientes. Empero, no hay nada más difícil para un político en campaña que conquistar a los tuiteros, que suelen ser críticos y perspicaces, y que saben o intuyen que sus opiniones trascienden a la sociedad en su conjunto y pueden cambiar el rumbo de una elección, sobre todo en el contexto de comicios con amplios márgenes de indecisos, debido a una pobre oferta política o partidista. Una cosa es cierta, las elecciones en el futuro se jugarán cada vez más en Twitter y cada vez menos en los medios tradicionales o en los mítines o plazas públicas.

10

Hay muchas razones para anticipar que éste será precisamente el caso de las elecciones del futuro. He aquí las más importantes: *a)* cada vez es mayor la franja de indecisos (en algunos países es de hasta el 50 por ciento de los electores) y de ellos un buen porcentaje son tuiteros en busca de definición; *b)* la inmensa mayoría de esos indecisos son jóvenes, como el 90 por ciento de los tuiteros, y el voto joven siempre es decisivo en las elecciones; *c)* un buen porcentaje de los tuiteros constituye lo que se conoce como la "masa crítica" de una sociedad, capaz de impulsar y estimular los cambios que un país requiere, amén de que han hecho de Twitter su medio natural de expresión y deliberación pública; *d)* a diferencia de las elecciones en el pasado, los medios tradicionales jugarán un papel secundario, mientras que Twitter ocupará un mayor protagonismo; *e)* al ser un espacio público abierto y horizontal, la moderna ágora de deliberación ciudadana, Twitter constituye el espejo más veraz de las percepciones sociales; nadie puede abstraerse de lo que ahí se defina, ni los políticos,

ni los partidos ni los propios medios tradicionales; *f)* ni los políticos que con dinero manipulan los TT podrán imponer su voluntad sobre la de millones de tuiteros; pues éstos han creado sus propios mecanismos para exhibir a los tramposos; *g)* sólo en Twitter se exhibirán sin censura los claroscuros de los candidatos, sus defectos y virtudes, cuestión que sin duda influirá en las preferencias electorales; *h)* Twitter se ha convertido en el medio de socialización política más influyente, muy por encima de Facebook, sobre todo entre la población joven y universitaria; *i)* los medios tradicionales no pueden permanecer indiferentes a Twitter so riesgo de mostrarse parciales y perder credibilidad; y *j)* lo que se dice en Twitter impacta cada vez más a la sociedad e incluso empieza a colonizar a otros medios de comunicación tradicionales, los cuales ya se dieron cuenta que permanecer al margen de Twitter es condenarse al aislamiento y el olvido.[17]

Referencias

Arendt, H. (1974), *Los orígenes del totalitarismo*, Madrid, Taurus.

Cansino, C. (1999), "Estado", en Baca, l., J. Bokser, I. H. Cisneros, *et. al*., *Léxico de la Política*, México, UNAM/FLACSO/FCE, pp. 222-229.

Cansino, C. (2000), "La crisis de la democracia representativa y la moderna cuestión social", *Revista de la Universidad de México*, México, UNAM, núms. 588-589, enero-febrero, pp. 45-47.

Cansino, C. (2008), *La muerte de la ciencia política*, Buenos Aires, Debate.

Cansino, C. (2010), *La revuelta silenciosa. Democracia, espacio público y ciudadanía en América Latina*, México, BUAP.

Cansino, C. y S. Pineda (coords.), (2012), *La modernidad exhausta. Posiciones sobre nuestro tiempo veinte años después de la caída del Muro de Berlín*, México, UACJ.

Castoriadis, C. (1980), *La institución imaginaria de la sociedad*, Madrid, Tusquets.

[17] Los datos aquí reproducidos fueron obtenidos de diversas páginas y blogs especializadas en el comportamiento de Twitter, como eduarea.wordpress.com o estwitter.com.

Habermas, J. (1987), *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols., Madrid, Taurus,

Habermas, J. (1998), *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*, Madrid, Trotta.

Harfoush, R. (2010), *Yes we did. Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales*, Madrid, Gestión.

Lefort, C. (1990), *La invención de la democracia*, México, FCE.

Maestre, A. (1994), *El poder en vilo*, Madrid, Tecnos.

Rödel, U., G. Frankenberg y H. Dubiel (1989), *Die demokratische Frage*, Frankfurt, Suhrkamp Verlag.

Rossanvalon, P. (1998), *La nueva cuestión social: repensar el Estado providencia*, Buenos Aires, Manantial.

Sartori, G. (1965), *Democratic Theory,* Michigan, Wayne State University Press.

Sartori, G. (1997), *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

Vattimo, G. (1988), "Pero el Apocalipsis no llegará por los *mass-media*", *Topodrilo*, México, UAM-Iztapalapa, núm. 3, julio, pp. 23-25.

TERCERA PARTE

Democracia y redes sociales en un país cautivo

11

Twitter y sus perversiones: violencia y censura

Rossana Reguillo
Jesús Robles Maloof[*]

En febrero de 2015 Rossana Reguillo, coautora del presente artículo, académica y bloguera mexicana reconocida por su trabajo sobre movimientos sociales, fue amenazada de muerte en Twitter. Los ataques se extendieron por más de dos meses y se ampliaron a otros medios sociales, a sus correos electrónicos e incluso a personas cercanas. A partir de esta experiencia buscamos reflexionar sobre el ejercicio de las libertades de expresión y organización entre otras y las implicaciones políticas de las formas emergentes de violencia y censura en Internet.

Las figuras del troll y los bots en Internet han cobrado en México una relevancia preocupante por su potencial negativo para la libertad de expresión. En un contexto de extrema violencia, deterioro institucional y debilidad democrática, fortalecer la libertad de expresión y las garantías para la información, la discusión y la participación ciudadana en los asuntos de interés colectivo, es vital.

[*] Una primera versión de este ensayo se publicó en la revista *Sin Embargo* (12 de mayo de 2015), disponible en: sinembargo.mx/12-05-2015/1342702. Se publica con la autorización de los autores.

El troll es una figura del folklore escandinavo, una raza con forma humana, generalmente representado como demonio, ogro u otro terrible ser y, aunque no hay acuerdo sobre su origen o significado estricto, se asocia a figuras malignas que se comportan violentamente.

La aparición del término troll y del verbo trolear en Internet tampoco puede ser determinada con rigor. Distintos artículos académicos y periodísticos ubican el inicio de la práctica en la década de los noventa, en el sitio Usenet (Users Network, red de usuarios), un sistema global de discusión en Internet, creado en la Universidad de Duke. Los usos tempranos del término se vinculan a la idea de "trolear novatos" (*trolling for newbies*), cuyo sentido era el de gastar bromas por parte de usuarios más experimentados.

Sin embargo, en la medida que la arquitectura de Internet se ha ido sofisticando y expandiendo, el troll y el troleo pasaron a nombrar comportamientos disruptivos cuyo objetivo fundamental es interrumpir o trastornar comunidades de hablantes, a través de insultos y amenazas, lo que Twitter denomina, por ejemplo, "abuso dirigido" y que su política de comportamiento abusivo penaliza con la suspensión de las cuentas de usuarios que lo cometen.

La magnitud y la escala de los ataques a personas y sitios periodísticos o de opinión crítica, vuelve urgente no solo una reflexión seria sobre el asunto, sino, además, evidenciar cuestiones fundamentales para comprender la importancia de este debate en una época en la que Internet es además de una herramienta, una nueva plaza pública (véase la introducción de César Cansino en el presente volumen).

Una de estas cuestiones es la minimización de este comportamiento violento, que parte de la falsa idea de que la vida en línea, virtual, es una vida distinta a la que llevamos fuera de línea, cuando en realidad hemos visto de manera creciente cómo las y los usuarios de medios sociales, ponen en juego su prestigio para participar en distintos debates claves para la construcción de agendas y juegan abiertamente en el espacio público. Quizá el consejo común expresado en el *Dont Feed The Troll* (véase Rational Wiki, 2015) ya no sea una respuesta suficiente cuando de intencionalidad política se trata.

Una segunda cuestión es la poca información disponible sobre el grave daño que infringen a las víctimas que son orilladas a retirarse de la red o a padecer efectos negativos desde daños a la salud física y emocional, hasta la renuncia a la palabra libre y pública. Al respecto, Dominemos las TIC (2015) ha iniciado un trabajo de documentación muy importante.

Y una tercera cuestión es la ausencia o invisibilidad de una lectura política sobre lo que implica para la justicia y la calidad democrática la normalización de la violencia en Internet. El llamado troleo, acoso o abuso, es hoy una herramienta que busca acallar, mediante el miedo, a las voces críticas o incómodas para ciertos actores, tanto gubernamentales como particulares.

Bloquear no es suficiente

La literatura disponible sobre el tema suele enfatizar los desarreglos psicológicos de estos personajes; y aunque estopuede ser cierto, es decir, los llamados trolls gozan infringiendo daño a otros (el término utilizado para esto es una palabra alemana, sin buena traducción al castellano *shandenfreude*,que designa el sentimiento de alegría creado por el sufrimiento o la infelicidad del otro), reducirlo a un comportamiento psicológico oculta el rostro más atemorizante y preocupante de este fenómeno: el político.

Han sido ampliamente documentadas las estrategias de vigilancia y control (véase El Toque, 2015), por parte de los gobiernos y de poderes no claramente identificados a través de la red (véase ContingenteMX, 2014). La proliferación de las llamadas "granjas de bots", que alude al "cultivo" y el uso de numerosas cuentas falsas en Twitter, se ha vuelto evidente en México.

Los bots (abreviatura de robot) son aquellas cuentas creadas que cumplen funciones automáticamente programadas, como, por ejemplo, publicar tweets con enlace a algún sitio web, dar *retweet* o seguir automáticamente a alguien que mencione alguna palabra o *hashtag* o, en una estrategia inversa, para saturar discusiones (Verkamp

y Grupta, 2015) o para acallar las voces disidentes en debates públicos contrarios a los intereses de gobiernos (véase, por ejemplo, Robles Maloof, 2014);se han convertido en un serio problema para mantener a Twitter como "un genuino espacio informativo y deliberativo", en palabras de Valero Roth y Merino (2011).

El análisis empírico y el uso de herramientas de minería de datos como Gephi, Json, Flocker y otras, permiten afirmar que emerge en el espacio público de las redes en México, especialmente en Twitter, una estrategia de *marketing* y guerra sucia que involucra el uso simultáneo de trolls y bots, que aunque mantienen funciones aparentemente diferenciadas, tienen como fin interrumpir la conversación, inyectar miedo y dañar lo que llamaremos "comunidades de sentido", que son aquellas que a través de las redes buscan generar —incluso en el disenso— debates abiertos, respetuosos y desjerarquizados sobre temas o procesos claves.

En el contexto de elecciones intermedias y de cara a los graves problemas en el país, como Ayotzinapa, Guardería ABC, presos políticos, Tlatlaya y otros, o las graves evidencias de corrupción, esta estrategia combinada, que ha sido evidenciada en los casos de las reformas estructurales, el #YaMeCansé (Aristegui Noticias, 2014) o el más reciente caso, el de la periodista Carmen Aristegui, resulta un atentado contra la libertad de expresión, los derechos humanos y la democracia.

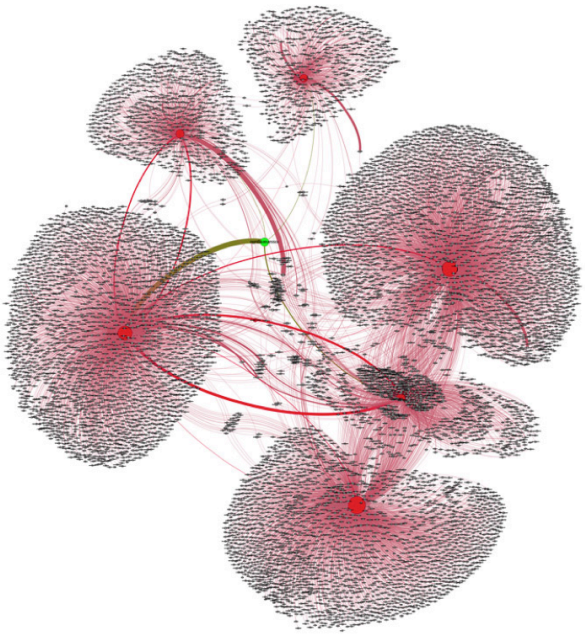
Bots para cambiar-anular el derrotero de una conversación; trolls para inyectar miedo con relación a esas mismas conversaciones. Al centro "granjas", ese cultivo de cuentas y operadores que hoy resulta tan redituable para los poderes que buscan extender sus tentáculos de control hacia las redes, utilizando viejas tácticas en plataformas nuevas.

Aprender en medio de la tormenta

Como ya se mencionó, Rossana Reguillo fue blanco de un ataque orquestado y encabezado en Twitter por una cuenta principal (véase Cosecha Roja, 2015). El análisis de minería de datos de las cuentas de

ataque reveló que la mayoría de sus aparentes seguidores eran bots y que los trolls que participaban en este ataque sostenían constantes interacciones entre ellos. Las amenazas iniciales de muerte, además de un lenguaje misógino y de odio, contenían lo que se denomina "un mensaje señuelo" o *phishing*, es decir, un enlace que redirige a una aparente página de inicio de Twitter que en realidad es falsa, con objetivo de robar la contraseña del usuario y otra información sensible.

En la visualización que presentamos abajo, producto de un análisis realizado por un equipo de expertos en minería de datos, interesados en la libertad de expresión, se reconstruye, prácticamente en tiempo real, el ataque. La gráfica recoge las últimas doscientas interacciones y a los seguidores de las cuentas implicadas. El punto verde es el "target" (de aquí en adelante, evitaremos la noción de "víctima", que es la que los atacantes buscan construir); las líneas entre cada nodo, muestran las últimas 200 interacciones y el momento del ataque. El motivo aparente es la participación del "blanco" en las manifestaciones por Ayotzinapa.



Visualización. Imagen de Jesús Robles Maloof y Rossana Reguillo

Pese a que el acoso y los ataques duraron más de dos meses y pese a notables cambios en las estrategias para infundir temor, de la amenaza directa al uso de imágenes de pasteles o cuerpos quemados para sugerir lo que puede pasarle al "blanco", y pese a la suspensión de numerosas cuentas por parte de Twitter por violación a su política de uso, la velocidad con la que abren nuevas cuentas o se roban (aparentemente) otras, indica que estamos frente a estrategias que movilizan gran cantidad de recursos humanos y técnicos como una táctica de silenciamiento. Frente a la grave situación del país, donde el asesinato de periodistas y defensoras y defensores de derechos humanos, los mecanismos de alerta, prevención y sanción, reclaman redoblados esfuerzos para no minimizar la amenaza.

El caso de Rossana Reguillo, pese a sus repercusiones emocionales y laborales de tipo personal, nos ha permitido aprender y generar conocimiento clave para entender los riesgos que se derivan de la utilización de los medios sociales como prolongación de la censura.

La respuesta a la agresión

Amenazar bajo la legislación mexicana es un delito y como muchas otras conductas son independientes del medio usado para cometerlo. El artículo 282 del Código Penal Federal establece una sanción de tres meses a un año de prisión "al que de cualquier modo amenace a otro con causarle un mal en su persona, en sus bienes, en su honor o en sus derechos". La pena se agrava si estas conductas son cometidas por servidores públicos.

En los últimos ocho años, México se ha convertido en uno de los países más peligrosos para el periodismo y se viven condiciones crecientemente adversas para el ejercicio de las libertades. Minimizar las amenazas solo es funcional a la creciente impunidad en las agresiones a periodistas y defensores de derechos humanos. La experiencia en la protección de las voces disidentes indica que la denuncia y el acompañamiento social son clave para protegerles del riesgo.

La solidaridad nacional e internacional con Rossana Reguillo fue impresionante. Tras un análisis de riesgo inicial se implementó un plan

de protección con vertientes jurídicas, de cuidado personal, de análisis y documentación, incluyendo la denuncia penal y su incorporación al Mecanismo de Protección para Defensores y Periodistas.

A pesar de estas medidas los ataques no han cesado. Los indicios sobre la orquestación política del ataque se fortalecen y es la principal línea de trabajo de la defensa. La práctica de gobiernos y agentes políticos de contratar a agencias de mercadotecnia digital, que incluyen entre sus servicios proporcionar a gobiernos "un ejército de cuentas listo para atravesar Twitter como campo de batalla, en el que protegerá, pero también la emprenderá", no puede pasar desapercibida como uno de los peligros emergentes para la libertad de expresión (véase Sin Embargo, 2015).

La Procuraduría General de la República ha recibido no solo la denuncia sino el material probatorio suficiente, así como una detallada propuesta de investigación conforme a los nuevos derechos procesales de quienes sufren un delito. Su actuación será determinante ya que la omisión genera los incentivos para que la impunidad se establezca.

En marzo de 2015 y dadas las críticas a su anterior política sobre abuso, Twitter modificó la atención que daba al acoso y las amenazas (Twitter, 2015). Pese a ello, su política sigue mostrando serias debilidades para atender ataques sistemáticos y con un origen político como el narrado. Como sostienen Kayyali y O'Brien (2015), es posible que la respuesta no esté en centralizar, sino en "entender mejor el comportamiento a que se enfrentan los individuos acosados" y que las empresas "amplíen sus horizontes".

La tarea para las autoridades de procuración de justicia y para la sociedad civil es la de no pasar por alto el que las voces críticas y propositivas en la arena pública vivan con normalidad la permanente amenaza; denunciar este obscuro peligro sobre la libertad de expresión y documentar para denunciar la agresión del autoritarismo disfrazado en millonarios contratos con empresas de mercadotecnia.

Defender a las voces críticas es defender Internet como herramienta cívica (véase Nájera y Robles Maloof, 2015). Las posibilidades de un diálogo más democrático pasan por construir un entorno de debate sin violencia.

Referencias

Aristegui Noticias (2014), "El #YaMeCansé sale de los `TT`en Twitter. ¿desaparición forzada?", en: aristeguinoticias.com/0312/mexico/yamecanse-sale-de-los-tt-en-twi tter-desaparicion-forzada/#&panel1-1.

ContingenteMX (2014), "Internet Surveillance Tecnologies in Mexico", en: contingent emx.net/2014/11/05/Internet-surveillance-technologies-in-mexico/.

Cosecha Roja (2015), "Rossana Reguillo recibió amenazas de muerte en Twitter", *Cosecha Roja*, 2 de marzo, en: cosecharoja.org/rossana-reguillo-recibio-amenazas-de-muerte-en-twitter/.

Dominemos las TIC (2015), takebackthetech.net/es.

El Toque (2015), eltoque.com/texto/el-espionaje-digital-como-servicio.

Kayyali, D. y D. O`Brien (2015), "Desafiando el acoso en línea", en eff.org/es/deeplinks /2015/01/desafiando-el-acoso-en-linea.

Nájera, J. y J. Robles Maloof (2015), "¿Por qué luchar por Internet?", en www.enjambre. net/es/content/%C2%BFpor-qu%C3%A9-luchar-por-Internet.

Rational Wiki (2015), rationalwiki.org/wiki/Don%27t_feed_the_Troll.

Robles Maloof, J. (2014), "Los Peñabots", *Sin Embargo*, México, 7 de enero, en: sinembargo.mx/opinion/07-01-2014/20465.

Sin Embargo (2015), "El Verde busca trolls con firma que opera para el gobierno", México, 5 de mayo, en: sinembargo.mx/05-05-2015/1334032.

Twitter (2015), blog.twitter.com/2015/policy-and-product-updates-aimed-at-combating-abuse.

Valero Roth, E. Y J. Merino (2011), "Haz patria, caza un bot", *Animal Político*, México, 23 de noviembre, en: animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2011/11/23/haz-patria-caza-un-bot/

Verkamp, J.P. y M. Grupta (2015), "Five Incidents, one Theme: Twitter Spam as Weapon to Drown Voices of Protest", en: http://0b4af6cdc2f0c5998459-c0245c5c937c 5dedcc a3f1764ecc9b 2f.r43.cf2.rackcdn.com/12385-foci13-verkamp.pdf.

¿Quién programa las redes sociales en Internet? El caso #YoSoy132

Luis César Torres Nabel

El presente artículo propone discutir, a partir del caso sobre el movimiento #YoSoy132 originado en Twitter en el proceso electoral de 2012 en México, la idea —surgida desde los primeros estudios (Rheingold, 1993; Negroponte, 1995; Budge, 1996; Dertouzos, 1997; Norris, 1999) sobre la influencia de Internet en la política— de que los acontecimientos que se gestan en redes sociales de Internet implican participación política horizontal que deviene en movimientos sociales masivos sin jerarquía alguna. La discusión parte del análisis de diecisiete actores (influyentes en la red social Twitter) en torno a los cuales se gestó la popularidad mediática del movimiento #YoSoy132, y que posteriormente devino en otras acciones colectivas tradicionales, tales como marchas, acampadas, asambleas, etcétera.

Asimismo, se analizan diversos aspectos teóricos de reciente factura (Watts, 2007; Watts y Dodds, 2007) sobre la influencia en las redes sociales, específicamente la hipótesis de que en las redes sociales e Internet la influencia social es espontánea y accidental, lo que contradice las viejas hipótesis (Rogers, 1962; Lazarsfield, *et al*., 1968; Merton, 1968; Weimann, 1994, Keller y Berr, 2003) de la

programación inicial de todo movimiento social a partir de un ejercicio de influencia estratégica y previamente definida.

Las redes sociales de Internet y la falacia de la horizontalidad política y la igualdad

Desde hace más de veinte años los científicos sociales han estado promoviendo la idea de que las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) democratizarían las relaciones políticas de los seres humanos. Tal es el caso de Rheingold (1993), el cual sostenía que los nuevos sistemas de comunicación estaban democratizando las tecnologías usadas para intercambiar ideas, movilizar al público y reforzar el capital social. Por su parte, Grossman (1995) anticipaba que las oportunidades de acortar la distancia entre gobernados y gobierno se podrían dar usando la nueva tecnología de comunicación. A su vez, Negroponte (1995) y Dertouzos (1997) creían que la democracia virtual prometía una amplia gama de maneras de lograr que los usuarios se convirtieran en voces autorizadas en un mundo digital; otros como Budge (1996) afirmaban que la red facilitaría la democracia directa y, en la misma línea, Norris (1999) anticipaba que el uso de la red favorecerá y alentará nuevas formas de activismo político. En suma, nos proponían escenarios donde el activismo mediante la red representaba un tipo distinto de participación política que diferiría significativamente de actividades convencionales, tales como trabajar para los partidos políticos, organizar movimientos sociales populares o cabildear con los funcionarios electos. Se creía que, reduciendo drásticamente las barreras para el involucramiento político, haciendo más equitativos algunos de los obstáculos financieros y ampliando las oportunidades, tanto para el debate político como para la diseminación de información y la interacción grupal, más personas se comprometerían hacia la vida pública. La red prometía proveer nuevas formas de comunicación horizontal y vertical que facilitaran y enriquecieran la deliberación en la esfera pública.

Al respecto, se podría discutir que todos y cada uno de estos escenarios se ha cumplido, basta con ver los artículos publicados en

los últimos cinco años (2008-2012) al respecto del nuevo y poderoso impacto de Internet en el activismo político y la democracia a partir de los dispositivos de red social (como Twitter, Facebook, etcétera) a los que se han atribuido niveles de influencia e impacto mayores que a ningún otro medio de comunicación en la historia. De tal manera que enumerando desde los acontecimientos en Islandia en 2008 con su singular revolución de las cacerolas y su posterior ejercicio de "WikiConstitución" (Gunnarson, 2009; Castells, 2012) la denominada "Primavera árabe", el caso de las protestas en Túnez (León y Jones 2011; Castells, 2012) y Egipto (Allagui y Kuebler, 2011; Aourag y Alexander, 2011; Eltantaey y Wiest, 2011; Castells, 2012) a finales de 2010, los indignados españoles —Movimiento 15-M— (Castells 2009 y 2012) y norteamericanos —*Occupy Wall Street*— (Tarrow, 2011; Constanza-Chock, 2012; Castells 2012) y la incipiente "Primavera mexicana" —específicamente con el movimiento #YoSoy132— (Mauleón, 2012); existe suficiente evidencia para documentar el sueño de la democracia virtual a partir de nuevas relaciones horizontales que enriquecen la deliberación en la esfera pública (Cansino, Schmidt, Nares, 2014).

Sin embargo, viendo al detalle algunos de estos acontecimientos —principalmente el movimiento #YoSoy132 en México—, y a la luz de algunos estudios relacionados (Cha, *et al*., 2010; Wu, *et al*., 2011; Morales, *et al*., 2012), podemos plantear que no hay tal horizontalidad a la hora de la "deliberación" sobre los asuntos públicos. Al respecto de la deliberación y, en general, de la acción colectiva, algunos autores importantes en el estudio tanto del capital social (Putnam, 2000; Castells, 1996; Alstyne y Brynjolfsson, 1997; Bimber, 1998; Shapiro y Leone, 1999; y Sunstein, 2001) como de los movimientos sociales (Diani, 2000 y 2011; Aldon y Staggenborg, 2004; González-Bailón y Ning, 2013) han estado poniendo en duda la deliberación mediante redes digitales, enfatizando sobre todo que el impacto de las mismas está determinado por el contexto, el tipo de organización y el tipo de lazos que se establecen en la estructura de red.

En el caso de Putnam (2000) se cuestiona si el capital social se está erosionando a partir de la nueva dinámica de la sociedad moderna

y en especial a partir de la masificación de los medios de comunicación como Internet. Así, Putnam hace énfasis en cuál es el impacto de las redes sociales electrónicas para la erosión del capital social actual, ante lo cual expone que estas redes fomentan el aislamiento, la "balcanización"[1] más que la cooperación. Este tipo de advertencia también la hicieron Castells (1996), Alstyne y Brynjolfsson (1997), Bimber (1998), Shapiro y Leone (1999) y Sunstein (2001).

Por su parte, los estudiosos de los movimientos sociales (Diani, 2000 y 2011; Aldon y Staggenborg, 2004; González-Bailón y Ning, 2013) enfatizan el hecho de que el poder de las redes sociales parece mayor entre los simpatizantes de organizaciones de movimientos que actúan principalmente sobre una base profesional, y en nombre de causas que tienen una gran resonancia en la opinión pública, que en movimientos revolucionarios radicales cuya fuerza parece ser más la acción cara a cara o la acción digital disruptiva y violenta —*v. gr.* el ciberterrorismo— (Constanza-Chock, 2001; Weiman, 2006; Torres Nabel, 2007 y 2009).

Sin embargo, para los fines del presente artículo, el tema del capital social y la acción colectiva no requiere de análisis específico, ya que lo importante es la influencia y el impacto político de los actores que hacen uso de las redes sociales, independientemente de la calidad de sus argumentos.

En las redes sociales existen jerarquías que determinan la estructura y el comportamiento de las movilizaciones sociales y las protestas políticas. Al entrar al detalle de las interacciones entre los actores que se manifiestan sobre tal o cual cuestión mediante alguna plataforma de red social, nos damos cuenta que existen actores centrales y secundarios, actores puente, etcétera, y que cada uno cumple una función en la estructura de red; de que algunos de estos tienen un factor de influencia más amplio y contundente que los otros a partir de una serie de variables, y que dicho factor puede o no ser predeterminado o meramente accidental (Watts 2007).

[1] Entendiendo a esta como la separación de los sujetos del entorno social y la propensión a solo pelear y no escuchar otras voces.

Midiendo la influencia en las redes sociales

Antes de medir la influencia que tiene o no la actividad que se desarrolla en una plataforma de red (*v. gr*. Twitter) tenemos que definir la del concepto "influencia" en una plataforma específica —"la influencia en Twitter"—. Desde 1955 con los trabajos de Lazarsfeld y Katz sobre los "líderes de opinión" se inauguró el análisis sobre la influencia personal que cada uno de los individuos tiene a partir de su ubicación y recursos en la estructura social, cuestión que siguieron en diversos estudios Rogers (1962) con su teoría de la difusión de las innovaciones y su análisis de los "innovadores", Lazarsfield, *et al*. (1968), Merton (1968), Weimann (1994), Keller y Berry (2003) —que han analizado las características y el comportamiento de los "influyentes"—, Rand (2004) sobre los influyentes digitales, Gladwell (2002) acerca de los genios, o Watts (2007) y Watts y Dodds (2007) sobre los influyentes accidentales.

Por tanto, es complicado medir la influencia, el impacto y la trascendencia de las redes sociales en la política, ya que al hacerlo habría que incorporar una serie de variables que den pie a indicadores claros y objetivos. Dichas variables, a su vez, han salido a la par de los fenómenos analizados en estudios diversos. Bond*, et al*. (2012) realizaron un experimento en el que a partir del análisis de 60,055,176 mensajes en Facebook lograron establecer que las relaciones *online* tienen efectos políticos (específicamente influencia social) a partir de los vínculos fuertes entre los actores de redes previamente establecidas; cuestión que implica un futuro debate entre las visiones sobre qué tipo de vínculos funcionan mejor para determinado tipo de redes y en qué tipo de plataformas, ya que en otro estudio (Wu, *et al*., 2011) refieren que la ubicación en la jerarquía en Twitter determina el impacto y la influencia de ciertos mensajes, enriqueciendo la idea de que los líderes de opinión (innovadores, influyentes) programan las redes de influencia (Burt, 1999). Las jerarquías implican la diferenciación entre distintos actores, por ejemplo (Wu, *et al*., 2011) entre usuarios de Twitter que son algún tipo de "celebridad" (famosos de la farándula, el deporte, la política, la sociedad), "medios

de comunicación" (periodistas, reporteros, o en general el perfil del medio de comunicación), "organizaciones" (empresas, ONG, etcétera) y "bloggers" (usuarios que difunden sus blogs en Twitter). Entre ellos se establecen procesos de intercambio y diseminación de información. Por otra parte, Cha, *et al*. (2010) establecen una serie de indicadores que posibilitan la medición en Twitter: *a)* número de seguidores, *b)* número de *retweets* y *c)* número de menciones.

¿Quién programa la red en Twitter*?* las jerarquías, la influencia y el poder

En toda estructura de red, y en ese sentido en lo que se denomina "sociedad-red" existen actores sociales que gracias a su posición y jerarquía tienen una serie de recursos y ventajas informativas que les permiten ejercer influencia y poder sobre los otros; estos actores se determinan "programadores" y "enlaces" (*switchers*) (Castells, 2009). Los "programadores" tienen la capacidad de construir redes y de programar/reprogramar las mismas a partir de los objetivos que les asignen. Por su parte, los "enlaces" tienen la capacidad de conectar diferentes redes y asegurar su cooperación, compartiendo objetivos y combinando recursos.

Estos dos mecanismos no son privativos de élites políticas o económicas como en otras configuraciones sociales. En dicho caso son mecanismos que explican el comportamiento de ciertos actores sociales en determinados acontecimientos.

Estos mecanismos de "programación/reprogramación y enlace" determinan la dinámica y los efectos de diversas movilizaciones sociales mediante plataformas digitales como Twitter y Facebook; sin embargo, en estudios recientes se discute la hipótesis de si estos mecanismos son prediseñados por los actores o simplemente se encuentran con ellos de forma accidental (Watts, 2007; Watts y Dodds, 2007) a partir de otros mecanismos mucho más "arbitrarios", tales como el "contagio social, las cascadas de información y la información desregulada" (Torres Nabel, 2013a), que implican un impacto contraintuitivo basado

principalmente en el poder del contexto y los sesgos cognitivos de los usuarios de Internet, llevados por ideas poco razonadas basadas en la visceralidad de las emociones y la facilidad de transmisión mediante *retweets* o *likes* con la rapidez de un *click*.

En ambas perspectivas, ya sea que las redes se programen por líderes influyentes o bien por influyentes accidentales, en todo acontecimiento suscitado en Internet se dejan huellas de inicio y desarrollo, así como de su comportamiento y de las secuelas. Al respecto, en un estudio de 2010, Centola menciona que las redes sociales con bajos índices de cohesión y lazos fuertes (lo cual quiere decir que no implican lazos de parentesco o amistosos constantes en el tiempo) que son las que se conforman típicamente en Internet y específicamente en Twitter, a partir de un grupo de desconocidos, suelen ser fácilmente inundadas por el "contagio" (que puede ser tan amplio como la comunidad global de Twitter) de una diversidad de temáticas que rápidamente se vuelven *trending topic*, pero igualmente son cortas en el tiempo y desbancadas por otras rápidamente.

En suma, existe un relativo consenso en cuanto a que las redes sociales en Internet sigan teniendo, de manera premeditada o accidental, un cierto tipo de programación y sobre todo un grupo de actores que sobresalen de la masa, y que, quieran o no, se vuelven las cabezas visibles de los acontecimientos, de las protestas, de los movimientos sociales.

Los programadores del movimiento #YoSoy132 en Twitter

Comparado con los acontecimientos ocurridos en Islandia en 2008, con su singular revolución de las cacerolas y su posterior ejercicio de "WikiConstitución" (Gunnarson, 2009; Castells, 2012); la denominada "Primavera árabe"; el caso de las protestas en Túnez (De León y Jones 2011; Castells, 2012) y Egipto (Allagui y Kuebler, 2011; Aourag y Alexander, 2011; Eltantaey y Wiest, 2011; Castells, 2012) a finales de 2010; los indignados españoles (Movimiento 15-M) (Castells, 2009 y 2012) y norteamericanos (*Occupy Wall Street)* (Tarrow, 2011;

Constanza-Chock, 2012; Castells, 2012); el incipiente movimiento #YoSoy132 puso a México en el mapa de las redes sociales como herramienta de lucha y organización de sectores sociales ávidos de cambio. La también llamada "Primavera mexicana", en alusión a las protestas ocurridas en Túnez y Egipto entre 2010-2013 que a su vez aluden a la Primavera del 68 en Praga, constituye el último acontecimiento de los movimientos sociales en México, tanto por su origen como por su comportamiento y convocatoria.

La génesis del movimiento #YoSoy132

Los orígenes del movimiento #YoSoy132 se retrotraen a la negativa de la televisora nacional TV Azteca de transmitir el primer debate presidencial de las elecciones de 2012 en México ante la opción de trasmitir un partido de fútbol. El primero de mayo de 2012 la tuitera @ lvloon "posteó" lo siguiente: "Quién se apunta a la #MArchaAntiEPN", emitiendo la primera vez el *hashtag* (etiqueta) #MarchaAntiEPN en alusión al candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Enrique Peña Nieto. Ante la poca respuesta @lvloon propuso la idea a @julioastillero (Julio Hernández López, columnista del diario *La Jornada*) que con sus 55 mil seguidores de entonces le dio un empujón de difusión al *hashtag* #MArchaAntiEPN.

Diez días después volvió a aparecer el mencionado *hashtag* con un mensaje del tuitero @AlanPonce29, que logró diseminarse rápido y con cierta amplitud —cerca de 2,000 retuits—. La etiqueta de Twitter era acompañada de mensajes de repudio al regreso del viejo partido caciquil (PRI) que gobernó al país durante 70 años. Además, la idea pronto llegó a los simpatizantes de los candidatos opositores (especialmente a los del candidato de la coalición de izquierda, Andrés Manuel López Obrador) que a su vez trataron de "puentear" la información a grupos de ciberactivistas como la famosa legión "Anonymous", que con sus cuentas de activistas mexicanos @ anonopshispano y @AnonymousMexi ampliaron la difusión.

Desde el otro bando ideológico (el partido Acción Nacional y su candidata Josefina Vázquez Mota) un actor difuso bajo la cuenta @jan_herzog, vinculado a la Universidad Iberoamericana —para unos un actor individual, para otros un actor colectivo—, retomó la idea y la diseminó con lo que se consideró un discurso de "odio" y alta virulencia (Mauleón, 2012). Para el 11 de mayo la etiqueta #MarchaAntiEPN era *trending topic* nacional. Ese mismo día el candidato del PRI aludido, Peña Nieto, se presentaría en la Universidad Iberoamericana (UIA) en un acto de campaña. El acto acarreó una sentida protesta de los estudiantes que acudieron, la misma que preveían días antes mediante un "evento" en Facebook llamado "Los candidatos a la Presidencia en la UIA", en cuyo foro ya se hablaba de incomodar al candidato del PRI.[2] La respuesta mediática fue abrumadora. La idea promovida por #MArchaAntiEPN, diferentes actores asociados a los otros candidatos presidenciales y diversos activistas y periodistas se inmiscuyeron. Por su parte, el representante del partido aludido, Pedro Joaquín Coldwell, defendió a su candidato y empezó con una estrategia de desacreditación de los estudiantes de la UIA, los mismos que contestaron (131 en total) con un vídeo colgado en la plataforma YouTube, donde, credencial en mano, se identificaban como estudiantes comprometidos con sus ideas y no acarreados políticos. Esa noche la etiqueta #131alumnosdelaibero se convirtió en *trending topic* global.

Tras esta vorágine de simpatizantes, surgió una nueva etiqueta, #YoSoy132, cuyo cuño se atribuye a la analista política Denisse Dresser, pero que parte de la idea inicial de otro tuitero, @aochoad, que sin embargo fue etiquetado formalmente en la plataforma por @1ricardovargas. Del 14 de mayo al 2 de julio #YoSoy132 alcanzó 4,207,387 menciones, tanto de su etiqueta inicial como de otras que le hacían alusión: #MarchaYoSoy132, #debateyosoy132, etcétera (Mauleón, 2012). En la misma línea, la etiqueta #MarchaAntiEPN llegó a 705,341 menciones junto con otras etiquetas que la aludían como #AztecavsEPN, #2daMarchaAntiEPN, etcétera.

[2] http://www.eluniversal.com.mx/nacion/196450.html.

Análisis del impacto del movimiento #YoSoy132

El acontecimiento del #YoSoy132 tuvo un impacto muy definido en el proceso electoral de 2012 en México. De acuerdo con la metodología propuesta por Torres Nabel (2010) se puede considerar que alcanzó un alto impacto mediático, tanto por el índice de citación —4,207,387 menciones (solo en Twitter)— cómo por la opinión que generó en el espacio público en el transcurso de un año (Tabla 1).

Tabla 1. Impacto mediático #YoSoy132. Mayo 2012-mayo 2013

Publicaciones	Cantidad
Web	1.340.000
Noticias	3940
Videos	2.840.000
Libros	219
Blogs	409.000
Foros de debate	35.700
Artículos académicos	193

Fuente: Google.

A nivel "político" el impacto también es considerable, dadas las marchas, asambleas y diversos tipos de protestas en las que han estado implicados. A la fecha, es difícil tener cifras exactas, tanto de estos actos como de los involucrados en los mismos, lo cual en sí representaría un objeto digno de una investigación más profunda. Sin embargo, para el presente texto se centró el análisis en los actores clave del fenómeno en Twitter, partiendo de la idea de Castells (2009) de que hay agentes que programan/reprograman y enlazan a la red para que posteriormente salga a las calles.

Método de análisis del impacto del movimiento #YoSoy132

El método seguido para el análisis del impacto del movimiento #YoSoy132 parte de la identificación, descripción y explicación de los

actores más influyentes del mismo. Para tal efecto se desarrolló un procedimiento que incluyó diversas técnicas y tipos de análisis que se exponen a continuación:

A partir de las 4,207,387 menciones que tuvieron las etiquetas relacionadas con #YoSoy132 en Twitter, en el periodo comprendido entre el 1 de mayo al 2 de junio de 2012 (Mauleón, 2012), se estiman al menos 28, 049 usuarios implicados si se acepta que los usuarios emiten un promedio de 5 mensajes diarios (Torres Nabel 2009) (hay quien elabora 200 pero hay quienes ponen uno por semana o por mes). De ese universo se extrajeron los 100 usuarios más importantes, tanto de las etiquetas #YoSoy132, #Marcha AntiEPN como de la etiqueta #Anonymous.

Al final quedaron 276 actores (Tabla 2), ya que algunos de ellos participaban en más de una etiqueta, cuestión que al final fue un elemento para considerarlos como agentes influyentes de la red, lo que se verá con detalle líneas abajo.

Con estos datos analizamos el comportamiento de estos 276 actores a partir de un par de métricas surgidas del análisis de redes sociales (Wasserman, *et al*., 1994), a saber: "centralidad", el grado de conexión de uno de los actores con los demás nodos de la red se mide con el índice *centrality degree*; y "poder", o grado de centralidad que cada actor tiene y que está relacionada con la cantidad de conexiones de cada actor y de las conexiones que los actores conectados a éste tienen; así cuantas menos conexiones tengan los actores conectados al actor principal éste tendrá más poder; para identificarlo hay que usar el índice *bonacich power* (Torres Nabel, 2013b).

Asimismo, se procedió a visualizar a los actores más influyentes de la red a partir de representaciones de la misma, todo esto con el uso del programa Ucinet 6.0. La visualización se desarrolló a partir de los 276 actores más influyentes de las etiquetas #YoSoy132, #MarchaAntiEPN y #Anonymous (Tabla 2).

Tabla 2. Actores Twitter movimiento #YoSoy132 (N=276)

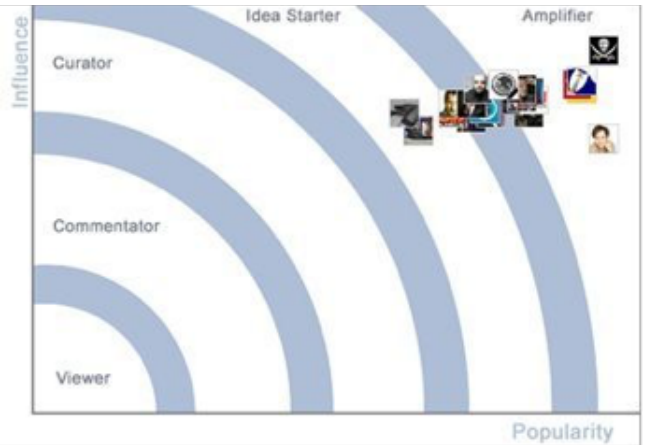
politicosmex	la_supermana	Paofigueroa	rebecadealba	navegaciones	_orwell	Angieeus
el5anto	Soyunhereje	Isopixel	claudiotv12dgo	pedroferriz	monaeltahawy	Democraciareal
jan_herzog	Inviernofunk	calbert57	fernandeznorona	esquivelgerardo	michelle9647	Blogdiva
tapiafernanda	Benignopf	Jimenabauer	carlosloret	lasdelestribo	tibettruth	fishyy15
epigmenioibarra	Yonofui	Hastaelcopete	julietav	nahuelquilmes	touchedbys	Pyrmontvillage
Julioastillero	Radiohen	Fabiangiles	calbert57	univision	isain	Mercypolitics
Toliro	Xochitlgalvez	soyireneymeamo	zoetheband	manedelaparra	securityshell	asher_wolf
Jairocalixto	Aldorendon	fernandeznorona	elwarpig	alianzacivica	changeinlibya	dani_escalante
Erendiritas	roberto_067	Gonzalogarvi	federicoarreola	rafalitosarmi	alanrapp	Raincoaster
Sopitas	Ferbelaunzaran	Anaschwarz	leon_krauze	carofuentes	soulfya	favstar_pop
roblesmaloof	g_a_b_s	Diegosordomx	sarcasmomexico	medicopediatra	genxgina	Gnudarwin
monerohernandez	Presuntoc	Jenarovillamil	el_pais	donrul	slim404	luca_silva
Cocainelil	joel_adrian	Earcos	gainfante	josefinavm	culturalhistory	Fieritacatalano
afroditaopina	Imagendemexico	Korno	enrique_aquino	isain	sonyazink	Zewdy
alejandrofranco	Mrcruzstar	Patomachete	dios_padre	jorgeramosnews	mumke	Grungebetty
lopezdoriga1	Luzmfg	Paw	yuririasierra	rootsphoto	peta_de_aztlan	Leighalexander
Cnnmex	carlabh0	Tipographo	un_dato	zazilcarreras	michebella	Bigbaded
Cnnee	Plaqueta	Ximenamusic	earcos	berto_romero	moui	Atjogia
Aristeguicnn	Lahuerfanita	Julietav	record_mexico	charolastrazoe	usashopper	Mehdilamloum
anonymousirc	Juanrioscantu	Pameladrew	werevertumorro	warkentin	gjmorley	Tadlette
youranonnews	miangel_millan	Maiteazuela	dcdebbie	alejandrogomeza	pameladrew	rustybrown47
cnnexpansion	Soytupresidente	nadia_molina	bucaner0	sdpnoticias	zeinobia	Danielexhuevo
claudia_ag	Spanishny	melo58	mariodicostanzo	cynsol	acarvin	Santisiri
ambarvioletta	Marthatagle	Tigreceballos	beltrandelriomx	jimenachoco	badjerry	dios_padre
Hazme	Cynsol	Darkid	pasaguero	ruleiro	veniviedivici	Urfurslaag
miguelcarbajalm	iaura_bozzo	roge_sierra	bullysteria	maire_wink	haloefekti	Keitholbermann
marcobelmont	Hartatedemi	mardoniocarbalo	chapoypati	pijamasurf	hanzi83	p0sixninja
Emeequis	Omondra	carlamorrisonmx	arelipaz	estarc62	dima_khatib	Wired
Ysusi	Itsjonasbiggest	Presuntoc	ponchohd	dima_khatib	the305mvp	Mnsaldivar
Cristianviera	andres_montoya_	Pajaropolitico	el_universal_mx	wikileaks	cosmunity	Bbcnews
carlos_s01	Karloszapata	ximenamusic	santiagopando	rt_com	sickjew	Pallarajasekhar

Lagalatzia	Panchovillaxxi	josecardenas1	christiancha	uponsnow	Tosfm	Thoton
foro_tv	Ruys	diablitohigh	eazcarraga	rhm1947	Helua	Alanpdx
Elpaella	Luismaqro	zodiacohoy	adelareguera	luckyovlegends	nemesisrepublic	Kmbtweets
Robertolv	Chopernawers	reactor105	sergesepulveda	emergentculture	Politicalbee	der_magister
fantaguayaba	Aimperial	alinasalazarg	calle13oficial	sico4sho	Cpvr	Mikecarle
Leoagusto	Vixelo	Milenio	benjarosales	dondada001	operationleaks	
Annadelaire	Cryiztal	katedelcastillo	reginaorozco	ioerror	Jilliancyork	
meri_t	Claudianpliego	pepemontalvo	comediapolitica	ulil	Beam	
alanponce29	_il_consigliere	Qtf	claudia_ag	cineversitytv	Exiledsurfer	

Fuente: Elaboración propia con datos de http://tweetlevel.edelman.com

En la visualización de la red sobre el movimiento #Yosoy132 (Figura 1), se hacen notar 17 actores que centralizan los intercambios de información, los cuales están divididos a su vez en 3 grupos diferenciados: "rombos rojos", "triángulos verdes" y los "triángulos amarillos". Los primeros (rombos rojos) hacen referencia a los actores con mayores índices de centralidad y poder a partir de la inclusión de estos en las tres etiquetas principales que definieron el movimiento; los "triángulos verdes" dan cuenta de los actores que se enrolaron en solo dos de las etiquetas del movimiento, que a su vez se distinguen de los "triángulos amarillos" a partir de las etiquetas en las que participaron, siendo las etiquetas #YoSoy132 y #MarchaAntiEPN las de mayor importancia.

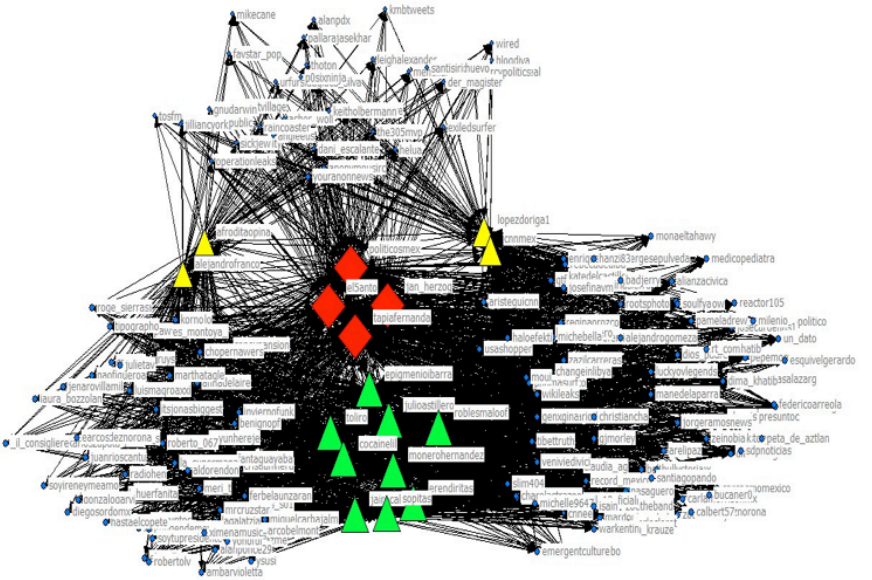
Figura 1. Las jerarquías en Twitter. Actores #YoSoy132



Fuente: Desarrollado a partir de los datos de http://tweetlevel.edelman.com/

La visualización (Figura 2) también expone cómo alrededor de estos 17 actores principales divididos en 3 grupos se conforman 3 grandes grupos de actores secundarios que configuran la esfera de influencia de los 17 principales.

Figura 2. Visualización movimiento #YoSoy132.
Centralidad de los actores principales (N=276)



Fuente: Elaboración propia

Tras detectar a estos 17 actores principales que estructuraban la red de influencia del movimiento #YoSoy132, se procedió a describir a cada uno de ellos en función de 11 indicadores desarrollados a partir del programa Tweetlevel (http://tweetlevel.edelman.com/) para medir la influencia de los perfiles en Twitter; asimismo se determinó el indicador de "poder" de cada uno de los autores mediante el índice *Bonacich power*, el cual se refiere al grado de centralidad que cada actor tiene y está relacionada con la cantidad de conexiones de cada actor y con cuántas conexiones tengan los actores próximos a él. Cuanto

menores fueren las conexiones de los actores próximos, más grande es el poder del actor (Torres Nabel, 2013b).

Los "indicadores" surgidos del análisis a partir del programa Tweetlevel implican los siguientes indicadores: "seguidores" (*followers*): número de seguidores; retuits: número de retuits; "menciones": número de menciones del perfil en cuestión (*v. gr*. @X); "influencia": índice obtenido a partir del número y la autoridad de los seguidores de cualquier actor en Twitter, junto con la frecuencia de las menciones y el número de retuits, "popularidad": se obtiene a partir del número de personas que sigue el actor analizado y el número de listas en las que está incluido; "compromiso": este índice se obtiene de la combinación de varios elementos en función de la participación del usuario con sus seguidores (que implica el número de estos) y las personas a las que sigue en Twitter, así como el número de menciones y "confianza": Indicador que posibilita ver la credibilidad de un actor, y se obtiene de la combinación de retuits y menciones.

El método seguido también implicó identificar la "jerarquía" de cada uno de los actores en Twitter; a saber, según Tweetlevel existen cinco niveles de usuarios en la red social: "Observador" (meros espectadores de lo acontecido en la red social, no interactúan de ninguna forma directa, solo siguen a otros actores y leen lo que estos exponen); "Comentador" (interactúan poco, con comentarios o menciones, su influencia está más en el colectivo que en lo individual); "Curador" (un grupo muy influyente, es el actor que recopila la información, la selecciona y la filtra de los iniciadores de idea así como de los "influyentes accidentales" que pueden provenir del grupo de comentadores; promueven la discusión y el debate); "Iniciador de idea" (pequeño grupo de "cerebros creativos" que están detrás de muchas de las ideas que pululan en la red; no poseen mucha audiencia pero suelen estar bien conectados con los amplificadores y curadores. En últimos estudios (Watts, 2007; Watts y Dodds, 2007) se menciona que estos podrían ser "influyentes accidentales", cuestión que se discute con más detalle líneas abajo); y, finalmente, el "Amplificador" (suelen ser actores de gran audiencia y muchos seguidores; dadas

sus características son actores muy bien conectados al mundo de la información, como periodistas o analistas políticos; no son muy arriesgados por lo que casi nunca publican su opinión, más bien difunden ideas previamente creadas y filtradas por los "iniciadores de ideas" y "curadores" respectivamente).

Resultados del análisis del impacto del movimiento #Yosoy132

A partir de los índices, indicadores y jerarquías desarrollados mediante los programas Tweetlevel y Ucinet se construyó la Tabla 3, en la que se describe con detalle a cada uno de los 17 actores más influyentes de la red inicial del movimiento #YoSoy132.

Tabla 3. Movimiento #YoSoy132: Actores principales (N=17)

Actor	Tipo de actor social	Jerarquía twitter	#hashtags		Indicadores red sociocéntrica									Indicadores red egocéntrica	
			#MarchaAntiEPN	#YoSoy132	#Anonymous	Promedio participación	Seguidores	Retweets	Menciones	Influencia	Popularidad	Compromiso	Credibilidad	Centralidad	Poder
politicosmex	Twittero independiente	Amplificador	6	47	10	21.0	63255	50	251	85.7	79.7	69	70.1	67.0	556
el5anto	Twittero independiente	Amplificador	28	86	59	57.7	47672	5	156	84.7	79.7	70.1	55.2	67.0	556
jan_herzog	Twittero partidista	Iniciador de idea	1	35	65	33.7	22749	71	168	81.8	71.2	67.8	67.8	67.0	556
tapiafernanda	Periodista	Amplificador	40	34	11	28.3	195544	18	95	83.8	83.8	73.4	65.6	67.0	556
epigmenioibarra	Periodista	Amplificador	2	6	<100	4.0	123210	48	108	84.7	87.5	71.2	69	54.5	455
julioastillero	Periodista	Amplificador	3	2	<100	2.5	91870	64	100	84.7	82.8	70.1	71.2	54.5	455
toliro	Periodista	Iniciador de idea	30	65	<100	47.5	24368	28	0	63.3	63.3	44.5	44.5	54.5	455
jairocalixto	Periodista	Amplificador	92	70	<100	81.0	88572	18	66	78.7	83.8	66.7	61	54.5	455
erendiritas	Twittero independiente	Iniciador de idea	34	48	<100	41.0	55117	15	21	79.7	77.6	67.8	59.9	54.5	455
sopitas	Twittero partidista	Iniciador de idea	82	8	<100	45.0	400914	100	317	72.3	79.7	49.3	58.7	54.5	455
roblesmaloof	Activista	Iniciador de idea	9	87	<100	48.0	33096	56	33	84.7	75.5	71.2	69	54.5	455
monerohernandez	Periodista	Iniciador de idea	18	36	<100	27.0	47989	30	0	58.7	69	31.2	46.9	54.5	455
cocainelil	Twittero independiente	Iniciador de idea	16	79	<100	47.5	24858	7	32	74.4	74.4	65.6	55.2	54.5	455
afroditaopina	Twittero independiente	Curador	5	<100	34	19.5	8937	14	274	64.5	54	44.5	39.7	37.0	308
alejandrofranco	Periodista	Iniciador de idea	93	<100	23	58.0	47739	20	103	79.9	74.4	70.1	62.2	37.0	308
lopezdoriga1	Periodista	Iniciador de idea	<100	51	72	61.5	18242	3	17	75.5	66.7	65.6	44.5	22.1	185
cnnmex	Periodista	Amplificador	<100	3	93	48.0	601697	100	261	84.7	90.2	76.6	74.4	21.6	181

Fuente: Desarrollado a partir de los datos de http://tweetlevel.edelman.com/

A su vez, con las jerarquías y los indicadores desarrollados a partir del programa Tweetlevel, se desarrolló un cuadrante que articula y permite visualizar el lugar que cada actor tiene en el espectro de la influencia social en Twitter a partir de dos variables: influencia y popularidad (Figura 1).

Los otros indicadores que aparecen en la Tabla 3 se dividieron en dos a partir del análisis de dos tipos de redes creadas en todo fenómeno social: *a)* "red sociocéntrica", se centra en la interacción dentro del grupo, recoge información de los miembros de un grupo, acerca de sus relaciones con el resto de miembros (McCarthy, 2008); y *b)* "red egocéntrica", se centra en los efectos de la red en las actitudes individuales, conductas y condiciones, recoge información sobre el respondiente ("ego") acerca de sus interacciones con los miembros de la red ("alteri") (McCarthy, 2008).

En el presente estudio se tomó como "red sociocéntrica" al análisis de los actores en su conducta global en toda la "tweetósfera" para saber su ubicación en la misma y su nivel de influencia. Por otra parte, se tomó como "red egocéntrica" el análisis de los 276 actores en relación con el fenómeno estudiado a partir de las 3 etiquetas referidas.

En los indicadores de "red sociocéntrica" podemos ver cuatro tipos de actores sociales cuya categorización se desarrolló a partir de la descripción de los propios perfiles de los usuarios y del conocimiento público.

De estos, en un 50 por ciento de los casos (9) se trata de actores con gran prestigio social y dedicados al uso y el manejo de la información de modo profesional ("periodistas"); el 33 por ciento son "tuiteros independientes"; otro 11 por ciento (2) se compone de actores más ambiguos, posiblemente ligados a organizaciones partidistas, y denominados "tuiteros partidistas" y, finalmente, un 6 por ciento se pueden denominar "activistas" (Tabla 4).

En la misma Tabla 4 se pueden apreciar otros aspectos que delimitan el perfil de los actores principales en el fenómeno #YoSoy132. Por un lado, tenemos a las jerarquías en Twitter, en donde se da cuenta de que el 56 por ciento son iniciadores de idea, seguidos por el 39 por ciento de amplificadores, cuestión que se avala con el número de

seguidores. Se trata de actores de menos de 100 mil seguidores (78 por ciento) pero no menos de 5 mil (Tablas 3 y 4). Esto se enfatiza en el nivel de participación, el cual es mediano (53 por ciento) por 29 por ciento que es alto (Tabla 4).

En suma, se pude caracterizar a los actores más participativos del #YoSoy132 a partir de las etiquetas como agentes con influencia alta (65 por ciento) y poder medio (53 por ciento) (Tabla 4).

Tabla 4. Frecuencias: actores, jerarquías, seguidores, participación, influencia y poder. Movimiento #YoSoy132 en Twitter (N=17). $\chi_{2.}$, p=1

	Tipo de actor social				Jerarquía					Seguidores		Nivel de participación			Influencia			Poder		
	Periodista	*Tuitero* independiente	*Tuitero* partidista	Activista	Amplificador	Iniciador de idea	Curador	Comentador	Observador	<10,000	>10,000	Alto	Mediano	Bajo	Alta	Mediana	Baja	Alto	Medio	Bajo
n	9	6	2	1	7	9	1	0	0	1	16	7	9	1	11	6	0	4	9	4
(%)	(53)	(35)	(12)	(6)	(41)	(53)	(6)	(0)	(0)	(6)	(94)	(41)	(53)	(6)	(65)	(35)	(0)	(23)	(53)	(24)
p	1				-1 *(NS)*					1		1			-1 *(NS)*			1		

Fuente: Elaboración propia

Discusión del caso: el debate sobre la influencia de las redes sociales

Los resultados del análisis desarrollado para el grupo de tuiteros que participaron en las etiquetas más representativas del #YoSoy132 en Twitter nos presentan una serie de posibilidades de interpretación así como una serie de dudas, en confrontación con la percepción colectiva a un año de su aparición en mayo de 2012.

La interpretación nos remite inicialmente al debate teórico (Watts, 2007; Watts y Dodds, 2007) sobre si los actores influyentes en las redes sociales son, en muchas ocasiones, meros accidentes de la

dinámica social, cuestión que alienta a muchos en la interpretación de estos fenómenos como auténticas revoluciones, en las cuales cualquier individuo con la jerarquía social y los recursos mínimos (en este caso, un dispositivo y conexión a Internet) es capaz de provocar debate sobre asuntos públicos, difundirlo y contagiar a miles de personas a opinar al respecto, e incluso salir a las calles. Situación que contrasta con la vieja interpretación de los movimientos sociales donde hay necesidad de una serie de recursos humanos y económicos, por un lado (McAdam, *et al*., 1996), así como de posiciones jerárquicas y acceso a la información (Burt, 1999; Gladwell, 2002) para influir en la opinión pública, por el otro.

Al respecto, día a día surgen nuevos acontecimientos que nutren esta hipótesis, sin embargo, en el presente análisis nos damos cuenta, a partir de la descripción de los 17 actores más activos en tres de los *hashtags* (Tabla 3) ligados al movimiento #YoSoy132, de que se trata de actores con un gran prestigio social dentro y fuera de Internet y con muchos recursos, ya que el 50 por ciento son periodistas y el 94 por ciento tienen más de 10,000 seguidores, ambas cuestiones estadísticamente significativas con una x_2- p=1.

En la misma línea, según la metodología de Tweetlevel (expuesta líneas arriba) los 17 actores más activos son en su mayoría iniciadores de idea (53 por ciento) y amplificadores (41 por ciento), lo que implica que son "cerebros creativos" que están detrás de muchas de las ideas que pululan en la red, en el caso de los primeros, y autores con grandes ventajas informativas y económicas con acceso a grandes audiencias en el caso de los segundos (cuestión que es muy evidente en la Figura 1), ubicándose en los niveles más altos de influencia y popularidad.

De otra parte se encuentra la gran masa crítica de los 276 actores analizados, que manifiestan una clara tendencia a agruparse a partir de los 17 actores principales y que, a su vez, los dividen en 3 grandes núcleos de influencia (Figura 2), distribución que se ha tomado como prueba de lo que según algunos estudios (Newman, *et al*., 2001; Watts, 2007; Watts y Dodds, 2007) se define como actores "hiperinfluyentes".

En suma, parece ser que en el caso del #YoSoy132 en México, el movimiento, siguiendo a Castells (2009), los programadores/

reprogramadores y los *switchers* del mismo son actores claros y con una estrategia evidente, con recursos y capacidad de movilización. En la misma idea, no se trata de una gran masa de actores con relaciones horizontales de creación y difusión, lo que implicaría que el movimiento puede tener vectores evidentes de una estrategia mayor, que dado el contexto electoral donde se gestó, pudieron formar parte de una estrategia partidista-electoral.

Consideraciones finales: implicaciones teóricas al impacto político de las redes sociales

El análisis de lo que derivó en el movimiento #YoSoy132 no pretendió criticar los acontecimientos posteriores que lo definieron, ni las "luchas" en las que se inmiscuyen quienes lo mantienen activo. El análisis se circunscribió a los hechos suscitados en la red social Twitter a partir de las etiquetas multicitadas líneas arriba. Asimismo, los hallazgos producidos van más en la línea del debate teórico sobre si las plataformas tecnológicas de red social posibilitan relaciones más horizontales y procesos más consensuados del debate público. Las evidencias surgidas del caso apuntan a que no hay tal horizontalidad, van más con la idea del contagio programado y reprogramado de ideas con una clara estrategia política. Similar a lo que ocurrió en 2006, también con un proceso electoral de fondo, donde mediante un blog, un grupo de ciudadanos independientes y partidistas se inconformaron a partir de la creencia de que hubo fraude electoral (Torres Nabel, 2011).

En la misma línea, los elementos surgidos del análisis de la red que se configuró con la idea del #YoSoy132 centra el debate sobre el alcance y el impacto de estas nuevas plataformas de la ciudadanía como herramientas para frenar el abuso de poder y promover la democracia. En este caso dado, a partir de ciertos elementos teóricos, podemos considerar a las mismas (las plataformas de red social como Twitter y Facebook) como "conmutadores" que, similares a los puentes, posibilitan la relación entre diversos segmentos (en este caso) de actores e ideas, pero también de bucles o *loops* que repiten, fractalizan

y duplican arbitrariamente sentencias de información previamente programadas por actores con intereses secundarios o derivados a la sentencia misma; lo cual se debe a múltiples causas que pueden explicarse por alguno o varios de los mecanismos detallados por Torres Nabel (2013), tales como "simplificación", "visceralización" (*spleen*), "contagio" o "fractalización".

En suma, el estudio de las redes sociales y el grado de ebullición que han provocado diversos acontecimientos alrededor del planeta, más allá de la promesa perfectamente registrada y analizada por Castells (2012) de ser "redes de indignación y esperanza" o por Cansino de ser la nueva ágora (2009), constituyen interesantes ejercicios de análisis y debate teórico sobre el poder de los contextos ante las mismas herramientas. En casos como el del movimiento #YoSoy132 (y su calificación prematura de "primavera mexicana") así como en los casos de los países árabes (específicamente Egipto) parece poco probable que el impacto de la acción colectiva viniera de los vínculos débiles que se obtuvieron de la difusión a gran escala propagada por las redes sociales como Facebook o Twitter. Quizá la diferencia (en el caso de Egipto) se deba a la influencia que poseen las relaciones familiares o los poderosos lazos del que implica el islam (Castells, 2012; Allagui y Kuebler, 2011; Aourag y Alexander, 2011; Eltantaey y Wiest, 2011).

De igual forma, el impacto de las redes provoca otras con un impacto disperso como el de los indignados españoles —Movimiento 15-M— (Castells, 2009 y 2012) y norteamericanos —*Occupy Wall Street*— (Tarrow, 2011; Constanza-Chock, 2012; Castells, 2012), o un impacto sui géneris como el #YoSoy132, donde, (cuando menos en lo analizado en este estudio) podemos ver que su gestación en Twitter estuvo influida por actores con alta jerarquía informativa y tendencias ideológicas y hasta partidistas claras; situación muy común en la mayoría de los movimientos sociales a lo largo de la historia. En este caso parece ser que una línea de investigación a futuro sea ver fenómenos, como el del #YoSoy132, más como una campaña política que como movimiento social, donde los actores y sus roles están más orientados a la influencia mediática que a crear capital social útil en la acción colectiva de largo aliento. Al final, es posible que tengamos que

ver los fenómenos políticos en Twitter más como debate público que como construcción de acción colectiva, dados los costos individuales y colectivos de una y otra cuestión.

Referencias

Aldon, M. y S. Staggenborg (2004), "Leadership in Social Movements", en D. Snow, S. Soule y H. Kriesi (eds.), *The Blackwell Companion to Social Movements*, Oxford, Blackwell, pp. 171-196.

Allagui, I. y J. Kuebler (2011), "The Arab Spring and the Role of ICT's", *International Journal of Communication*, núm. 5, pp. 1435-1442.

Alstyne, M. van y E. Brynjolfsson (1997), *Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkanization?*, MIT Sloan School of Management Working paper, Massachusetts Institute for Technology, Cambridge, MA.

Aourag, M y A. Alexander (2011), "The Egyptian Experience: Sense and non-Sense of the Internet Revolution", *International Journal of Communication*, núm. 5, pp. 1344-1358.

Bimber, B. (1998), "The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism", *Polity*, núm. 31, pp. 133-160 [http://dx.doi.org/10.2307 /3235370].

Bond, R., C. Fariss, J. Jones, A. Kramer y C. Marlow (2012), "A 61-million-Person Experiment in Social Influence and Political Mobilization", *Nature*, núm. 489, pp. 295-298 [http://dx. doi.org/10.1038/nature11421].

Budge, I. (1996), *The New Challenge of Direct Democracy*, Oxford, Polity Press.

Burt, R. (1999), "The Social Capital of Opinion Leaders", *Annals AAPSS*, núm. 566, pp. 37-54 [http://dx.doi.org/10.1177/0002716299566001004].

Cansino, C. (2009), "Diez tesis sobre el Homo Twitter", en https://textoshereticos. wordpress.com/2012/01/17/diez-tesis-sobre-el-homo-twitter/

Cansino, C., S. Schmidt y G. Nares (eds.), (2014), *¿Democratizando la democracia? De la Primavera árabe a los Indignados*, México, Juan Pablos.

Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Cambridge, Blackwell Books.

Castells, M. (2009), *Comunicación y Poder*, Madrid, Alianza.

Castells, M. (2012), *Redes de indignación y esperanza*, Madrid, Alianza.

Centola, D. (2010), "The Spread of Behavior in an Online Social Network Experiment", *Science*, núm. 329, pp. 1194-1197 [http://dx.doi.org/10.1126/science.1185231].

Cha, M., H. Haddadi, F. Benevenuto y P. Gummad (2010), "Measuring User Influence on Twitter: the Million Follower Fallacy", en M. Hearst (ed.), *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, Washington, DC, AAAI Press, pp. 7-10.

Constanza-Chock, S. (2001), "Mapping the Repertoire of Electronic Contention", en A. Opel y D. Pompper (eds.), *Representing Resistance: Media, Civil Disobedience and the Global Justice Movement*, NJ, Greenwood, pp. 173-191.

Constanza-Chock, S. (2012), "Preliminary Findings: Occupy Research Demographic and Political Participation Survey 2012", *Occupy Research* [www.occupyresearch.net/].

Dertouzos, M. (1997), *What Will Be: How the New Information Marketplace will Change our Lives*, San Francisco, Harper.

Diani, M. (2000), "Social Movement Networks Virtual and Real", *Information, Communication and Society*, núm. 3, pp. 386-401 [http://dx.doi.org/10.1080 /13691180051033333].

Diani, M. (2011), "Networks and Internet into Perspective", *Swiss Political Science Review*, núm. 17, pp. 469-474 [http://dx.doi.org/10.1111/j.1662-6370.2011.02040.x].

Eltantaey, N. y J. Wiest (2011), "Social Media in the Egyptian Revolution: Reconsidering Resource Mobilization Theory", *International Journal of Communication*, núm. 5, pp. 1207-1224.

Gladwell, M. (2002), *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*, Boston, Back Bay Books.

González-Bailón, S. y W. Ning (2013), "The Bridges and Brokers of Global Campaigns in the Context of Social Media", SSRN Scholarly Paper ID 2268165, Social Science Research Network, Rochester [http://papers.ssrn.com/abstract=2268165].

Grossman, L. (1995), *The Electronic Republic*, Nueva York, Penguin Books.

Gunnarson, V. (2009), "Iceland's Rainbow Revolution". The Reykjavik Grapavine [www.grapevine.is/Home/ReadArticle/icelands-rainbow-revolution].

Homans, G. (1967), *The Nature of Social Science*, Nueva York, Harcourt.

Keller, E. y J. Berr (2003), *The Influentials: one American in ten tells the other nine how to Vote, where to Eat, and what to Buy*, Nueva York, Free Press.

Lazarsfeld, P., B. Bernard y G. Hazel (1968),*The People's Choice; how the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, Nueva York, Columbia University Press.

León, J. De y C. Jones (2011), *Tunisia and Egypt: Unrest and Revolution*, NY, Global Politic Studies.

Mauleón, H. (2012), "De la red las calles", *Nexos* [www.nexos.com.mx/?P=leer artículoy Article=2102909].

McAdam D., J. McCarthy y M. Zald (1996), *Comparative Perspectives on Social Movements*. Cambridge: Cambridge University Press [http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511 803987].

McCarthy, C. (2008), *Seminario de redes sociales*, Universidad de Guadalajara.

Merton, R. (1968), "Patterns of Influence: Local and Cosmopolitan Influentials", en R. Merton (ed.), *Social Theory and Social Structure*, Nueva York, Free Press.

Morales, A., J. Losada y R. Benito (2012), "Users Structure and Behavior on an Online Social Network during a Political Protest", *Physica A*, núm. 391, pp. 5244-5253 [http://dx. doi.org/10.1016/j.physa.2012.05.015].

Negroponte, N. (1995), *Being Digital*, Nueva York, Knopf.

Newman, M. E. J., S. H. Strogatz y D. J. Watts (2001), "Random Graphs with Arbitrary Degree Distributions and Their Applications", *Physical Review E*, núm. 64 [http://dx.doi.org/10.1103/PhysRevE.64.026118].

Norris, P. (1999), "¿Quién navega? ¿La nueva tecnología transformará la democracia virtual?" en E. Kamarck (ed.), *Democracy.com?*, Cambridge, Massachusetts, Hollis.

Putnam, R. (2000), *BowlingAalone: the Collapse and Revival of American Community*, Nueva York, Simon y Schuester.

Rheingold, H. (1993), *Homesteading on the Electronic Frontier*. *Reading*, MA, Addison-Wesley.

Rogers, E. (1962), *Diffusion of innovations*, Nueva York, Free Press.

Shapiro, A. y R. Leone (1999), *The Control Revolution*, Nueva York, Public Affairs.

Sunstein, C. (2001), *Republic.com*, Princeton, Princeton University Press.

Tarrow, S. (2011), "Why Occupy Wall Street is not a Tea Party of the Left", *Foreing Affairs*, 10 octubre [www.foreignaffairs.com/articles/136401/sidney-tarrow/why-occupy-wall-street-is-not-the-tea-party-of-the-left].

Torres Nabel, L. C. (2007), "Blogs de protesta en el conflicto postelectoral de México en 2006". en M. Cárdenas y M. Mora (eds.), *Ciberoamérica en red*, Barcelona, Editorial UOC, pp. 104-118.

Torres Nabel, L. C. (2009), "Ciberprotestas y consecuencias políticas: reflexiones sobre el caso de Internet Necesario en México", *Razón y palabra 70* [www.razonypalabra .org.mx/TORRES_REVISADO.pdf].

Torres Nabel, L. C. (2010), "Redes sociales y efectos políticos. Reflexiones sobre el impacto de Twitter México", *Sociología y Tecnociencia. Revista Digital de Sociología del Sistema Tecnocientífico*, núm. 0, pp. 63-75 [http://sites.google.com/site/sociolog iaytecnociencia/Numero0-Volumen2/rsst-0-2-torres].

Torres Nabel, L. C. (2011), "Diseminación de creencias conspirativas en la blogósfera. La elección presidencial de 2006", *Espiral*, México, núm. 50, pp. 141-182.

Torres Nabel, L. C. (2013a), "Los mecanismos de lo político en las redes sociales de Internet". *Aposta. Revista de ciencias sociales*, núm. 58 [www.apostadigital.com /revistav3/hemeroteca/tnabel1.pdf].

Torres Nabel, L. C. (2013b), "Cómo analizar redes sociales en Internet. El caso Twitter en México". en M. Cárdenas y M. Mora (eds.), *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*, México, ITESM, pp. 192-207.

Wasserman, S. y K. Faust (1994), *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Nueva York-Cambridge, Cambridge University Press [http://dx.doi.org/10.1017/CB O9780511815478].

Watts, D. (2003), *Six Degrees. The Science of a Connected Age*, NY: W.W. Norton and Co.

Watts, D. (2007), *Challenging the Influentials Hypothesis*, Word of Mouth Marketing Association, núm. 3, pp. 202-211.

Watts, D. y P. Dodds (2007), "Influentials, Networks, and Public Opinion Formation", *Journal of Consumer Research* núm. 34, pp. 441-458 [http://dx.doi.org/ 10.1086/518527].

Weimann, G. (1994), *The lnfluentials: People Who Influence People*, Nueva York, University of New York Press.

Weimann, G. (2006), *Terror on the Internet. The New Arena, the New Challenges*, NY, USIP Press Books.

Wu, S., J. M. Hofman, W. Mason y D. Watts (2011), "Who says what to whom on Twitter*", World Wide Web Conference Committee (IW3C2)*, India.

13

Entre mitos: Internet, redes sociales y participación política juvenil

Martín Echeverría
José Antonio Meyer
César Cansino

Los términos evocan una cauda de mitos extendidos y contradictorios. Internet y particularmente su derivación más popular, las redes sociales virtuales (RSV), son considerados como instrumentos privilegiados de cambio social y en particular de transformación política. Incidiendo a nivel de individuos, colectivos o regímenes enteros, estas tecnologías se colocan como fuerzas extraordinarias que catalizan conciencias y acciones frecuentemente pro democráticas; en tales espacios los ciudadanos recuperan al fin su voz y su voluntad.

La juventud evoca también mitos no menos poderosos. Por un lado, la representación de las juventudes comprometidas del 68 pervive como un modelo de virtud cívica bajo el cual cada generación es juzgada, al tiempo que mantiene viva la imagen de las nuevas generaciones como una esperanza de cambio. En contraparte, surge y se populariza el estigma de los jóvenes "Ninis", como símbolo de una generación patológicamente apática hacia el compromiso, sea este familiar, laboral, académico y desde luego político.

Es así que la conjunción de ambos mitos potencia una relación jóvenes-Internet-política aún más nebulosa, que entre otros efectos precipitan conclusiones apresuradas acerca de ciertos fenómenos globales, ya en Egipto, España, Estados Unidos o México: que Internet y en particular las RSV han "despertado" la conciencia política juvenil y movilizado a las nuevas generaciones otrora "aletargadas" como ciudadanos.

El crecimiento espectacular de estas tecnologías, en particular respecto a la colonización del tiempo libre de los jóvenes, hace comprensible tal exaltación: en relación al caso mexicano, el 45 por ciento de sus ciudadanos son usuarios de Internet, y de estos el 40 por ciento de los usuarios tiene entre 18 y 34 años de edad; el 93 por ciento de ellosutiliza redes sociales.[1] A ello contribuyen las posiciones tecnófilas que, reificando el papel de las nuevas tecnologías respecto a sus contextos, ponen énfasis en la ruptura que supone Internet respecto a tecnologías previas (emisores no especializados y plurales, barreras económicas de acceso reducidas en cuanto a consumo y producción, contenidos prácticamente ilimitados y sumamente diversos) y la manera en que ello se traduce en un salto cualitativo democratizador. No obstante, existen argumentos consistentes y empíricamente demostrados en otros países que postulan un efecto casi nulo de Internet y las RSV tanto en el comportamiento y la conciencia cívica política, como en última instancia la eficacia de los procesos democráticos en los sistemas políticos.

El propósito de este trabajo es aportar evidencia empírica sobre la relación específica entre la participación política juvenil, una de las manifestaciones más concretas del nivel de conciencia y sofisticación políticas, y la disponibilidad y uso intensivo de Internet y RSV por

[1] No obstante, es necesario advertir que las diferencias de acceso por nivel educativo son abismales. Según la ENVUD (2012), de los jóvenes de entre 18 y 29, los que tienen título universitario poseen Internet en un 65 por ciento, pero los que tiene preparatoria en un 39 por ciento, secundaria 38 por ciento y primaria 5 por ciento. Esto pudiera implicar quelas diferencias en cuanto a prácticas y valores políticos imputables a la educación irían a la par con el acceso a Internet, lo cual recorta el potencial transformador de dicha tecnología (Zabludovsky, 2012).

parte de los jóvenes.[2] Para ello echamos mano de la base de datos correspondiente a la más reciente encuesta nacional de la juventud, a partir de la cual extraemos una muestra e identificamos las distintas variables que registran tanto participación política como disponibilidad y uso de medios de comunicación.

En última instancia se trata de dar consistencia científica a la relación entre jóvenes, política, e Internet más allá de las distintas especulaciones y mitos contradictorios con los que, desde la opinión pública y la academia, se juzga este objeto de estudio.

Jóvenes y politización en el espacio digital. Una comprensión culturalista y situada

La presente sección ofrece una interpretación teórica del vínculo entre juventud, política e Internet y sus aplicaciones. Para ello se define en primera instancia a la juventud como una categoría contingente y se explica la manera en que ésta se vincula con el campo de la política. Posteriormente se sintetizan las posiciones académicas acerca de la repercusión de dicha tecnología en el grado de sofisticación política y a partir de ahí propone una articulación teórica que pretende señalar las maneras novedosas, no ortodoxas en que el medio dinamiza la actividad política juvenil. Finalmente, tales supuestos se sitúan en el contexto contemporáneo de México, para establecer sus alcances y limitaciones.

Por juventud entendemos un fenómeno cuyo alcance y significación está vinculado a un entorno sociocultural y no a un criterio demográfico etario ni mucho menos un aspecto meramente biológico de desarrollo fisiológico y psicológico, aspectos que si bien delimitan de manera orientativa el espacio en donde dicho fenómeno se desenvuelve no lo hacen equivalente. Ello implica por consiguiente

[2] No se propone aquí, sin embargo, una causalidad inmediata: al tiempo que Internet puede producir mayor politización, también pudiera ser que los más politizados son los que más usan Internet. En otras palabras, no necesariamente el medio ha formado mejor a los ciudadanos, sino que también pudiera ser que los ciudadanos mejor formados han encontrado en Internet un medio que les permite cristalizar sus disposiciones políticas.

que no existe una única juventud, "dada la heterogeneidad que es intrínseca a su definición" (Galindo, 2012, p. 17). En términos sociológicos la juventud se puede entender como un tiempo de espera o moratoria durante el cual los jóvenes adquieren progresivamente las responsabilidades adultas de tipo productivo, conyugal, doméstico y parental, es decir, van preparándose para asumir un rol (Brito, 1998).

Por otro lado, la ubicación de la juventud en el sistema político parte de la perspectiva de que éstos se encuentran insertos en relaciones de poder: existen jóvenes en posición de dominación y subalternidad, centralidad y periferia, con facetas de complementariedad, antagonismo, superposición o negación debido a la natural asimetría en la posesión de recursos (Castaño, 2003). Esto sucede respecto al campo político o a otros instituidos por el "mundo adulto" (aunque también en el interior de los grupos juveniles). Dicha subordinación se enclava fundamentalmente en el plano material, de modo que el decurso de la etapa juvenil se concibe como un proceso de emancipación material que se concreta en su independencia. No obstante, el proceso de emancipación simbólico cultural, concebido como la concreción de una personalidad que reproduce un perfil socialmente funcional, corre de manera paralela a éste; ello permite una autonomía cultural y personal por parte del sujeto juvenil, aún en condiciones de dependencia material, que se produciría en términos de integración o de conflicto (Benedicto, 2008). La posición de los jóvenes en el campo político es, pues, deudora de esta lógica de sujeto-en-ciernes: si bien el derecho a participar mediante el voto se confiere de manera legal desde los 18 años (al menos en México), antes de ello los jóvenes son concebidos como individuos en formación de su identidad y rol cívicos, y en curso de descubrir y sostener públicamente sus propios intereses conforme éstos se van definiendo para sí.

Ahora bien, la relación entre el uso de Internet y las RSV y un incremento en los niveles de participación política juvenil es un aspecto polarizado entre posiciones optimistas y realistas o "normalizadoras". En ambos casos se reconocen las cualidades innovadoras de aquellos medios: bajo costo, amplia capacidad para vehicular información política y de todo tipo, lo cual puede incrementar la pluralidad del espacio

público, diversidad de modos de expresión —lenguajes y retóricas— que admite y disponibilidad de mecanismos de interpelación de los ciudadanos a las élites políticas en una direccionalidad no jerárquica de la comunicación (horizontal, transversal y vertical ascendente, en lugar de la vertical descendente, de las élites a los ciudadanos) (Echeverria, 2010; Tedesco, 2004).

Para las posiciones tecnófilas optimistas esto se traduce en el hecho de que Internet incrementa la participación política de los usuarios al proveer *estructuras de oportunidad* que incrementan el repertorio, en términos de alcance y profundidad, del comportamiento del ciudadano, mediante las cuales le es dada la oportunidad de actuar (Ward, 2005). La red combina los recursos *off line* —actividades políticas tradicionales— y *on line* para ampliar las oportunidades del ciudadano de concretar sus expresiones y preferencias políticas de manera más abierta, en sus propios códigos y con relativa inmediatez.

Las posiciones realistas o normalizadoras por el contrario ponen el énfasis en el escenario político cultural precario en donde se suscita la adopción de las TIC´s. Mazzoleni(2001) advierte que Internet no puede tener repercusiones de fondo en una cultura política que a escala general se caracteriza por un nivel deficitario de conocimiento, atención e involucramiento ciudadano en los asuntos públicos; afirma también que la fragmentación de canales y la segmentación de públicos propiciada por la red impiden el compartir experiencias y dificulta así la deliberación pública a mayor escala (Mazzoleni, 2001). Los numerosos críticos a las posiciones optimistas previas demuestran empíricamente que el efecto político relevante de Internet es aplicable a aquellos que ya buscan información —con características socioeconómicas muy puntuales— de manera que el medio sirve en mayor medida para reforzar las posiciones previas y no cambiarlas (Tedesco, 2004).

No obstante, las teorizaciones culturalistas recientes proporcionan argumentos interesantes para pensar el entorno digital como un catalizador de predisposiciones políticas e incluso de una resignificación de lo político. Dicha perspectiva, deudora de la antropología de la juventud, entiende a los jóvenes como productores autónomos de significados que conforman microsociedades y subculturas más o

menos autónomas, en ocasiones distanciadas e incluso contestatarias de la cultura política hegemónica. En tanto "sujetos con una especificidad cultural de recursos y expresiones propias de su condición de actores juveniles" (Sandoval, 2003, p. 10), los jóvenes toman recursos de formación de sentido y expresión del "mundo adulto" pero a la vez producen sentidos y con ello una cultura relativamente independiente y autónoma a las generaciones que la precedieron (Macassi, 2001). Es así que aquellos son capaces de conformar un campo político propio, más o menos autónomo al institucional (del Estado o del sistema político), que apropia y resignifica sus discursos y funciones e incluso disputa al mundo adulto su sentido (Estrada, 2008).

Dicha autonomía desemboca, entre otras cosas, en el surgimiento de una heterogeneidad de intereses que se decantan a su vez en una pluralidad de temas (la ecología, la sexualidad, la paz, los derechos humanos, el rock, la expansión de la conciencia, etcétera), niveles de compromiso así como expresiones singulares tales como la manifestación lúdica de las demandas o nuevas estrategias de socialidad política (IFE, 2003).

Por otro lado, estas concepciones admiten el ejercicio de una "ciudadanía cultural" que desborda las fronteras estancas entre política y cultura. Ésta remite a los procesos de formación de comunidades con identidades, valores, significados y marcos culturales compartidos, cuya fortaleza de vínculos se vuelve un detonante significativo para la participación en lo público (Hermes, 2006; Padilla y Flores, 2011). Un planteamiento de esta naturaleza, definido a partir de pertenencias y anclajes culturales, admite que la agencia política se pueda dar a nivel de vida cotidiana mediante "sub activismos" que traducen el marco de referencia político al nivel de las posturas y las acciones cotidianas (Bakardjieva, 2009), así como expresiones artísticas y culturales en sus dimensiones políticas, esto es, como operaciones de resistencia a la dominación (Reguillo, 2003).[3]

[3] Diversos estudios empíricos dan sustento a estos asertos. Se verifica por un lado un alejamiento y desafección juveniles hacia la política institucional (Fernández Poncela, 2009), pero una reproducción efectiva de componentes actitudinales y valorativos cívicos, presentes de manera firme y predominante: la convivencia en la diversidad, el respeto a las diferencias, la aceptación de los otros, la solidaridad, la responsabilidad y la tolerancia son algunos de ellos (IMJUVE, 2011). Se manifiesta asimismo una predisposición a la participación en

En este marco de comprensiones, Internet y las RSV se convierten pues en el *territorio cultural* amplificado en donde sucede el intercambio y la socialización entre pares.En dicho espacio se suspenden o relativizan momentáneamente las relaciones de subordinación a las que se encuentran sometidos los jóvenes, se multiplican los temas y referentes, y se suscitan nuevas lógicas de relación política, tales como la flexibilidad en los roles, la apertura a la heterogeneidad social y la ausencia de jerarquías. A nivel más general en Internet se constituyen comunidades subculturales que utilizan materiales de la cultura popular y la vida cotidiana para la construcción de identidades y corrientes de opinión alrededor de múltiples objetos vinculados con ellos, y cuyos elementos pueden ser la información y el conocimiento razonado —como lo prevén las teorías liberales— pero que también admiten aspectos de emoción, sensación y experiencia (Hermes, 2006). En este sentido, Internet escenifica formas novedosas de "sub activismos" y performatividades, permite al individuo "posicionarse" en una multiplicidad de discursos y formas de participación (Bakardjieva, 2009).

Como es posible notar este desarrollo teórico no se contrapone del todo con las corrientes "realistas" en relación al uso político de Internet, puesto que las formas de expresión, acción, así como la mera concepción de la política son distintas a las ahí planteadas, más convencionales. Si las RSV e Internet modifican el involucramiento juvenil en la política no lo hacen en los términos de las formas tradicionales de participar en la misma, sino en sus propios, novedosos términos.

Ahora bien, es necesario situar en el caso de México las posibilidades descritas, pues éstas interactúan con por lo menos tres circunstancias que matizan en unos casos e incrementan en otros los

manifestaciones a favor de la paz, el medio ambiente, los derechos humanos o la cuestión indígena (IFE, 2003). Desde los estudios de los movimientos juveniles contemporáneos, se observa que la horizontalidad en las relaciones políticas de los grupos juveniles sustituye cada vez más a las jerarquías institucionalizadas: los roles y las tareas son negociadas y ejecutadas sin necesidad de una organización interna preexistente, de ahí que sean altamente flexibles. "La idea de representación, de delegar en alguien la soberanía del colectivo, es vigilada al máximo", en virtud de la desconfianza y rechazo a las instancias de verticalización o centralismo político (Balardini, 2005; Cardenas, Parra, Picón, Pinead, y Rojas, 2007, p. 76). El carácter horizontal es a su vez incluyente: las expresiones delos movimientos respetan la heterogeneidad social, articulan las particularidades sin unificarlas (Aguilera, 2003).

alcances del uso juvenil de Internet y las redes sociales para potenciar la participación política.

En primer lugar, los medios y tecnologías de comunicación e información llenan cada vez más los espacios de tiempo libre de los jóvenes y son de manera creciente lugares clave de socialidad y apropiación de referentes simbólico culturales y políticos de dichos actores; el entorno digital tiene una relevancia cuantitativa y cualitativa mayúscula en la vida cotidiana de los jóvenes. En segundo lugar, es necesario considerar el proceso de democratización en México verificado en la creciente estabilización de sus instituciones y rituales democráticos (Morlino, 2007) ante lo cual los jóvenes, a diferencia de los adultos, constituyen las primeras generaciones que se integran a la vida política cuando la democracia es considerablemente viable; ello abre por lo menos espacios de participación y libertad de expresión mucho menos riesgosos que en épocas pasadas, a pesar de los múltiples déficits democráticos que se presentan, lo cual con mucha probabilidad altera las relaciones y las expectativas juveniles de lo político. Un tercer aspecto relaciona una mayor disponibilidad de tiempo libre con la restricción creciente de los jóvenes al mercado laboral. Puesto que el empleo es cada vez más escaso, precario, flexible e interrumpido (Estrada, 2008; Macassi, 2001) la inserción de los jóvenes al mercado es cada vez más prolongada y efímera. Independientemente de los problemas que esto ocasiona —emancipación tardía, formación académica prolongada, dependencia extendida de los padres (Megías, 2005, p. 13)—, también implica una mayor disponibilidad de tiempo libre de manera cotidiana o en hiatos de desempleo o subempleo.

En suma, los jóvenes cada vez tienen más libertad política, capacidad tecnológica y tiempo no laboral para expresarse en un entorno comunicativo digital. Puesto que "la incorporación de nuevas TIC´s no crea un sistema completamente nuevo sino que tiene lugar en un campo de fuerzas preexistente" (Galindo, 2012, p. 27), es la confluencia de estas circunstancias —y no sólo la disponibilidad de la tecnología— lo que anticipa condiciones de participación políticas novedosas, aunque asentadas sobre fuerzas precedentes.

La conjunción de estos factores sociológicos e histórico-contextuales hace realista la expectativa de que la disponibilidad y el uso intensivo de Internet y RSV se relacione, en efecto, con una vida política más activa o más participativa. Los siguientes apartados pretenden sustentar empíricamente dicho supuesto.

Método

El presente ejercicio empírico utiliza como insumo la Encuesta Nacional de Valores en la Juventud de 2012, patrocinada por el Instituto Nacional de la Juventud, de la cual se tomó una muestra representativa de jóvenes de entre 22 a 29 años de edad —cuando la mayoría ya efectuó su primer sufragio— con un recorte de indicadores de clase media, finalizando en 570 casos. La decisión de circunscribir este estudio a una franja de clase media (de manera aproximativa) se originó por la necesidad de poner a raya las importantes variaciones y desniveles en cuanto a disponibilidad de tecnologías de la información que se registran en las muestras cuando éstas contemplan jóvenes de sectores populares, ampliamente excluidos en México de los dispositivos y los usos de las TIC´s; el constituir una población relativamente homogénea en cuanto a disponibilidad de tecnologías de información incrementa la fiabilidad de las correlaciones con las otras variables políticas.

Por otro lado, dentro de estas encuestas identificamos variables que expresaran predisposiciones y patrones de participación política pasada y actual, puestas en relación con otras variables relativas al uso preferente y disponibilidad tanto de Internet como de redes sociales, éstas presentadas en ocasiones de manera contrastada con otros medios de comunicación (como en el reactivo, "medio que más utilizas para informarte").

Se presentan, pues, tablas de contingencia que expresan esas relaciones así como una correlación estadística categorial para variables que admiten operaciones estadísticas más sofisticadas.

Hallazgos

Agrupamos los hallazgos a lo largo de tres tablas que serán presentadas y descritas a continuación.

Un primer cruce de variables se relaciona con el ejercicio de la participación política; en la lógica de la Encuesta, ésta tiene una motivación de naturaleza intrínseca o extrínseca, y dentro de ella, condicionada por alguna circunstancia o incentivo, coaccionada por la autoridad o sencillamente tal motivación no se concreta.

Encontramos que los consumidores "duros" de ciertos medios se vinculan en mayor o menor medida a estos niveles de motivación; aquí los usuarios de Internet y Facebook tienen una ventaja moderada en cuanto a motivación intrínseca y tipos de motivación circunstancial frente a usuarios de otros medios. Respecto a la primera (expresada por el reactivo "siempre se debe participar en política") ésta se manifiesta en cierta medida superior en usuarios de Facebook (12 por ciento) e Internet (10 por ciento) en comparación con usuarios de radio (7 por ciento) y TV (5 por ciento). También hay una diferencia notable en las personas que se manifiestan no motivadas a participar en absoluto: el 5 por ciento de usuarios de Facebook y 2 por ciento de Internet lo afirman, en tanto 4 por ciento de los usuarios de TV y 7 por ciento de usuarios de radio mantienen esa posición; así, los usuarios de Internet son los menos desmotivados a participar en política, aunque no por mucho.

Respecto a la segunda, otras categorías de respuesta dan la pauta de una ventaja moderada de parte de los usuarios de Internet. La motivación extrínseca relacionada con la posesión de información y responsabilidad es superior en usuarios de Internet (37 por ciento) y Facebook (37 por ciento) que los de TV (25 por ciento) e incluso prensa (34 por ciento). Cuando media la indignación ("cuando hay que protestar por una injusticia") también es superior en usuarios de Internet (14 por ciento), no así en las de redes sociales (9.8 por ciento), inferior a los usuarios de TV (13 por ciento) y similar a los de periódico (9 por ciento). En un sentido negativo, la motivación de participar cuando se obtiene algún beneficio es inferior para usuarios de Internet (13 por ciento) que los de TV (17 por ciento), pero

superior en los usuarios de prensa (9 por ciento), radio (7 por ciento) y Facebook (7 por ciento).

Asimismo, en cuanto a la motivación coercitiva (participar cuando es obligatorio) los usuarios de Internet y Facebook son los que menos la suscriben (24 por ciento y 29 por ciento, respectivamente) en comparación con los de periódicos (43 por ciento), radio (39 por ciento) y TV (36 por ciento), en porcentajes sensibles.

Comparamos también las motivaciones precedentes en relación a la habilitación de una cuenta en redes sociales. Aquí los tipos de motivación nula e intrínseca son cercanos (4 y 7 por ciento de las personas que tiene una cuenta en RSV suscriben estas posiciones) y es similar en las posiciones intermedias de "cuando se tiene información..." (32 por ciento) y "cuando es obligación" (32 por ciento), Las posiciones también intermedias de protesta por injusticia (13 por ciento) y "cuando se obtiene un beneficio" (12 por ciento) son prácticamente iguales. En suma, los porcentajes no demuestran una tendencia ascendente de motivación intrínseca o desinteresada en relación a la posesión de una cuenta en redes sociales. Por el contrario, demuestra que las motivaciones condicionadas, coercitivas o nulas son significativamente equiparables a las otras en dichos usuarios.

Los aspectos de interés por la política y participación en ella son otra dimensión desplegada en nuestro análisis (Tabla 2). Los hallazgos revelan que hay una diferencia mínima en la importancia que le atribuyen a la política las personas que utilizan Internet (2.6) y Facebook (2.5) para informarse, aunque el interés es ligeramente menor para los que se informan por Twitter (2.8), nivel de desinterés similar a los que consumen TV. (2.8). Ahora bien, quienes se informan por Internet demuestran un nivel ligeramente superior de interés (2) que quienes tienen Facebook (2.2) o Twitter (2.3), mismos que manifiestan el menor nivel de interés incluso que los consumidores de TV (2.2) o prensa (2.0).

Asimismo, para quienes tienen o no tienen cuenta en redes sociales, la diferencia en cuanto a la relevancia que política tiene en sus vidas es nula (2.7 en ambos casos), así como su interés por la política (de 0.3 en favor de los que no tienen cuentas) que en términos generales es moderada.

Tabla 1. Condicionantes de participación política en relación al consumo de medios

¿En qué ocasiones consideras que se debe participar en política?	¿Cuál es el medio de comunicación que más utilizas para informarte de lo que pasa en el país?												¿Tienes alguna cuenta en redes sociales, ejemplo: Twitter, Facebook, etc.?			
	Televisión		Radio		Periódico		Internet		Facebook		Twitter		Sí		No	
	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento
Siempre	12	5.4 por ciento	2	7.1 por ciento	0	0.0 por ciento	14	10.3 por ciento	5	12.2 por ciento	0	0.0 por ciento	32	7.2 por ciento	5	6.1 por ciento
Cuando se tiene información y responsabilidad	55	24.9 por ciento	7	25.0 por ciento	18	34.0 por ciento	50	36.8 por ciento	15	36.6 por ciento	0	0.0 por ciento	144	32.2 por ciento	13	15.9 por ciento
Cuando hay que protestar por alguna injusticia	28	12.7 por ciento	4	14.3 por ciento	5	9.4 por ciento	19	14.0 por ciento	4	9.8 por ciento	2	66.7 por ciento	56	12.5 por ciento	13	15.9 por ciento
Cuando se obtiene algún beneficio	37	16.7 por ciento	2	7.1 por ciento	5	9.4 por ciento	18	13.2 por ciento	3	7.3 por ciento	0	0.0 por ciento	55	12.3 por ciento	16	19.5 por ciento
Cuando es obligación	80	36.2 por ciento	11	39.3 por ciento	23	43.4 por ciento	32	23.5 por ciento	12	29.3 por ciento	1	33.3 por ciento	141	31.5 por ciento	32	39.0 por ciento
Nunca	9	4.1 por ciento	2	7.1 por ciento	2	3.8 por ciento	3	2.2 por ciento	2	4.9 por ciento	0	0.0 por ciento	19	4.3 por ciento	3	3.7 por ciento

Fuente: elaboración propia

Por el lado de la participación activa en alguna organización, al parecer la posesión de una cuenta de redes sociales no se relaciona con la misma, que es idéntica entre quienes la poseen y quienes no (2.9). De la misma manera las diferencias entre el nivel de participación de quienes se informan por Internet, redes sociales y otros medios son también mínimas, de modo que los usuarios de TV, Internet y Facebook tienen una participación casi nula (2.9 en una escala en donde 3 es "nunca participo") mientras que los usuarios de prensa, en contraste, están un tanto más involucrados (2.7). Estos indicadores se traducen y visibilizan fácilmente en términos de porcentajes: tan sólo el 4 por ciento de los usuarios duros de Internet participa en alguna organización, aunque el 5 por ciento de los consumidores de televisión, el 1.9 por ciento de los de prensa y el 2.4 por ciento de los de Facebook lo hacen, de modo que las diferencias son mínimas entre consumidores de TV e Internet y probablemente debidas al azar.

En estos indicadores también incluimos la división en grupos que participan en agrupaciones políticas y no políticas; desafortunadamente las frecuencias son tan bajas que es difícil realizar una comparación medianamente indicativa. Por último, obtuvimos resultados respecto a la predisposición a la participación política, la cual se revela como relacionada en buena medida con el uso preferencial de las redes sociales (Tabla 3). En esta tabla comparamos los porcentajes de usuarios con una cuenta en redes sociales y su disposición a participar.

El porcentaje de personas que usa Internet y está dispuesta a asistir a marchas o manifestaciones es del 19 por ciento, ligeramente superior al 10 por ciento de quienes prefieren TV y 13 por ciento de quienes prefieren radio; el porcentaje de usuarios de Facebook, por cierto, es reducido e incluso menor al de usuarios de TV. Asimismo el porcentaje de personas que usan Internet y están dispuestas a quejarse ante las autoridades también es notorio, ya que el 15.3 por ciento se manifestó en ese sentido, así como el 14 por ciento de los que usan Facebook superando ambos casos ligeramente a los usuarios de TV (11 por ciento) y periódicos (9 por ciento).

Tabla 2. Interés en la política y participación, en relación al consumo de medios

	¿Cuál es el medio de comunicación que más utilizas para informarte de lo que pasa en el país?												¿Tienes alguna cuenta en redes sociales, ejemplo: Twitter, Facebook, etc.?			
	Televisión		Radio		Periódico		Internet		Facebook		Twitter		Sí		No	
	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento
Actualmente, ¿Participas en alguna organización, asociación, grupo o movimiento?																
Si	12	5.0 por ciento	0	0.0 por ciento	1	1.9 por ciento	6	4.2 por ciento	1	2.4 por ciento	0	0.0 por ciento	19	4.0 por ciento	3	3.5 por ciento
A veces	5	2.1 por ciento	1	3.4 por ciento	1	1.9 por ciento	3	2.1 por ciento	3	7.1 por ciento	1	25.0 por ciento	10	2.1 por ciento	5	5.9 por ciento
No	225	93.0 por ciento	28	96.6 por ciento	50	96.2 por ciento	134	93.7 por ciento	38	90.5 por ciento	3	75.0 por ciento	448	93.9 por ciento	77	90.6 por ciento

Tipo de grupo en el que participas																
Politico (partidos, movimientos)	6	50.0 por ciento	0	0.0 por ciento	0	0.0 por ciento	4	66.7 por ciento	0	0.0 por ciento	0	0.0 por ciento	9	47.4 por ciento	1	33.3 por ciento
No político	6	50.0 por ciento	0	0.0 por ciento	1	100.0 por ciento	2	33.3 por ciento	1	100.0 por ciento	0	0.0 por ciento	10	52.6 por ciento	2	66.7 por ciento
	μ	Desv. est.	*μ*	Desv. est.	*μ*	Desv. est.	*μ*	Desv. est.	*μ*	Desv. est.	*μ*	Desv. est.	*μ*	Desv. est.	*μ*	Desv. est.
Actualmente, ¿Participas en alguna organización, asociación, grupo o movimiento?	N=2.9	N=.5	N=3.0	N=.2	N=2.7	N=.8	N=2.9	N=.5	N=2.9	N=.4	N=2.8	N=.5	N=2.9	N=.5	N=2.9	N=.4
¿Podrías decirme por favor, qué tan importantes son en tu vida...? La política	N=2.8	N=1.0	N=3.0	N=.9	N=2.4	N=1.7	N=2.6	N=1.1	N=2.5	N=1.0	N=2.8	N=.5	N=2.7	N=1.2	N=2.7	N=1.0
¿Qué tanto te interesas en la política?	N=2.2	N=.9	N=2.0	N=.7	N=2.1	N=1.1	N=2.0	N=.7	N=2.2	N=.8	N=2.3	N=.5	N=2.1	N=.8	N=2.4	N=1.2

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Predisposición a participar en ciertas actividades, en relación al consumo de medios

	Asistir a manifestaciones, marchas o movilizaciones.				Quejarse ante las autoridades				Apoyar activamente campañas electorales				Participar en un blog o foro				Acudir a reuniones políticas convocadas en redes sociales			
	Sí		No		Sí		No		Sí		No		Sí		No		Sí		No	
	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento	N	por ciento
67 ¿Cuál es el medio de comunicación que más utilizas para informarte de lo que pasa en el país?																				
Televisión	25	10.4 por ciento	215	89.6 por ciento	26	10.8 por ciento	214	89.2 por ciento	13	5.4 por ciento	227	94.6 por ciento	9	3.8 por ciento	230	96.2 por ciento	8	3.3 por ciento	232	96.7 por ciento
Radio	4	13.8 por ciento	25	86.2 por ciento	6	20.7 por ciento	23	79.3 por ciento	2	6.9 por ciento	27	93.1 por ciento	1	3.4 por ciento	28	96.6 por ciento	1	3.6 por ciento	27	96.4 por ciento
Periódico	6	10.7 por ciento	50	89.3 por ciento	5	8.9 por ciento	51	91.1 por ciento	5	9.1 por ciento	50	90.9 por ciento	2	3.6 por ciento	54	96.4 por ciento	0	0.0 por ciento	56	100.0 por ciento

Internet	28	19.4 por ciento	116	80.6 por ciento	22	15.3 por ciento	122	84.7 por ciento	12	8.4 por ciento	131	91.6 por ciento	14	9.9 por ciento	127	90.1 por ciento	6	4.3 por ciento	135	95.7 por ciento
Facebook	4	9.5 por ciento	38	90.5 por ciento	6	14.3 por ciento	36	85.7 por ciento	3	7.1 por ciento	39	92.9 por ciento	4	9.5 por ciento	38	90.5 por ciento	1	2.4 por ciento	41	97.6 por ciento
Twitter	1	25.0 por ciento	3	75.0 por ciento	0	0.0 por ciento	4	100.0 por ciento	1	25.0 por ciento	3	75.0 por ciento	0	0.0 por ciento	4	100.0 por ciento	0	0.0 por ciento	4	100.0 por ciento
69 ¿Tienes alguna cuenta en redes sociales, ejemplo: Twitter, Facebook, etc.?																				
Sí	69	14.4 por ciento	411	85.6 por ciento	59	12.3 por ciento	421	87.7 por ciento	33	6.9 por ciento	446	93.1 por ciento	32	6.7 por ciento	444	93.3 por ciento	16	3.4 por ciento	459	96.6 por ciento
No	6	7.1 por ciento	79	92.9 por ciento	12	14.1 por ciento	73	85.9 por ciento	7	8.2 por ciento	78	91.8 por ciento	1	1.2 por ciento	84	98.8 por ciento	2	2.4 por ciento	83	97.6 por ciento

Fuente: elaboración propia

A partir de ahí otras actividades que involucran participación muestran porcentajes más bajos en relación al consumo de medios, aunque siempre iguales o superiores que otros medios de comunicación. Los porcentajes son mínimos en "Apoyar activamente en campañas" (8 por ciento), "participar en un blog o foro" (10 por ciento) o "acudir a reuniones políticas convocadas en redes sociales" (4 por ciento) y similares para usuarios de Facebook (7 por ciento, 10 por ciento y 2 por ciento, respectivamente). No obstante, son superiores a otros medios, en ciertos casos de manera discreta ("acudir a reuniones políticas…" tiene el 3 por ciento en radio y 4 por ciento en TV, comparado con 4 por ciento de Internet) o significativos ("participar en un blog…" tiene el 10 por ciento para Internet y 10 por ciento para Facebook, mientas que los usuarios de TV y prensa tienen 4 por ciento).

Las predisposiciones de usuarios de Twitter también son significativas, particularmente en la asistencia a marchas o el apoyo a campañas, aunque la reducida frecuencia de usuarios dificulta elaborar descripciones cuantitativas relevantes.

Por otro lado, la mera suscripción a redes sociales pudiera estar vinculada con la realización de éstas actividades, para lo cual efectuamos correlaciones de Pearson con medida de V de Cramer. De las cinco actividades exploradas sólo el "apoyo en campañas electorales" está relacionada, $_^2(6, N=570)=142.363$, $p=.000$ y de manera significativa (V de Cramer =.353). Las otras no pasaron la prueba de significancia y no manifiestan relación estadística relevante.

Conclusiones

Los datos descritos presentan un panorama que en efecto relaciona positivamente el uso de Internet y las RSV con la participación política, en varios indicadores; sin embargo, esa relación es modesta, muy poco significativa e incluso similar o ligeramente inferior al lector duro de libros.

Sucede con la variable de tipo de "motivación a participar", relativamente baja para los usuarios de los distintos medios y en el caso de usuarios de Internet y RSV, poco distanciada respecto a los demás.

Así las cosas, la motivación intrínseca es superior, las condicionadas, inferior, y la no motivación es inferior a los usuarios de los demás medios, pero por poco.

El interés en participar en actividades políticas registra el mismo comportamiento. No hay diferencia alguna en los niveles de interés de quienes poseen una cuenta en redes sociales y los que no; tampoco eso mismo introduce una variación en la participación actual. El interés sí varía a favor de usuarios de Internet y RSV en comparación con usuarios de otros medios, pero por muy poco.

La disposición a participar en ciertas actividades políticas sólo está significativamente relacionada con la disponibilidad de una cuenta en RSV en cuanto al apoyo en campañas electorales, una actividad con diversos mecanismos *on line* de participación. También se manifiesta una ventaja de los usuarios de Internet respecto a su disposición a asistir a manifestaciones o quejarse ante las autoridades, aspecto también ventajoso para usuarios de RSV; no obstante, en otras actividades se presentan relaciones iguales o superiores respecto a usuarios de otros medios de comunicación.

Es así que, en el caso de los jóvenes, por lo menos, el uso de Internet y RSV presenta una relación ligeramente superior, poco significativa, con la participación política, de manera que se verifica la tesis de la normalización, según la cual la cultura política se encuentra en un estado de precariedad tal, que la irrupción de dichas tecnologías es provechosa sólo para los más politizados e irrelevante para el resto. Dicho de otra manera, Internet y las RSV parecen ser medios que agrupan a sujetos con un grado de politización que supera al consumidor de los medios de masas, y está en camino al perfil de los lectores de libros (que representa la figura más acabada del ideal del ciudadano ilustrado).

Puestos en confrontación los hallazgos conlas teorías antropológicas relativas a un campo subcultural de la política juvenil, se ofrecen dos posibles respuestas: que las variables aquí presentadas no alcanzan a medir o verificar la actividad político cultural que se registra en dicha esfera, por un problema de operacionalización, o bien que el estado de la cultura política en México es tan poco desarrollado,

a pesar de la transición democrática y la colonización del tiempo libre por parte de Internet, que las tecnologías no alcanzan a introducir variaciones significativas en los comportamientos políticamente relevantes.

Lo que es más claro es que las especulaciones y mitos que relacionan de manera directa la penetración de las TICs y el incremento en la participación juvenil merecen ser replanteados o descartados en favor de una búsqueda empírica más adecuada para dar luz sobre estas realidades.

Referencias

Aguilera, O. (2003), "Un modelo transoceánico para armar. Algunas hipótesis acerca del vínculo entre juventud y política", *Jóvenes. Revista de Estudios sobre Juventud*, vol. 7, núm. 19, pp. 64-81.

Bakardjieva, M. (2009), "Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet", *The Information Society*, núm. 25, pp. 91-104.

Balardini, S. (2005), "¿Qué hay de nuevo viejo?: una mirada sobre los cambios en la participación política juvenil", *Nueva Sociedad*, núm. 200, pp. 96-107.

Cárdenas, M., L. Parra, J. Picón, H. Pinead y R. Rojas (2007), "Las representaciones sociales de la política y la democracia", *Última Década*, núm. 26, pp. 53-78.

Echeverría, M. (2010), "Cibercampañas e inclusión ciudadana. Del potencial cívico de los sitios de campaña en las elecciones legislativas de 2009", *Sociológica*, vol. 25, núm. 72, pp. 71-108.

Estrada, M. (2008), "Campo político y juventud: análisis en dos dispositivos de Morelos. de la negación del otro a la política como servicio", *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, vol. 14, núm. 42, pp. 145-178.

Fernández Poncela, A. (2009), "Desafección política juvenil: desconfianza, desinterés y abstencionismo", *Casa del Tiempo*, vol. 2, núm. 18, pp. 83-89.

Galindo, L. (2012), "Política, juventud e Internet: transformaciones y perspectivas de comprensión en América Latina", *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 17, núm. 57, pp. 11-30.

Hermes, J. (2006), "Citizenship in the Age of the Internet", *European Journal of Communication*, vol. 21, núm. 3, pp. 295-309.

IFE (2003), *Estudio sobre lo cívico y lo político en las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos*, México, IFE.

IMJUVE (2011), *Encuesta Nacional de la Juventud 2010. Resultados generales*, pp. 1-44 [http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/2249/1/images/EncuestaNacionalporciento20deJuventudporciento202010porciento20porciento20Resultados porciento20Generales_18nov11.pdf].

Macassi, S. (2001), *Culturas juveniles, medios y ciudadanía. El nuevo horizonte generacional y las disyuntivas de la inserción de los jóvenes en la sociedad*, Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

Mazzoleni, G. (2001), "La revolución simbólica de Internet", *Cuadernos de Información y Comunicación*, núm. 6, pp. 33-38.

Megías, E. (ed.), (2005), *Jóvenes y política. El compromiso con lo colectivo*, Madrid, INJUVE.

Morlino, L. (2007), "Explicar la calidad democrática: ¿Qué tan relevantes son las tradiciones autoritarias?", *Revista de Ciencia Política*, vol. 27, núm. 2, pp. 3-22.

Padilla, R. (2013), "Internet y política. Resultados de la encuesta jóvenes, Internet y prácticas políticas", ponencia presentada en el Encuentro AMIC 2013, Toluca.

Padilla, R., y D. Flores (2011), "El estudio de las prácticas políticas de los jóvenes en Internet", *Comunicación y Sociedad*, núm. 15, pp. 101-122.

Reguillo, R. (2003), "Ciudadanías juveniles en América Latina", *Última Década*, núm. 19, pp. 1-120.

Sandoval, J. (2003), "Ciudadanía y juventud: el dilema entre la integración social y la diversidad cultural", *Última Década*, núm. 19, pp. 1-15.

Tedesco, J. (2004), "Changing the Channel: Use of the Internet for Communicating About Politics", en L. L. Kaid (ed.), *Hanbook of Political Communication Research*, New Jersey, Laurence Elrbaum Associates.

Ward, J. (2005), "An Opportunity for Engagement in Cyberspace: Political Youth Web Sites during the 2004 European Parliament Election Campaign", *Information Polity*, núm. 10, pp. 233-246.

Zabludovsky, G. (2012), "Individualización y juventud en México: educación, actitudes laicas y redes mediáticas" [http://estepais.com/site/?p=36705].

14

Jóvenes y redes sociales

Octavio Islas Carmona

En este texto fueron consultados los principales estudios sobre Internet en México, para recuperar la limitada información que ofrecen sobre la penetración de Internet en los jóvenes mexicanos y, particularmente, el uso de las redes sociales. Los cuatro estudios consultados fueron: 1) *Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH) 2014*, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); 2) *Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2014,* de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI); 3) *Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas,* realizado por el World Internet Project México (WIP México); y 4) *Estudio de consumo de Medios entre internautas mexicanos,* de la Interactive Advertising Bureau México (IAB México). Además, fueron consultados los estudios *MKTdigital y redes sociales en México 2013 y 2014,* realizados por AMIPCI.

A pesar de que casi la mitad de los internautas mexicanos son jóvenes entre 12 y 24 años (20.7 millones, según INEGI, que representan 43.7 por ciento; 45 por ciento, según AMIPCI, entre 13 y 24 años), la información que ofrecen los principales estudios sobre la penetración de Internet en jóvenes mexicanos y el uso de redes sociales, definitivamente merece ser considerada como limitada.

Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH) 2014

Los resultados sobre la disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en hogares (MODUTIH, 2014), fueron recabados mediante un módulo temático anexo a la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Los resultados más recientes de la mencionada encuesta de INEGI fueron dados a conocer el 17 de diciembre de 2014. En abril de 2014 fueron estimados 49,448,510 usuarios de computadoras en México, de los cuales 47,441,244 utilizan Internet. La penetración de Internet en México fue estimada por INEGI en 44.4 por ciento. El total de usuarios de Internet se incrementó 3.1 por ciento con respecto a 2013. En abril de 2013 fueron estimados más usuarios de computadoras (49,458,088) que en 2014(49,448,510), pero un menor número de usuarios de Internet: 46,026,450

En cuanto al equipamiento de tecnologías en el total de hogares estimados en México (31,397,520), fueron considerados 12,022,743 hogares equipados con computadora, que representan 38.3 por ciento del total. En 2013 fueron estimados 11,146,494 hogares con computadora. En 2014 fueron estimados 10,798,467 hogares que contaban con conexión a Internet, que representaban 34.4 por ciento del total. Los 10,798,467 hogares representan poco más de un tercio (34.4 por ciento) del total nacional (31,397,520). Ello representa un incremento de 12.8 por ciento respecto del 2013 (en 2013 fueron estimados 9,574,027 hogares con acceso a Internet, que representaron 30.7 del total estimado de hogares en 2013).

Además, fueron estimados 1,904,145 hogares que contaban por lo menos con una computadora, pero sin acceso a Internet. En 1,279,074 hogares (67.2 por ciento), la principal razón para no contar con acceso a Internet fue la falta de recursos económicos; en 16,733 hogares no sabían usarlo; 297,742 hogares no lo necesitaban; 37,774 no les interesaba o desconocían su utilidad; 90,514 indicaron que el equipo con el que cuentan resultaba insuficiente y 182,308 señalaron otras razones.

En México las computadoras de escritorio siguen siendo el equipo más utilizado para tener acceso a Internet:

Tabla 1. Equipo utilizado para conectarse a Internet (2014)

EDAD	ABSOLUTOS	PORCENTAJE (%)
Computadora de escritorio	34,851,977	73.5
Computadora portátil	16,436,052	34.6
Equipo de bolsillo sin función telefónica (Poket PC, PDA)	326,494	0.7
Teléfono celular, iPhone o similar	9,415,431	19.8
No especificado	88,966	0.2
Total	49,448,510	100

Fuente: INEGI

Sobre la disponibilidad por entidad federativa, en cinco estados poco más de la mitad de hogares disponía por lo menos de una computadora: Distrito Federal, Sonora, Baja California, Nuevo León y Colima. Las entidades donde menos de una cuarta parte de los hogares contaba con una computadora fueron: Veracruz, Guerrero, Oaxaca y Chiapas.La penetración de Internet en Chiapas es la menor en la República: 16.8 por ciento. En cambio, la mayor penetración se presenta en el Distrito Federal: 57.7 por ciento. El Estado de México y el Distrito Federal concentran el mayor número de hogares con computadora: 1,621,564 y 1,421,375, respectivamente.

En cuanto a edad, el uso de Internet es más frecuente entre la población joven: 42 por ciento de los niños entre 6 a 11 años y 73 por ciento de los jóvenes de 12 a 24 años utilizan la red. En el rango de 12 a 24 años se concentran 20.7 millones de usuarios de Internet, los cuales representan 43.7 por ciento del total de usuarios de Internet en México. Además, vale la pena destacar que la población mayor ha empezado a participar de manera más activa en el uso de Internet.

Tabla 2. Distribución de los usuarios de Internet en México por edad

EDAD	2013	PORCENTAJE (%)	2014	PORCENTAJE (%)
6-11 años	6,915,707	14.2	7,032,068	14.2
12-17 años	11,493,920	23.2	11,523,966	23.3
18-24 años	9,802,820	19.8	9,555,307	19.3
25-34 años	8.3624,759	17.4	8,713,571	17.6
35-44 años	6,454,183	13.0	6,581,112	13.3
45-55 años	4,016,663	8.1	3,871,317	7.8
Mayores de 55 años	2,150,036	4.3	2,171,169	4.5
Totales	49,458,088	100	49,448,500	100

Fuente: INEGI

En materia de género, los resultados sobre usuarios de Internet mostraron una participación equitativa entre mujeres y hombres, fueron estimados 23,762,805 mujeres (49.9 por ciento) y 23,678,439 hombres (50.1 por ciento).

Con respecto a la escolaridad de los usuarios de computadora, la encuesta de INEGI ofrece la siguiente información:

Tabla 3. Escolaridad de los usuarios de Internet

EDAD	2014	PORCENTAJE (%)
Primaria	9,303,888	20.2
Secundaria	11,262,190	24.5
Preparatoria	13,170,238	28.6
Licenciatura	10,585,970	23
Posgrado	958,929	2.1
Otro/No especificado	765,235	1.7
Total	47,441,244	100

Fuente: INEGI

Vale la pena destacar que en posgrado, la encuesta de INEGI reporta mayor número de usuarios de Internet (958,929) que de computadora (755,441).

En cuanto a los lugares de acceso, el hogar sigue siendo el principal punto de conexión a Internet (26,968,578 usuarios). Los lugares más reportados fuera del hogar (20,472,666) fueron sitios públicos (35 por ciento), y el trabajo (22.1 por ciento). La frecuencia de uso de los usuarios de Internet en México es la siguiente:

Tabla 4. Frecuencia de uso

EDAD	2014	PORCENTAJE (%)
Diario	21,831,357	46
Semanalmente	21,361,154	45
Mensualmente	3,674,172	7.7
Semestralmente	430,654	0.9
Anualmente	117,556	0.2
Otro periodo	DN	NA
No especificado	26,351	0.1
Total	47,441,244	100

Fuente: INEGI

Sobre las actividades que realizan los cibernautas mexicanos en la red, predominaron quienes emplearon Internet para obtener información general (67.4 por ciento), acceder a redes sociales (39.6 por ciento), actividades de comunicación como mensajería, recibir o enviar correos electrónicos (38 por ciento), y actividades de educación y capacitación (36.7 por ciento).

Tabla 5. Principales actividades realizadas en Internet

ACTIVIDAD	TOTAL DE USUARIOS DE INTERNET	PORCENTAJE (%)
Para obtener información	31,972,711	67.4
Para acceder a redes sociales	18,796,019	39.6
Para comunicarse	18,265,615	38.5
Para apoyar la educación/capacitación	17,393,808	36.7
Para entretenimiento	17,198,224	36.3
Para operaciones bancarias en línea	693,955	1.5
Para interactuar con el gobierno	594,480	1.3
No especificado	24,646	0.1
Total	47,441,244	100

Fuente: INEGI

El desarrollo del comercio electrónico en México todavía es muy incipiente. Sólo 1,941,858 personas (5.5 por ciento de los usuarios de Internet) declaró haber realizado al menos una transacción electrónica (compra o pago por Internet) durante los doce meses previos a la entrevista.

Tabla 6. Frecuencia de compra. Usuarios de Internet que han realizado compras vía Internet

ACTIVIDAD	TOTAL DE USUARIOS DE INTERNET	PORCENTAJE (%)
Diario	40,931	2.1
Semanal	173,681	8.9
Mensual	623,720	32.1
Semestral	640,513	33.0
Anual	462,219	23.8
No especificado	794	-----
Total	1,941,858	100

Fuente: INEGI

Sobre el origen de los sitios en los cuales efectúan sus compras en Internet, 75.6 por ciento de las compras se realiza en sitios nacionales, 15.4 por ciento en sitios en el extranjero y 8.5 por ciento en ambos. En cuanto al tipo de productos o servicios comprados en línea, INEGI ofrece la siguiente información:

Tabla 7. Tipo de compras en Internet realizadas por los usuarios de Internet

TIPO DE PRODUCTO	TOTAL DE USUARIOS DE INTERNET	PORCENTAJE (%)
Bienes y servicios para la persona	836,844	43.1
Reservaciones y boletos	575,519	29.6
Libros	214,332	11.0
Música y videos	243,400	12.5
Aparatos electrónicos (TV, estéreos, cámaras, videocámaras, etcétera)	348,723	18
Computadoras y software (incluye periféricos y accesorios)	297,064	15.3
Bienes y servicios para el hogar	380,203	19.6
Alimentos y bebidas	348,723	3.9
Otros	ND	NA
Total	1,941,858	100

Fuente: INEGI

Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México (AMIPCI)

El primer estudio sobre penetración de Internet en México fue realizado en el año 2000 por la entonces Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI), hoy Asociación Mexicana de Internet, con el siguiente título: *Primer Estudio de Hábitos y Tendencias en Cibernautas Mexicanos*. El 17 de mayo de 2014[2] —catorce años después—, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) dio a conocer los resultados de su reciente estudio sobre hábitos de los usuarios de Internet en México: *Décimo estudio*

[2] Véase Fierro Villavicencio (2002).

sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México. De acuerdo con lo asentado en el referido estudio de la AMIPCI, el total de usuarios de Internet en México fue estimado en 51.2 millones, cifra que representa un incremento de 13 por ciento con respecto del total de usuarios de Internet en México estimados por AMIPCI en el estudio correspondiente a 2013. El tiempo diario de conexión a Internet fue establecido en 5 horas 36 minutos. El hogar fue reconocido como el principal punto de conexión (71 por ciento), seguido del trabajo (46 por ciento) y la escuela (34 por ciento). Sobre los principales dispositivos empleados para establecer acceso a Internet, es posible advertir grandes diferencias en la información que presentan AMIPCI e INEGI. Según AMIPCI, los principales dispositivos para establecer acceso a Internet fueron las computadoras personales o *laptops* (59 por ciento), computadoras de escritorio (57 por ciento), teléfonos inteligentes (49 por ciento), teléfonos móviles (27 por ciento), y tabletas (20 por ciento).

Con respecto a la penetración de las redes sociales, la AMIPCI estimó que 90 por ciento de los usuarios de Internet en México emplean las redes sociales. Las principales actividades en línea de los usuarios de Internet en México fueron enviar y recibir correos electrónicos (80 por ciento), y acceder a las redes sociales (77 por ciento). Sin embargo, en materia de ocio, la principal actividad es el uso de redes sociales (81 por ciento). Sobre las razones por las cuales los no usuarios de las redes sociales se mantienen al margen de éstas destacan:

Tabla 8. Principales razones por las cuales los usuarios de Internet en México rechazan el empleo de las redes sociales

RESPUESTA	PORCENTAJE (%)
No me interesa, no me divierte	32
Por protección de mis datos personales	28
Por miedo a engancharme	26
No tengo tiempo	15
No sé cómo funciona, me parece complicado	9
Cancelé las que usaba porque me aburrieron	8
Cancelé las que usaba porque me generaron problemas personales	6
Otras	8

Fuente: AMIPCI

En cuanto a la edad de los usuarios, las cifras que reporta AMIPCI no difieren mucho de las consignadas en la encuesta de INEGI.

Tabla 9. Edad de los usuarios de Internet

EDAD	PORCENTAJE (%)
6 a 12	12
13-18	24
19 a 24	21
25 a 34	18
35 a 44	13
45 a 54	8
Mayores de 54	4
Totales	100

Fuente: AMIPCI

Según AMIPCI, 45 por ciento de los usuarios de Internet son jóvenes que tienen entre 13 y 24 años de edad. Además, 8 de cada 10 niños de padres internautas usan Internet, principalmente en las escuelas, así como para actividades de entretenimiento.

Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas

El *World Internet Project* (WIP)[3] es una iniciativa de Jeffrey Cole, destacado académico e investigador estadounidense, Director del Centro para el Estudio del Futuro Digital de la *Annenberg School for Communication*, en la Universidad del Sur de California en Annenberg, Estados Unidos, institución educativa en la cual también participan dos destacados investigadores de las comunicaciones digitales: Henry Jenkins y Manuel Castells. En la iniciativa de Cole participamos más de 41 equipos de investigadores, ubicados en 39 países en los cinco continentes. Los investigadores que formamos parte de la red del World Internet Project, observamos la misma metodología y trabajamos con un instrumento de investigación común para facilitar el análisis

[3] Véase http://worldInternetproject.net.

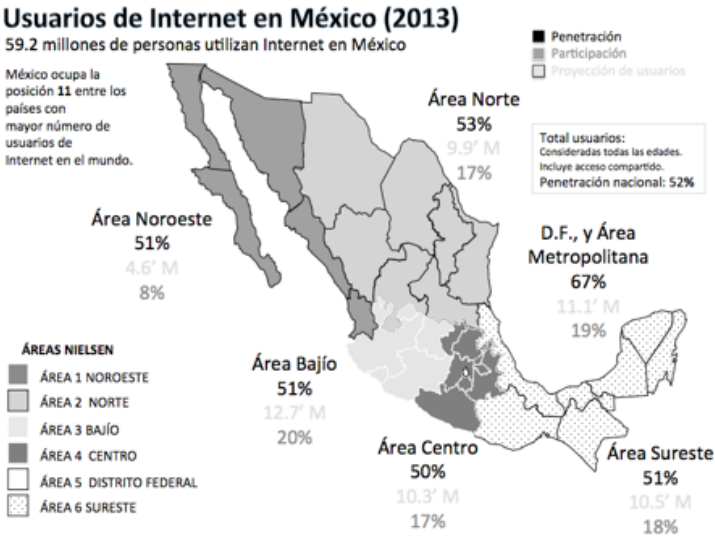
comparativo de los resultados obtenidos en las diferentes regiones. En México, desde 2009 el World Internet Project México, a cargo de Fernando Gutiérrez, directivo del Tecnológico de Monterrey, campus Santa Fe, realiza un estudio anual sobre hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas.

De acuerdo con los resultados que arrojó la reciente edición —*Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*—,4[2] fueron estimados 59.2 millones de usuarios de Internet en México.[3] La penetración de Internet en México fue establecida en 52 por ciento. El siguiente gráfico nos permitirá reconocer la participación y la penetración de Internet por regiones —a partir de las llamadas "áreas Nielsen"—, así como el total de usuarios de Internet por región:

[4] Véase http://www.wip.mx.

[5] Con respecto a la metodología empleada, los principales datos son: el estudio fue realizado en las 32 entidades federativas de la República Mexicana, específicamente en ciudades con más de 20 mil habitantes. El trabajo de campo fue desarrollado durante los meses de junio y julio de 2013, y el procesamiento de la información durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 2013. Fueron observados los lineamientos generales contenidos en el instrumento de investigación de los países participantes en el World Internet Project. El nivel socioeconómico de la población encuestada fue determinado mediante la aplicación del filtro AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación), llevando un control de la muestra por niveles de acuerdo con las proporciones en el universo. Todos los niveles socio-económicos del país fueron considerados, exceptuando el nivel "E" o marginado (7 por ciento). El público objetivo fueron hombres y mujeres, sin distinguir edades. Se realizaron un total de 2 mil entrevistas entre usuarios y no usuarios, para lo cual fueron realizadas 50,847 llamadas telefónicas, equivalentes a 134,700 minutos de tiempo aire. El error estándar del total de la muestra, considerando al universo a estudiar como infinito, con un intervalo de confianza de 95 por ciento, y dando a las probabilidades de que ocurriera o no el evento sus máximos valores (50 por ciento y 50 por ciento), fue de ± 2.21 por ciento.

Gráfíco1. Total de usuarios de Internet en México, 2013



Fuente: World Internet Project México[4]

Con respecto a las edades de los usuarios de Internet en México, el estudio realizado por el WIP-México arrojó la siguiente información:

Tabla 10. Edad de los usuarios de Internet en México

EDAD	TOTAL USUARIOS (EN MILLONES)	PARTICIPACIÓN (%)	PENETRACIÓN (%)
Menores de 3 años	0.9	2	10.4
4-11 años	8.1	14	45.3
12-18 años	14.3	24	85.4
19-25 años	10.5	13	78.5
26 a 32 años	8.9	18	72
33-39 años	6.3	15	56.8
40-46 años	3.8	6	40.6
47-53 años	3.1	5	39.1
54-70 años	2.4	4	21
Mayores de 70 años	0.4	1	7.1
Totales	59.2	100	100

Fuente: World Internet Project México

[6] Nota: Para el cálculo de las proyecciones fue tomada como referencia información publicada por el Consejo Nacional de Población (CONAPO), en abril de 2013, en la cual fueron estimados 118,396,054 habitantes en México.

En cuanto a la penetración de Internet y con base los niveles socioeconómicos determinados por la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión A.C.), el estudio del WIP-México ofreció los siguientes resultados:

Tabla 11. Nivel socioeconómico de los usuarios de Internet en México

NSE	TOTAL ESTIMADO (EN MILLONES)	PENETRACIÓN (%)	PARTICIPACIÓN (%)
AB/C+	17.4	73	27
C	12.2	60	19
D+	15.5	47	36
D	7.2	39	17

Fuente: World Internet Project México

Es importante destacar que, en años recientes, en el nivel socioeconómico D+ se ha observado el incremento porcentual más elevado en materia de participación. La siguiente tabla ofrece los resultados de la correlación de las variables edad y nivel socioeconómico:

Tabla 12. Penetración de Internet en México por nivel socioeconómico

EDAD	AB, C+	C	D+	D
Menores de 3 años	16%	14%	12%	1%
4-11 años	65%	44%	40%	38%
12-18 años	96%	94%	84%	75%
19-25 años	97%	85%	76%	63%
26 a 32 años	95%	83%	68%	55%
33-39 años	92%	74%	40%	43%
40-46 años	77%	46%	29%	27%
47-53 años	71%	52%	32%	14%
54-70 años	51%	27%	12%	9%
Mayores de 70 años	11%	19%	3%	1%

Fuente: World Internet Project México

Como podemos advertir en la tabla anterior, la mayor penetración de Internet en México por nivel socioeconómico se presenta entre jóvenes de 12 a 25 años de edad. Aún en los niveles socioeconómicos menos favorecidos (D+ y D), la penetración de Internet es muy superior al promedio nacional (52 por ciento).

En cuanto a las actividades que los cibernautas mexicanos realizan en Internet, destaca el uso de las redes sociales:

Tabla 13. Principales usos de Internet

ACTIVIDAD	PORCENTAJE (%)
Revisar e-mail	85
Usar mensajería instantánea	47
Chatear en foros	41
Trabajar en tu blog	43
Acceder a redes sociales	91
Hacer o recibir llamadas telefónicas en Internet	51

Fuente: World Internet Project México

En el reciente estudio de la AMIPCI se afirma que la principal actividad en Internet es revisar el correo electrónico. En cambio, en el estudio del WIP-México se indica que la principal actividad en Internet es el uso de redes sociales. Según WIP México, 91 por ciento de los usuarios de Internet en México emplean las redes sociales. Además, 45 por ciento de los internautas mexicanos siguen alguna marca a través de las redes sociales. En cuanto a las principales razones para seguir a una determinada marca a través de las redes sociales destacan:

Tabla 14. Principales razones para seguir a una marca a través de las redes sociales

RESPUESTA	PORCENTAJE (%)
Obtener descuentos y promociones	21
Información relevante	16
Ama la marca y desea seguirla	11
Tuits y comentarios entretenidos	10
Un solo anuncio lo llevó a seguirla	9
La red social lo recomienda	9
Tengo interés profesional en la marca	8

Fuente: World Internet Project México

El estudio del WIP México además establece el perfil del no usuario de Internet por edades y nivel socioeconómico. Veamos las siguientes tablas:

Tabla 15. Perfil de los no usuarios de Internet por edad

EDAD	PORCENTAJE (%)
12-18 años	7
19-25 años	10
26-32 años	13
33-39 años	16
40-46 años	16
47-53 años	14
54-70 años	25

Fuente: World Internet Project México

Tabla 16. Perfil de los no usuarios de Internet por nivel socioeconómico

NIVEL	PORCENTAJE (%)
B/C+	7
C	13
D+	50
D	32

Fuente: World Internet Project México

Estudio de consumo de medios entre internautas mexicanos (IAB/México)

En enero de 2014, la Interactive Advertising Bureau-México (IAB-México) dio a conocer los resultados de la sexta edición del *Estudio de consumo entre internautas mexicanos*. Para determinar el total de usuarios de Internet en México, la IAB-México recuperó la cifra proporcionada por el WIP-México en el referido estudio (59.2 millones).

El estudio de la IAB-México presentó la siguiente información relativa al tipo de dispositivos que los internautas mexicanos emplean para conectarse a Internet:

Tabla 17. Dispositivos que los internautas mexicanos emplean para conectarse a Internet

DISPOSITIVO	PORCENTAJE (%)
Computadora personal	63
Computadora de escritorio	44
Teléfono inteligente	41
Teléfono celular	29
Tableta	20
Consola fija de videojuegos	13
Reproductor MP3	10
TV con conexión a Internet	10
Consola portátil de videojuegos	7

Fuente: IAB-México

El número y porcentaje de usuarios de Internet que se conectan a través de dispositivos móviles ha observado un sostenido incremento en años recientes. En el estudio correspondiente a 2014, el porcentaje fue estimado en 65 por ciento. Además, es posible advertir un sostenido incremento en el porcentaje de usuarios que establecen conexión a Internet a través de televisores inteligentes (smart TV).

En cuanto a la penetración de los teléfonos móviles según los distintos niveles socioeconómicos, el estudio arrojó los siguientes resultados: ABC+ (55 por ciento), C (53 por ciento), D, C- (34 por ciento). Por lo que respecta a tabletas, estos fueron los resultados: ABC+ (34 por ciento), C (25 por ciento), D, C- (13 por ciento). La penetración de las televisiones con conexión a Internet fue estimada en 18 por ciento en los niveles ABC+.

En el estudio de la IAB-México se afirma que 88 por ciento de los internautas mexicanos descargan programas, aplicaciones o *software* en línea, y el porcentaje de jóvenes de 13 a 18 años que lo hace es 26 por ciento, y también 26 por ciento entre jóvenes de 19 a 25 años. Los jóvenes entre 13 y 25 años descargan más programas, aplicaciones y software en línea que demás usuarios de Internet en México de otras edades.

El estudio de la IAB-México, como el estudio del WIP México, coinciden en considerar a las redes sociales como la principal actividad de los internautas mexicanos en Internet. De acuerdo con los resultados que arrojó el estudio de la IAB-México. Las redes sociales fueron los sitios más visitados en 2013, superando a los buscadores y a los servicios de correo electrónico. Además de las redes sociales, los sitios que ofrecen videos en línea son los más visitados por los jóvenes (41 por ciento 13-18 años, y 38 por ciento 19-25 años). En cambio, los sitios de gobierno son los menos visitados por los jóvenes (4 por ciento 13-18 años, y 8 por ciento 19-25 años). En cuanto al correo electrónico, esta es la penetración por edad:

Tabla 18. Penetración del correo electrónico por edad

EDAD	PORCENTAJE (%)
12-18	54
19-25	61
26-32	57
36-39	67
40-46	70
47-53	76
54-70	69

Fuente: IAB-México

El tiempo diario promedio dedicado a Internet fue estimado en el estudio de la IAB-México en 4 horas 5 minutos. Debemos tener presente que AMIPCI estima el promedio diario de conexión a Internet en 5 horas 36 minutos.

La IAB-México introdujo una interesante clasificación en términos de intensidad en el uso de Internet, distinguiendo entre usuarios "heavy", "medium" y "light". En cuanto al nivel socioeconómico de los usuarios de Internet, por frecuencia de uso, el estudio de la IAB-México arrojó los siguientes resultados:

Tabla 19. Intensidad de los usuarios de Internet por nivel socioeconómico

INTENSIDAD DEL USUARIO	NSE AB/C+	C	D+C	D/E
Light	17%	18%	38%	27%
Medium	30%	19%	37%	14%
Heavy	32%	23%	32%	13%

Fuente: IAB-México

Además, recupera esta variable para analizar la posible relación entre intensidad de uso y edad:

Tabla 20. Intensidad de los usuarios de Internet por nivel socioeconómico

INTENSIDAD DEL USUARIO	12-18	19-25	26-32	33-39	40-46	47-53	54-70
LIGHT	23%	25%	17%	17%	9%	6%	3%
MEDIUM	30%	22%	19%	12%	8%	5%	4%
HEAVY	21%	27%	23%	14%	6%	5%	4%

Fuente: IAB-México

Los internautas cuyas edades se inscriben en el rango de 19 a 25 años y que pertenecen a los niveles socioeconómicos ABC+ son quienes destinan mayor cantidad de tiempo a Internet.

Nueve de cada 10 internautas mexicanos están en redes sociales, y la red social más popular en México es Facebook (96 por ciento del total de usuarios de redes sociales), Twitter (56 por ciento), Google+ (54 por ciento), Hi5 (25 por ciento), Myspace (20 por ciento), Metroflog (15 por ciento), Sonico (15 por ciento), LinkedIn (13 por ciento), Blogger (12 por ciento), Pinterest (7 por ciento). El usuario de redes sociales en México emplea un promedio de 3.36 redes sociales.

En 2013 las redes sociales fueron la aplicación más descargada por los usuarios de Internet en México (87 por ciento del total de menciones); en segundo lugar, los correos electrónicos (82 por ciento). En cuanto al tipo de páginas que consultan los internautas para obtener información, las redes sociales fueron ubicadas en la segunda posición (62 por ciento del total de menciones). El primer lugar correspondió a buscadores (74 por ciento).

En promedio los internautas mexicanos realizan 5.82 actividades a través de las redes sociales. Los usuarios "activos" realizan las siguientes actividades: enviar mensajes instantáneos (76 por ciento), publicar mensajes personales (61 por ciento) subir fotos (53 por ciento), actualizar estado (43 por ciento), buscar personas (39 por ciento), publicar comentarios (34 por ciento), participar en los juegos que ofrecen las redes sociales (21 por ciento), recomendar

y/o calificar lugares y/0 servicios (13 por ciento), hacer *check in* en lugares visitados (12 por ciento). En cambio, los usuarios "pasivos" afirmaron realizar las siguientes actividades: ver fotografías (71 por ciento), ver las últimas noticias de sus contactos (56 por ciento), leer los mensajes o comentarios de las personas que siguen (34 por ciento), recibir información sobre alguna *fanpage* o perfil de marca (30 por ciento).

Del total de internautas que emplean redes sociales, 53 por ciento afirmó ser amigo o seguidor de alguna marca a través de las redes sociales. Los internautas mexicanos en promedio siguen 3.88 redes sociales. Nuestra siguiente tabla destaca las razones por las cuales los internautas siguen a determinadas marcas en las redes sociales:

Tabla 21. Principales razones para seguir marcas a través de redes sociales

RESPUESTA	PORCENTAJE (%)
Me mantiene actualizado de las novedades de la marca	80
Me entero de promociones especiales, descuentos, productos gratis, regalos, etcétera, protección de mis datos personales	55
Contiene información relevante (videos, fotos, etcétera)	47
Veo, conozco opiniones de otros usuarios	42
Me puedo comunicar con la marca (preguntas, quejas, mi opinión, etcétera)	32

Fuente: IAB México

Del porcentaje de internautas que afirmaron comunicarse con la marca a través de las redes sociales (32 por ciento), los principales comentarios fueron: compartí información anunciada sobre alguna marca/producto/servicio (34 por ciento), participé en alguna promoción de marca (26 por ciento), he recomendado alguna marca/producto/servicio (26 por ciento), he felicitado a alguna marca/producto/servicio (17 por ciento), me quejé de alguna marca/producto/servicio (14 por ciento), y hablé mal de la marca/producto/servicio (12 por ciento).

A las personas que expresaron haberse quejado de alguna marca/producto/servicio se preguntó si su queja fue atendida. La respuesta fue: No (31 por ciento), No, ignoraron mi queja (28 por ciento), Sí y me ofrecieron una solución (18 por ciento), Sí (11 por ciento), No y borraron mi queja (9 por ciento), Sí y ofrecieron una disculpa (2 por ciento). Por supuesto, la atención de las quejas e inconformidades interpuestas a través de las redes sociales, representan una estupenda área de oportunidad para las marcas. Debemos tener presente que los internautas no solo están expuestos a la positiva publicidad que de sí misma realizan las marcas a través de las redes sociales. También están expuestos a los comentarios y críticas que otros usuarios de las redes sociales realizan sobre sus experiencias con determinadas marcas.

Estudios sobre *marketing* digital y redes sociales en México

A finales de 2013 la AMIPCI dio a conocer los resultados del estudio *MKTdigital y redes sociales en México 2013,* que fue el segundo estudio que realizó la AMIPCI sobre *marketing* y redes sociales. En cuanto a los datos relativos al uso de las redes sociales por internautas mexicanos, tema abordado en la segunda parte del estudio, la AMIPCI ofreció la siguiente información: 9 de cada 10 internautas en México son usuarios de redes sociales; 5 por ciento de los internautas tienen un año o menos accediendo a alguna red social; hasta 2 años, 11 por ciento; hasta 3 años, 22 por ciento; hasta 5 años, 11 por ciento; más de 5 años, 34 por ciento. En cuanto al uso de las principales redes sociales, éstos fueron los resultados obtenidos:

Facebook. Del total de internautas en México que acceden a redes sociales, 96 por ciento están inscritos a Facebook; además 93 por ciento acceden diariamente a esa red y 56 por ciento lo hacen a través de un teléfono inteligente o *smarthphone*. En cuanto al género de los usuarios, 55 por ciento de los usuarios de Facebook en México son mujeres y 45 por ciento hombres.

Twitter. Del total de internautas que acceden a redes sociales, 69 por ciento están inscritos a Twitter; 66 por ciento acceden diariamente

a esa red y 55 por ciento lo hacen a través de un teléfono inteligente. Además, 56 por ciento de los usuarios de Twitter en México son mujeres y 44 por ciento son hombres.

YouTube. Del total de internautas que acceden a redes sociales, 65 por ciento están inscritos a YouTube —la AMIPCI la considera red social—; 66 por ciento acceden diariamente a esa red y 44 por ciento lo hacen a través de un teléfono inteligente. En cuanto al género de los usuarios de YouTube en México, 55 por ciento son mujeres y 45 por ciento hombres.

Google+. Del total de internautas que acceden a redes sociales, 57 por ciento están inscritos a Google+; 56 por ciento acceden diariamente a esa red y 33 por ciento lo hace a través de un teléfono inteligente. Además 52 por ciento de los usuarios de Google+ en México son mujeres y 48 por ciento son hombres.

LinkedIn. Del total de internautas que acceden a redes sociales, 38 por ciento están inscritos a LinkedIn; 27 por ciento acceden diariamente a esa red y 31 por ciento lo hace a través de un teléfono inteligente. Además, 52 por ciento de los usuarios de LinkedIn en México son mujeres y 48 por ciento son hombres.

La siguiente tabla concentra la información relativa a las edades de los usuarios de las redes sociales en México. Vale la pena destacar que el referido estudio no ofrece información sobre los usos y la penetración de las redes sociales en menores de 18 años de edad:

Tabla 22. Edad de los usuarios de las principales redes sociales

EDAD	RED SOCIAL				
	Facebook	Twitter	YouTube	Google+	LinkedIn
18 a 24	39%	48%	48%	44%	26%
25 a 34	26%	26%	25%	24%	31%
35 a 44	16%	14%	12%	15%	21%
45 a 54	13%	8%	11%	11%	15%
Mayores de 54	6%	4%	4%	6%	7%
Totales	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: AMIPCI

Como podemos advertir en la tabla anterior, los principales usuarios de las redes sociales son mujeres; por lo que respecta a edad, jóvenes cuyas edades se encuentran comprendidas en el rango de 18 a 24 años. La excepción la establece LinkedIn, red social en la cual el porcentaje más grande de usuarios se ubica entre los 25 y 34 años (31 por ciento). Las redes sociales predilectas de jóvenes entre 18 y 24 años son Twitter y YouTube (48 por ciento); y la menor participación en las principales redes sociales se presenta en LinkedIn (26 por ciento).

A finales de 2014, AMIPCI dio a conocer los resultados del *Estudio de Marketing Digital y Social Media 2014*. En esta ocasión, la empresa Mente Digital participó en el estudio, el cual presenta delicadas deficiencias metodológicas. De la población que fue encuestada en línea —no se indica el total—, 53.5 por ciento fueron hombres y 46.5 por ciento mujeres. Por supuesto la población que fue encuestada de ninguna manera admite ser considerada como representativa de la población usuaria de Internet y de las redes sociales, sencillamente fue la población que respondió a la encuesta en línea. Con respecto a las edades, 0.03 por ciento tenían entre 12 y 17 años, 14.8 por ciento entre 18 y 24 años, 45 por ciento entre 25 y 34 años, 27.9 entre 35 y 44 años, 8.4 por ciento entre 45 y 54, 3.7 más de 55.

Las principales actividades en Internet de esa población encuestada fueron: *1)* redes sociales, *2)* correo electrónico, *3)* navegación en sitios corporativo, *4)* consultar noticias, *5)* mensajería instantánea, *6)* uso de APPs en teléfonos inteligentes, y *7)* escuchar música en línea.

Como los dispositivos más empleados para conectarse a Internet mencionaron: *1)* teléfonos inteligentes, *2)* computadoras portátiles, *3)* tabletas, *4)* computadoras de escritorio, *5)* televisores inteligentes, y *6)* relojes inteligentes.

Del total de encuestados, 99.3 por ciento afirmaron estar inscritos en alguna red social. Además, 95.6 por ciento afirmaron utilizar teléfonos inteligentes para tener acceso a Internet. En cuanto a los años como usuarios de las redes sociales, 48.1 por ciento afirmó ser usuario de las redes sociales desde hace 6 años, y 0.3 por ciento menos de un año.

Con respecto a las redes sociales en las cuales están inscritos, 98.3 por ciento afirmó usar Fecebook, 92 por ciento Twitter, 80.3 por ciento YouTube, 71.6 Google Plus, 70.9 por ciento LinkedIn, 62.6 por ciento Instagram, 45 por ciento Foursquare, 38.1 por ciento Pinterest, 32.9 por ciento Waze, 26.3 por ciento Vine, 24.9 por ciento Flickr, 21.5 por ciento Hi5, 19 por ciento Vimeo, 9 por ciento Tinder, 5.9 Path, 4 por ciento Secret, 3.8 Get glue, 3.1 por ciento Keek, 1.4 por ciento So.cl, 1.4 por ciento Tumblr, y 1.1 por ciento Quora. Las redes más utilizadas a través de teléfonos celulares con acceso a Internet fueron Facebook 95.7 por ciento, Twitter 83.9 por ciento, YouTube 65.2 por ciento, Instagram 56.3, LinkedIn 40.5 por ciento. De las 9 horas que pasan los usuarios en Internet —de acuerdo con la mencionada encuesta, los usuarios de Internet dedican 9 horas diarias a Internet—, 6 horas dedican a las redes sociales. Las redes sociales favoritas de la población encuestada fueron: Facebook (84.9 por ciento), Twitter (69.8 por ciento), YouTube (41.2 por ciento), Instagram (34.7 por ciento), Pinterest (15.5 por ciento).

Conclusiones

A pesar de que casi la mitad de los usuarios de Internet son jóvenes entre 12 y 24 años de edad, y si consideramos a la totalidad de menores de 25 años, definitivamente son mayoría, la información que ofrecen los principales estudios relativos a la penetración de Internet en México es sumamente limitada.

Es imposible definir políticas públicas para elevar la calidad del uso de Internet en jóvenes si no se dispone de la información pertinente. Asumimos que los jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales. Sin embargo, resulta indispensable realizar un estudio efectivamente nacional que permita profundizar en los usos y las apropiaciones de Internet y redes sociales en jóvenes mexicanos.

Referencias

AMAI (s/f), http://www.amai.org/.

AMIPCI (2013), *MKTdigital y redes sociales en México 2013* [http://www.amipci.org.mx].

AMIPCI (2014), *MKTdigital y redes sociales en México 2014* [http://www.amipci.org.mx].

AMIPCI (s/f), *Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México* [http://www.amipci.org.mx]

Castells, M. (2012), *Redes de indignación y esperanza*, Madrid, Alianza.

COMSCORE (s/f), www.comscore.com/lat.

Chomsky, N. (2012), *Ocupar Wall Street. Indignados en el epicentro del capitalismo mundial*, Barcelona, Tendencias.

Fierro Villavicencio, D. (2002), "Investigación sobre los hábitos de los cibernautas en México", en O. Islas, *et al*. (comps.), *Com.probado. Experiencia de empresas exitosas de Internet en México*, México, Grupo Patria Cultural.

IAB México (s/f), *Estudio de consumo entre internautas mexicanos* [www.iabmexico.com].

INEGI (2013), *Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH)* [www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=19007].

INEGI (2014), *Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH)* [www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=19007].

WIP México (2013), *Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas* [http://ww.wip.mx].

15

Twitter en números: motivaciones, hábitos y perfiles

Elías Aguilar García

La reputación de Twitter en México tiene tantos niveles y matices como usuarios: unos creen que es el talón de Aquiles de los políticos; otros, la tribuna de los activistas; algunos más, el pivote de las crisis de imagen de las figuras públicas o el enemigo de la privacidad, el megáfono de lo oculto... Y termina por responder al refrán de los abuelos: "cada quien habla de la feria, según le va en los caballitos".

De todas las posturas, ¿cuál o cuáles explican mejor lo que representa, para sus usuarios, la red social que estos días vive la infancia de su desarrollo en este país? A esta pregunta decidí responder por la vía a la que he dedicado mi vida profesional: haciéndosela directamente a los twitteros.

Así que me tracé el objetivo de responder algunas interrogantes principales: ¿quiénes usan Twitter?, ¿por qué y para qué lo hacen?, ¿qué les significa? Y enfoqué, e hice zoom-in sobre el sector que se asume como usuario habitual en una zona de la que el consumo me interesa por su proximidad: el estado de Puebla.

Tres autores —Roberto Igarza, Henry Jenkins y Gilles Lipovetsky— analizan el fenómeno del consumo. Los primeros dos se enfocan en las redes sociales en comparación y contrastación con el consumo de medios de comunicación tradicionales, la fórmula que genera el éxito de aquéllas y el significado y la importancia que tienen para sus usuarios; el tercero, en tanto, analiza el fenómeno de compra de productos y marcas, que hoy aplica para el caso de los *smartphones*.

En los próximos apartados se reportan los resultados de la investigación realizada entre usuarios de redes sociales en el estado de Puebla y se transversalizan con las ideas de Igarza, Jenkins y Lipovetsky en busca de explicaciones, convergencias, divergencias y argumentaciones. Todo ello, con el fin de extraer datos duros y opiniones de primera mano que permitan conocer no a los tweetstars aplaudidos o abucheados por miles o millones de fans, sino a los usuarios "de a pie", de diario, que acuden a citas continuas frente a las pantallas negras de los aparatos que les caben en la palma de la mano.

Cambio de hábitos

Nunca como hoy el impacto de la Internet en los hábitos de consumo mediático está marcando cambios estructurales en los medios tradicionales. La clave del cambio está relacionada con la convergencia tecnológica que ha permitido que a través de un solo dispositivo se cuente con acceso ilimitado a la web sin importar el lugar donde se encuentre el usuario.

El acceso a Internet en México ha venido creciendo en la última década de manera sostenida, pero lenta. Prueba de ello es la gran limitación que representa el acceso a Internet desde una conexión local: en un universo de más de 31 millones de viviendas del país sólo 34.4 por ciento contaba con acceso a Internet en 2015, de acuerdo con las cifras oficiales (INEGI, 2015).

El uso reciente de los teléfonos inteligentes o *smartphones* y su rápida expansión ha significado un cambio determinante en el ritmo de penetración de Internet entre los mexicanos. De acuerdo a la

consultora *The Competitive Intelligence Unit (CIU),* en nuestro país en 2015 había más de 62 millones de teléfonos inteligentes en uso y representaban el 70 por ciento de las líneas de teléfono móvil que se habían vendido. Para el segundo trimestre de 2016, la misma consultora estimó que el número de teléfonos inteligentes creció un 31 por ciento respecto al mismo periodo de 2015, elevando a 82 millones el número de dispositivos inteligentes en uso.

Por lo tanto, los *smartphones* permiten el aumento de usuarios de Internet, independientemente de la posibilidad de acceso a Internet a través de una conexión local en sus viviendas. Según la Asociación Mexicana de Internet (2016), el 77 por ciento de las conexiones de Internet en la actualidad en el país se hace a través de un *smartphone*.

La penetración reciente de los celulares inteligentes también ha afectado el sistema tradicional de medios. De acuerdo con el analista Rubén Vázquez (2015), la crisis financiera que en 2015 atravesaron las dos grandes cadenas televisivas en México, Televisa y TV Azteca, acompañada también de una caída en sus índices de audiencia, está relacionada con cambios en los hábitos de consumo mediático en los espectadores más jóvenes, que nacieron en un mundo ya digitalizado —los *millennials*—, buscan nuevas opciones para consumir medios, apagan la televisión y en su lugar encienden la segunda pantalla, por lo general su dispositivo móvil.

En este contexto de cambio de hábitos de consumo mediático, el presente trabajo tiene como objetivo describir las características del consumo de Twitter en el estado de Puebla. El análisis se hace a partir de tres encuestas realizadas en el estado de Puebla: *a)* una encuesta entre 400 jóvenes (15 a 20 años) consumidores de redes sociales de la ciudad de Puebla, realizada en espacios públicos, parques, escuelas, cafeterías, con el fin de entrevistar a este público que muchas veces se diluye cuando se realizan muestreo aleatorios en viviendas, el trabajo de campo se ejecutó en octubre de 2015; *b)* una encuesta estatal en vivienda con 1,600 entrevistas con electores del estado de Puebla, realizada en marzo de 2016; y *c)* una encuesta entre 40 twitteros de la ciudad de Puebla con la técnica de análisis de redes semánticas, levantada en el mes de agosto de 2016.

Penetración en twitter

Tabla 1. Veces al día que consultan redes sociales en el estado de Puebla

Facebook		Zona Metropolitana (569 casos)	Resto del estado (1,031 casos)	Total (1,600 casos)
1	Cero	50.0	**69.2**	62.4
2	Una ó maś veces	**50.0**	30.8	**37.6**
	Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**
Cuenta de correo		Zona Metropolitana (569 casos)	Resto del estado (1,031 casos)	Total (1,600 casos)
1	Cero	66.4	**79.1**	74.7
2	Una ó maś veces	**33.6**	20.9	**25.3**
	Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**
Prensa digital		Zona Metropolitana (569 casos)	Resto del estado (1,031 casos)	Total (1,600 casos)
1	Cero	83.0	**88.3**	86.3
2	Una ó maś veces	**17.0**	11.7	**13.7**
	Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**
Twitter		Zona Metropolitana (569 casos)	Resto del estado (1,031 casos)	Total (1,600 casos)
1	Cero	80.7	**93.1**	88.8
2	Una ó maś veces	**19.3**	6.9	**11.2**
	Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**

La red social con mayor consumo es Facebook: un 38 por ciento de los poblanos la consulta al menos una vez al día. En el caso de Twitter, un 11 por ciento consulta Twitter al menos una vez al día.Si se considera que la Encuesta Intercensal del INEGI del 2015 reportó 4 millones 350 mil 813 habitantes con edades de 15 años o más en

el estado de Puebla, entonces se puede estimar que hay 487 mil 291 usuarios de Twitter en la entidad, concentrándose gran parte de ellos en la Zona Metropolitana de la ciudad de Puebla (19 por ciento), capital del estado.

Esta popularidad de Facebook sobre Twitter la explica Igarza (2010) cuando precisa tres razones que esclarecen el éxito de las redes sociales. En primer lugar, dice, los contenidos mediáticos y paramediáticos de familiares y próximos, tanto como de personas ajenas, distantes espacial y temporalmente, junto a fotos e imágenes audiovisuales, integran un conjunto cuya disposición es especialmente adictiva.

Así, los usuarios de las redes se comporten con esquemas adictivos, que resultan de una ansiedad provocada por una espiral de exposiciones colectivas y una pérdida de privacidad generalizada. Esto lo ha facilitado mucho más rápidamente Facebook que Twitter, dado que la primera red social incorporó antes en su programación las adecuaciones para que los usuarios puedan compartir imágenes fijas y móviles en álbumes, bajo etiquetas que mejoran la experiencia de localización, con automatizaciones para hacer conjuntos de imágenes conmemorativas de aniversarios o fechas especiales a partir de los datos que los consumidores ceden, igual que los materiales gráficos cuyos derechos también entregan en forma automática a esa red social.

En segundo término, menciona la fidelización. Se refiere a la capacidad de las redes en conseguir que sus usuarios ingresen más frecuentemente, sin distingo de contextos o tiempo, en el trabajo, el aula, el cine, desde la casa, la computadora o en el teléfono celular.

La fidelización se obtiene a través de un proceso complejo, que explica como un sistema conformado de un vector de placer y un vector informativo, así como de múltiples oportunidades para el usuario de manifestarse solidario, militante y movilizado sin tener por ello que comprometerse de verdad con una causa o acción en la vida real.

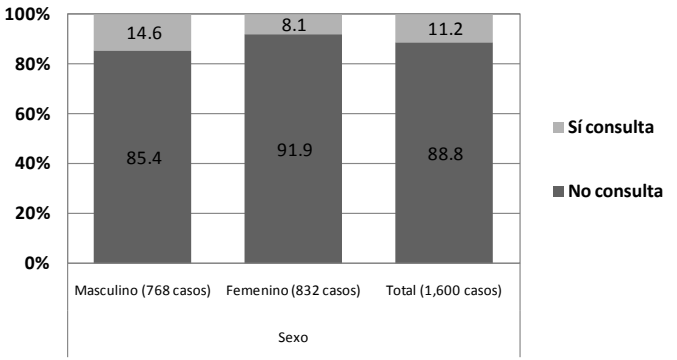
Y en tercer lugar menciona la pertinencia de la publicidad. El usuario de redes sociales está dispuesto a recibir publicidad —si se quiere como información— como contraprestación de lo que recibe en fruición e información. La publicidad se acepta mejor como información cuanto más personalizada y contextualizada resulta.

Esta característica está presente de forma muy clara en Facebook, que a través de los grupos y la segmentación por intereses puede hacer llegar publicidad claramente contextualizada y dirigida al público meta. Aunque ahora Twitter también tiene esquemas fáciles de compra de publicidad, los incorporó después que la red social más popular.

Perfil de twitteros

Los twitteros son principalmente hombres (15 por ciento), la frecuencia de consulta de esta red social es menor entre las mujeres (8 por ciento). La prueba Chi Cuadrada indica que es más significativo el consumo de Twitter de los hombres en comparación al de las mujeres,[1]

Gráfica 1: Consumo de twitter por sexo

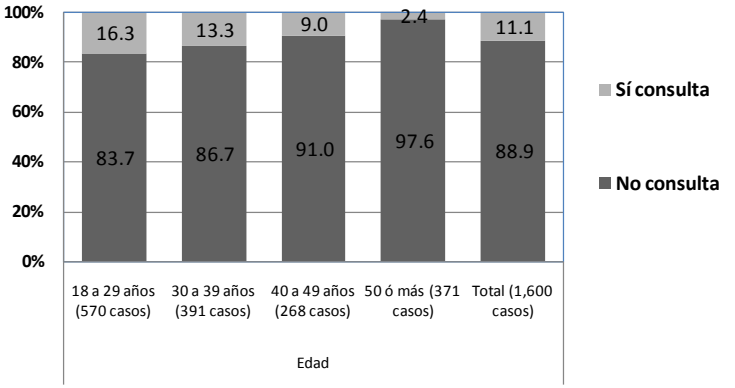


Se registra una relación inversa entre edad y el grado de consumo de esta red social. Un 16 por ciento de la población de 18 a 29 años consulta Twitter, un 13 por ciento de la población de 30 a 39 años, un 9 por ciento entre las edades de 40 a 49 años, y sólo un 2 por ciento entre la población de 50 o más años de edad. A pesar de esta relación

[1] La prueba Chi-Cuadrada de Pearson indica un nivel de significancia del 100 por ciento en la diferencia de consumo entre hombres y mujeres.

inversa, la correlación negativa entre consulta de Twitter y edad es débil.[2]

Gráfica 2: Consumo de twitter por edad

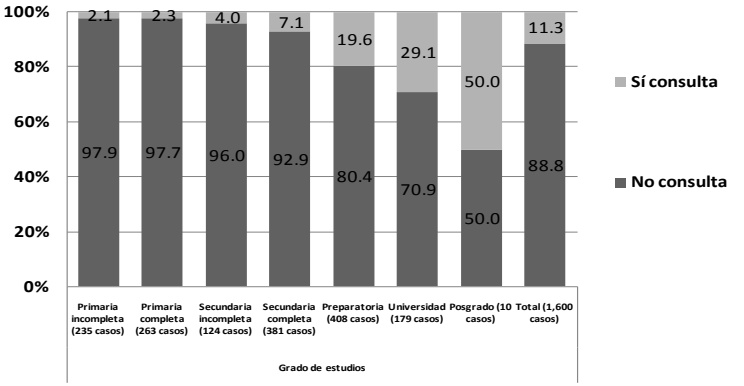


El grado de estudios de la población y el consumo de Twitter indica una relación positiva, a mayor grado de estudios mayor es el consumo de esa red social. Para ilustrar lo anterior se tiene que sólo un 2 por ciento de la población con primaria incompleta consulta esta red social, el consumo crece a 4 por ciento entre la población con secundaria incompleta, aumenta a 20 por ciento entre la población con preparatoria y reporta sus más altos porcentajes entre la población con licenciatura y posgrado, con 29 y 50 por ciento respectivamente.[3]

[2] La prueba R de Pearson señala un coeficiente de correlación negativa de -0.129 entre edad de la población y consumo de Twitter, débil correlación, aunque significativa a un nivel de confianza del 99 por ciento.

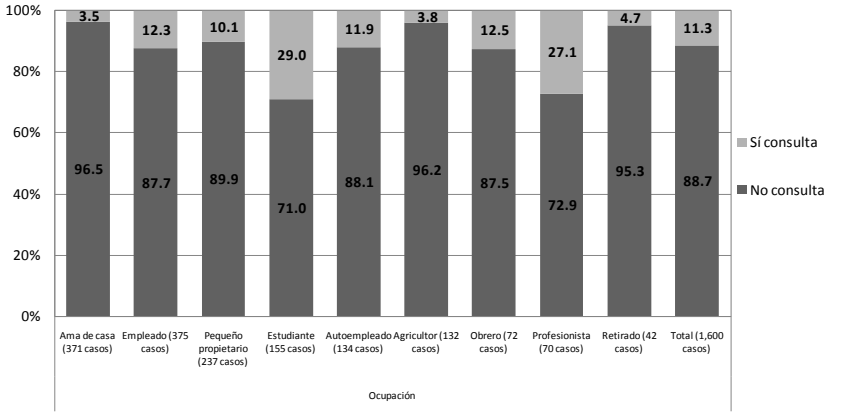
[3] La prueba R de Pearson señala un coeficiente de correlación positiva de 0.200, débil correlación, aunque significativa a un nivel de confianza del 99 por ciento.

Gráfica 3: Consumo de twitter por grado de estudios.



Considerando la ocupación de la población, el consumo de Twitter sobresale entre los estudiantes con 29 por ciento y profesionistas con 27 por ciento.

Gráfica 4: Consumo de twitter por ocupación



En este punto también es pertinente el pensamiento de Igarza. Afirma que los contenidos textuales tienen menos éxito en este proceso de adicción al consumo de las redes sociales. Y ello es notable en la población de usuarios de Twitter, evidentemente menor que la de Facebook. Cabe subrayar que el formato de la primera red social, que obliga a sintetizar mensajes textuales a 140 caracteres, es una exigencia que tiene que ver con el nivel de preparación de los usuarios.

El promedio de focos en las viviendas de la población usuaria de Twitter es de 9.2, mientras que en las viviendas de los no usuarios el promedio se reduce a 5.8. Si se toma en cuenta que el número de focos en la vivienda es indicativo del nivel socioeconómico de quienes habitan en ella, se puede afirmar que el consumo de Twitter se da principalmente entre los poblanos con mayor nivel socioeconómico.[4]

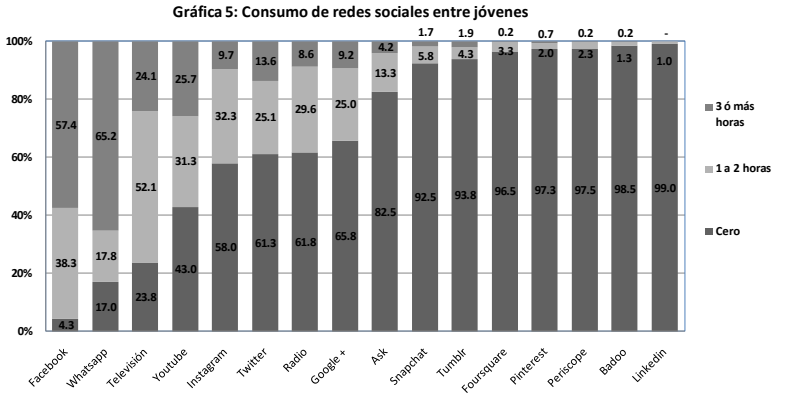
Tabla 2. Consumo de twitter por focos en la vivienda

		Número de focos en la vivienda
1	No consulta	5.8
2	Sí consulta	**9.2**
	Total	**6.1**

Los jóvenes y las redes sociales

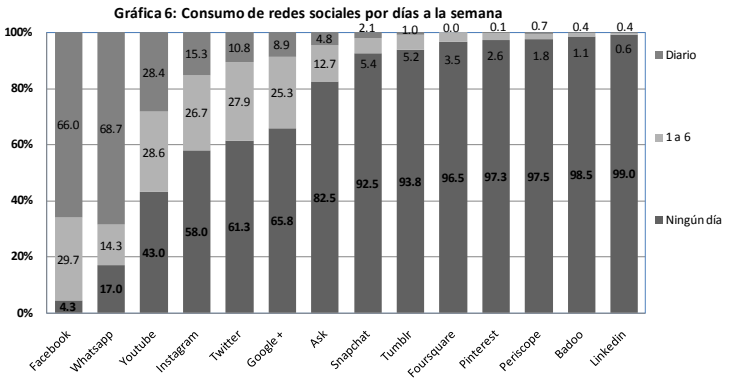
Las redes sociales más consumidas por los jóvenes (15 a 20 años de edad) de la ciudad de Puebla son Facebook (96 por ciento la consume al menos una hora al día), WhatsApp (83 por ciento), Instagram (58 por ciento), YouTube (43 por ciento), y Twitter (39 por ciento), entre otras.

[4] La prueba U de Mann-Witney indica que el promedio de 9.2 focos en las viviendas de quienes consultan Twitter es significativa con un nivel de significancia del 100 por ciento.



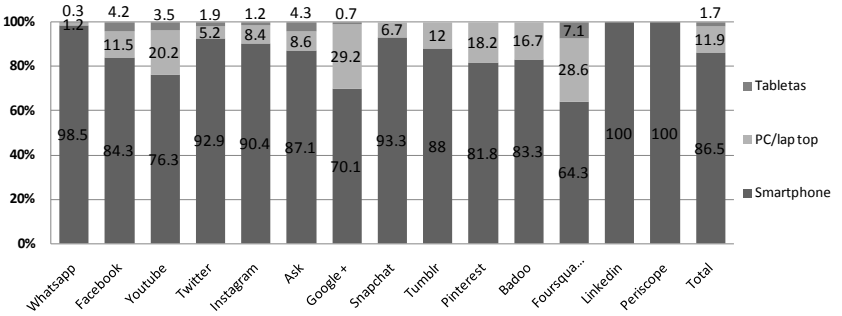
Es importante destacar que los medios tradicionales como la televisión y la radio son superados por las redes sociales. El consumo de televisión se ubica en tercer lugar, y el consumo de radio en sexto, incluso superado por Twitter, que se ubica en quinto lugar.

Por días de la semana en que se consumen las redes sociales, Facebook se ubica en primer lugar: 96 por ciento de los jóvenes (30 por ciento entre 1 y 6 días y la consultan al menos un día a la semana. En segundo lugar, está Whatsapp con 83 por ciento; en tercer lugar, YouTube con 57 por ciento; en cuarto lugar, Instagram con 42 por ciento y, en quinto lugar, Twitter con el 39 por ciento.



El consumo de redes sociales entre los jóvenes está relacionado con la disponibilidad de los teléfonos móviles con conexión a Internet. En promedio, el 87 por ciento de los jóvenes consultan las redes sociales a través de los dispositivos inteligentes; 12 por ciento por medio de laptops y computadoras y un 2 por ciento usando tablets.

Gráfica 7: Consumo de redes sociales entre jóvenes por dispositivo



En el caso de Twitter, un 93 por ciento lo consulta a través de sus dispositivos móviles; 5 por ciento en su laptop o computadora y 2 por ciento por sus tabletas.

Esta prevalencia de dispositivos móviles, de costos claramente más elevados que los teléfonos celulares que carecen de conexión a Internet o con enlace ineficiente concuerda con lo que Lipovetsky (2013) ha señalado como una nueva lógica de personalización: el consumo masivo ocurre porque el usuario focaliza el significado de ser auténtico, la experiencia que tiene al consumir y utilizar el producto que compra y, finalmente, el culto a sí mismo.

Tal argumento requiere una contextualización de la visión de este autor. Y en los próximos párrafos se expondrá en forma sintetizada la evolución que propone de la acción de consumir.

Lipovetsky asegura que la sociedad del consumo se ha desarrollado en tres etapas:

1) Producción y mercadotecnia de masas, que va desde finales del siglo XIX hasta la Segunda Guerra Mundial, cuando se

conforman los mercados nacionales y se organiza la producción continua a gran escala con productos estandarizados a precios accesibles. La mercadotecnia ofrece atributos diferenciadores y relega al comerciante a un papel de distribuidor; la marca señala la lógica de consumo: festejar y promocionar la felicidad a través del consumo.

2) Sociedad de la abundancia. Es el "modelo puro de la sociedad de masas" en el que grandes capas de la sociedad incrementan su capacidad de consumo, el crédito tiene gran influjo y hay, por primera vez, acceso a bienes duraderos. Se consolida el comercio a través del surgimiento de grandes supermercados. En esa etapa, la felicidad se asocia con la capacidad de consumo, así como la calidad de vida; el consumo de clase se consolida a través de las marcas y éstas protagonizan una lucha por símbolos diferenciadores.
3) Hiperconsumo. La competencia ya no es el punto central, sino la búsqueda de la felicidad privada, la salud ilimitada, y el gusto por el cambio se universaliza. El consumo ya no indica identidad económica, sino identidad de estilos de vida agradables, una forma de vida personalizada. El consumo da una respuesta a la pregunta "¿quién soy?"

Este modo de consumo se transforma hacia uno que exalta los ideales de felicidad privada y ocio, con menor dependencia del juicio de terceros. Ser feliz, disfrutar el momento, disfrutar lo superfluo, surgieron como conductas legítimas y con ello un modelo de consumo individualista. El uso de un logotipo o marca no significa superioridad, sino más bien "no parecer menos que los otros... una nueva obsesión por las marcas es el miedo al desprecio y al ofensivo rechazo de los demás... ha conseguido extender sus exigencias al universo imaginario de los jóvenes", refiere el autor.

Además —añade— el hiperconsumidor comparte una "voluntad de poder" y goce por el control que produce el cierto dominio sobre el mundo y sobre sí mismo. Se pregunta "¿qué es lo que seduce al hiperconsumidor de los nuevos productos en el mercado?" Y responde qué

de la capacidad para abrir nuevos espacios de independencia personal, una palanca para incrementar la apropiación de lo cotidiano, el deseo de gobernarse a sí mismo.

Por otra parte, las tres funciones que más les atribuyen los jóvenes a las redes sociales son las de chatear (18 por ciento), subir y guardar fotos (18 por ciento) y ver videos (12 por ciento), entre otras.

Tabla 3: Funciones de redes sociales

		Redes					
		Facebook	Whatsapp	Youtube	Instagram	Twitter	Total
1	Chatear / Mensajear / Platicar	**38.4**	**91.9**	1.8	**4.2**	**12.3**	**18.4**
2	Subir / Guardar Fotos	5.0	0.6	0.4	**56.5**	9.0	**18.0**
3	Ver videos	10.4	0.6	**67.1**	2.4	2.6	**11.7**
4	Postear / Publicar estados	**14.1**	0.9	0.4	4.2	8.4	7.6
5	Diversión / Esparcimiento	3.7	0.6	**8.8**	3.6	5.8	7.4
6	Buscar amigos / contactos	3.4	0.9		0.6	0.6	7.3
7	Buscar información/cosas de interés			**7.9**	3.6	**24.5**	6.9
8	Ver muros / publicaciones de contactos	**13.1**	0.3	1.3	**20.2**	5.2	5.6
9	Hacer preguntas/responder preguntas						4.2
10	Investigación / Tareas escolares	7.1	1.2	1.3	0.6	0.6	5.9
11	Seguir a personas públicas				2.4	7.1	1.4
12	Twittear/retwittear					**15.5**	1.1
13	Otras	4.8	3.0	11.0	1.7	8.4	4.4
	Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

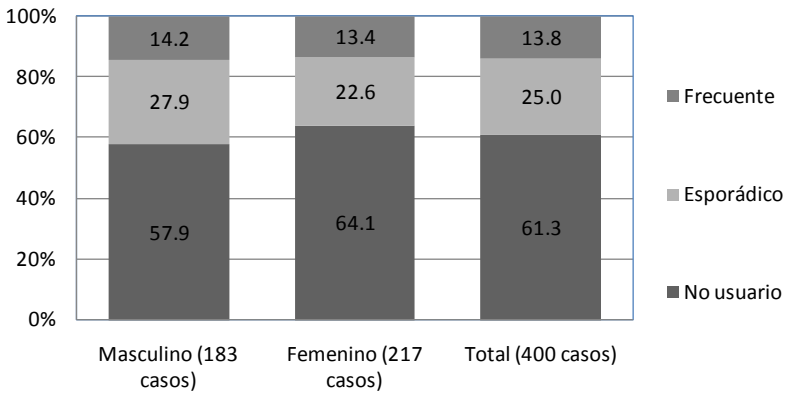
Las funciones atribuidas a Twitter son, en primer lugar, la búsqueda de información (24 por ciento); en segundo lugar, twittear y retwittear (16 por ciento); en tercer lugar, chatear (12 por ciento), entre otras funciones.

Perfil de los jóvenes twitteros

Los twitteros jóvenes son más bien hombres (42 por ciento son esporádicos y frecuentes), mientras que las mujeres registran menos consumo (36 por ciento). No hay una relación clara, pues el nivel de

significancia que reporta con la prueba U de Mann es 74 por ciento, sin embargo, señala un mayor consumo entre hombres.

Gráfica 8: Consumo de twitter entre jóvenes por sexo



La misma relación identificada en la población en general entre usuarios de Twitter y número de focos en la vivienda se identifica entre los jóvenes. Las viviendas de los jóvenes usuarios frecuentes de Twitter tienen en promedio 13 focos en sus viviendas; los esporádicos 11.5 y los no usuarios 11.0. Es decir que a mayor nivel socioeconómico mayor consumo de Twitter. Aunque entre los jóvenes esta relación tiene un nivel de significancia de 71.5 por ciento, no es suficiente para aceptar que esa relación es significativa.

Tabla 3: Consumo de twitter por focos en vivienda

		Casos	Número de focos por vivienda
1	No usuario	245	11.0
2	Esporádico	100	11.5
3	Frecuente	55	13.0
	Total	**400**	**11.4**

Lo que significa ser twittero

Como parte del trabajo realizado para conocer el significado de Twitter se realizaron 40 entrevistas auto-administradas, usando la técnica de análisis de redes semánticas.

En la palabra estímulo "Para mí lo bueno de Twitter es...", donde se obtuvo un valor J de 1,004, los tres términos definidores con mayor peso semántico fueron "informar", "comunicar" e "interactivo". Las ideas de "agilidad", "entretenimiento" y "libre expresión" son rasgos asociados con el uso de Twitter.

Tabla 4: ¿Para mí lo bueno de Twitter es?

	Conjunto SAM	Valor M	Valor FMG	Valor G
1	Informar	196	100	0.0
2	Comunicar	176	89.8	20
3	Interactivo	176	89.8	0
4	Ágil	114	58.2	62
5	Entretenido	110	56.1	4
6	Libre expresión	56	28.6	54
7	Accesible	54	27.6	2
8	Social	48	24.5	6
9	Efectivo	40	20.4	8
10	Amigable	34	17.3	6
	Valor J	1,004		

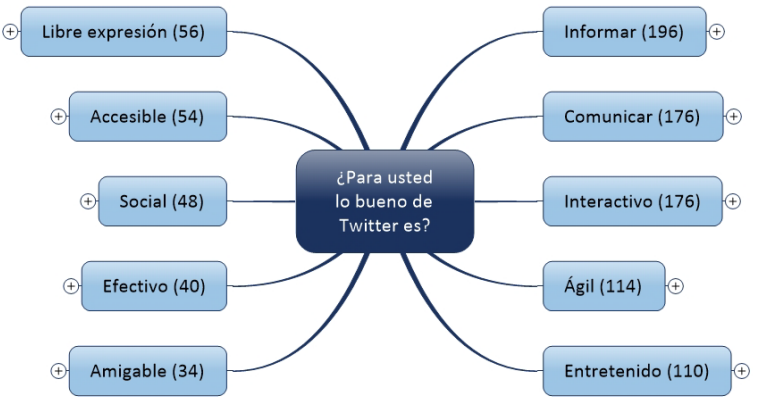
Esta visión de los twitteros alude como prioritaria la función que tenían y la necesidad que satisfacían antes los medios de comunicación tradicionales: informar. Es necesario recordar lo que Jenkins (2012) asienta cuando indica que los contenidos que en los medios tradicionales son fijos: no sufren modificaciones de los usuarios durante el proceso de transmisión y recepción de los mensajes.

En cambio, en las redes sociales los contenidos son expandibles, los mensajes se dispersan de forma sistemática por diferentes canales con la idea de que generen una experiencia coordinada y unificada. En ese

punto, cada parte hace una contribución diferente al desarrollo de la historia y satisface una necesidad de un usuario conectado. Esa expansión se refiere con "comunicar" e "interactivo", además de "accesible"; así, la red no es un canal de contenidos fijos, no es un medio sino una forma de extender una historia, apunta el mismo autor.

Ahora bien, no todos los usuarios de redes sociales tienen la característica de ser productores de mensajes o críticos de los medios tradicionales, que puede permearse en los términos "informar" y/o "comunicar". De acuerdo con Igarza (2010), la segunda actividad preferida en las redes sociales es acceder a noticias de actualidad, que en el caso de los twitteros poblanos está referida en primer lugar. Sin embargo, los medios, aunque criticados, todavía juegan un papel relevante, puesto que más de la mitad sigue a un medio de comunicación a través de las redes sociales y casi un tercio a algún periodista.

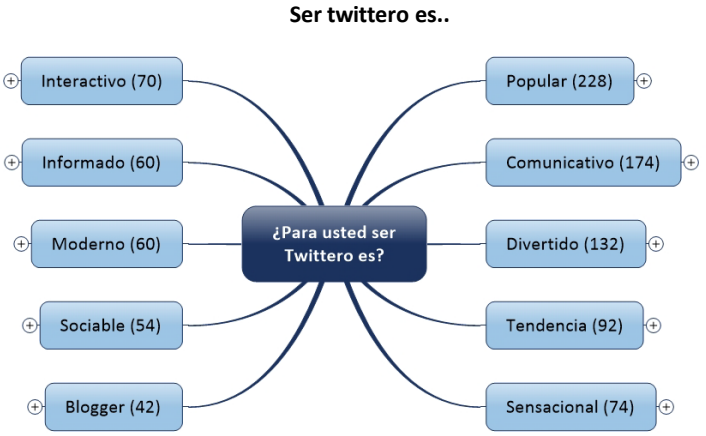
Lo bueno de Twitter es..



En la palabra estímulo "ser twittero es...", donde se obtuvo un valor J de 986, los tres términos definidores con mayor peso semántico fueron "popular", "comunicativo" y "divertido". Las ideas de "tendencia", "sensacional" e "interactivo" son rasgos con la identidad del twittero.

Tabla 5: Ser Twittero es				
	Conjunto SAM	**Valor M**	**Valor FMG**	**Valor G**
1	Popular	228	100.0	0.0
2	Comunicativo	174	76.3	54
3	Divertido	132	57.9	42
4	Tendencista	92	40.4	40
5	Sensacional	74	32.5	18
6	Interactivo	70	30.7	4
7	Informado	60	26.3	10
8	Moderno	60	26.3	0
9	Sociable	54	23.7	6
10	Blogger	42	18.4	12
	Valor J	986		

Los términos definidores coinciden con otra idea que Jenkins plantea en el sentido de que los temas y los intereses son una dimensión clave para definir a las audiencias en las redes sociales, pues a partir de éstos los usuarios apoyan ciertas tendencias —en este caso, que convierten a alguien o algún mensaje en "popular", "comunicativo", "sensacional"—, se identifican entre sí, forman comunidades, grupos, crean contenidos, y experiencias en la red —como la de hacer al usuario alguien "divertido", "interactivo" o "sociable" y "moderno"— que les provee identidades específicas.



Las connotaciones positivas de los términos definidores también coinciden con el planteamiento de Igarza (2010) cuando menciona cuatro elementos que caracterizan a estas audiencias de redes sociales: *a)* un comportamiento tribal: los usuarios forjan su identidad en y por la pertenencia a una tribu, por la forma de expresarse y sus formas de "conectarse" a los demás; *b)* el estatus social: su influencia y credibilidad depende de lo que expresan y de lo que ofrecen (recursos simbólicos: ideas, observaciones, contenidos) y comparten; *c)* un comportamiento de enjambre: desarrollan una agenda colectiva de temas y toman decisiones como un equipo (cuando se trata de comprar, 85 por ciento de los jóvenes se basan en la opinión de pares), semejante al comportamiento de las abejas; para hablarles hay que dirigirse a la comunidad, no al individuo; y d) oxígeno social: la conectividad constante a través de todo tipo de dispositivos y, especialmente, de dispositivos móviles, les provee el "oxígeno" social; la tecnología actúa como un salvavidas que los conecta no solo con las personas con quienes desean estar conectados sino que también los protege de quienes no desean tener noticias o relación.

A manera de conclusión

Tras indagar guiado por las interrogantes que me motivaron a analizar la red social de 140 caracteres, puedo responder a las preguntas principales planteadas al inicio. ¿Quiénes usan Twitter? En Puebla, la mayoría son jóvenes, estudiantes y profesionistas con un nivel socioeconómico alto y un grado de estudio universitario.

Por lo tanto, cabe hacer la inferencia que, en el caso de México, el uso de esta red está circunscrito a un segmento de la población poderoso por la posición social que tiene, acotado por el tamaño que representa en comparación con la gran penetración que tiene Facebook, y fortalecido por motivos especiales.

El principal motivo de los twitteros para utilizar esa plataforma es el de "informar", acción diferente a la de estar informado, razón de consumo en los medios tradicionales. Es muy significativo que el

concepto "informar" fuera señalado por los propios twitteros como el principal atributo de esta red social. Es decir, se prueba la característica de los usuarios de redes sociales que indican tanto Igarza como Jenkins cuando se refieren a que asumen el papel de productores de mensajes, acción opuesta al modelo de los medios tradicionales de comunicación, televisión y radio.

Destaca entre los rasgos de identidad de los twitteros una característica probablemente opuesta a la idea optimista que Jenkins e Igarza plasman cuando ven a los usuarios como productores de mensajes desde una necesidad de comunicación, y mucho más cercana a una motivación vinculada al hedonismo argumentado por Lipovetsky: cuando los twitteros dan como palabra definitoria el término "popular", indican que están pensando y prefiriendo mostrar su popularidad o peso a través del número de usuarios a los que llega su mensaje y lo que generan en número de twitteros que permanecen como seguidores, en aumento de éstos o las reacciones positivas como son el "like", la respuesta o el retweet.

Además, la adquisición de *smartphones* parece responder a la etapa de híper-consumo que plantea también Lipovetsky, en la que quienes compran buscan en la adquisición del producto una experiencia personal que exalta la felicidad privada y el ocio, pues los usuarios de Twitter indican que están en esa plataforma por diversión, en una vivencia que tiende a lo lúdico, al entretenimiento.

Y, una anotación más: dado que se ha demostrado que el usuario de Twitter es un mexicano con un nivel socioeconómico y educativo mayor que el de Facebook, pareciera que la primera red social aún no llega a su mejor momento en este país, mientras que la segunda parece menguar por la fuga que los más jóvenes han hecho a plataformas como Snapchat. Es posible que la mejora en el nivel educativo se refleje en el número de twitteros.

La capacidad de abstracción que obliga el formato de 140 caracteres pareciera a unos una limitación, pero en ello reside una gran virtud de la plataforma. La claridad de ideas que posibilita la comprensión veloz que le imprime la agilidad que reconocen y gusta a los usuarios de Twitter es un atributo que exige afinar la capacidad de

expresión. Por la reputación del país, conviene el aumento de twitteros como una muestra representativa de la eficiencia de la educación, como el vuelco súbito que en una aduana repentina se le diera a la maleta abierta de la preparación personal.

Referencias

Alamilla, R. y J. Hernández (2016), Configuración Competitiva del Mercado de Smartphones en México 2T16. The Competitive Intelligence Unit S.C. [http://www.the-ciu.net/nwsltr/587Distro.html].

Asociación Mexicana de Internet AC (2016), 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016 [https://www.amipci.org.mx/images/ Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf].

Igarza, R. (2010), "Nuevas formas de consumo cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias", *Comunicação, Mídia e Consumo*, San Paulo, vol. 7, núm. 20, noviembre, pp. 59-90.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015), Encuesta Intercensal 2015 [http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est].

Jenkins, H. (2008), *Convergence Culture*, Barcelona, Paidós.

Jenkins, H. (2012), "Sobre contenidos transmedia y medios expandibles" [http://elcanonazo.com/henry-jenkins-sobre-contenidos-transmedia-y-medios-expandibles/].

Lipovetsky, G. (2002), *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama.

Lipovetsky, G. (2013), *La felicidad paradójica*, Barcelona, Anagrama.

Vásquez Romero, R. (2015), "5 razones de por qué los millennials no ven televisión", *Forbes*, México. 26 noviembre [http://www.forbes.com.mx/5-razones-de-por-que-los-millennials-no-ven-television/#gs.TwOkU=I].

Epílogo

Homo Twitter, ¿fase superior del Homo Digital?

César Cansino

Una de las críticas más frecuentes a mi ensayo original sobre el Homo Twitter gira en torno, precisamente, a la categoría de "Homo Twitter". Más específicamente, se cuestiona si este concepto es el más adecuado de los muchos posibles para dar cuenta de las transformaciones evolutivas que la emergencia de las nuevas tecnologías de la comunicación y las redes sociales, y en especial Twitter, coloca para la especie humana.

Así, por ejemplo, hay especialistas que preferirían hablar de "Homo Digital", por ser supuestamente una categoría más englobante de los diversos aspectos implicados con el surgimiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, desde la Internet hasta las redes sociales.

Para otros, lo más adecuado sería hablar de "Homo Virtual", por ser una categoría que coloca el mundo de significantes y referentes del nuevo sujeto social en un ámbito inédito que rebasa la realidad tal y como la hemos concebido hasta ahora. Para estos analistas, la virtualidad vendría a ser como la nueva casa de los seres humanos en una era en que las interacciones en la supercarretera de la información se han vuelto cotidianas e insustituibles. Además, esta categoría añade una idea original con respecto a las otras categorías posibles, la idea de que la comunicación virtual es ilimitada, de que sólo la virtualidad

nos hace traspasar los límites de nuestro entorno físico para llevarnos a mundos inalcanzables en otras circunstancias.

Finalmente, aunque aparece hoy un tanto *demodé*, hay quien prefiere hablar de "Homo Cyber", para referirse no sólo a las transformaciones tecnológicas que afectan la manera en que los seres humanos se relacionan entre sí, sino también a un clima o cultura que involucra a ya varias generaciones que se conciben como componentes o piezas de un sistema complejo que los condiciona y determina desde una lógica que les es ajena, característica de un mecanismo o maquinaria que coloca a cada cual en un lugar en el todo sin muchas posibilidades de incidir en él.

En lo que sigue trataré de argumentar que ninguna de estas categorías resulta más adecuada que la del Homo Twitter para referirse al nuevo estadio de evolución de los seres humanos producto de su contacto con las nuevas tecnologías y las redes sociales. Mi tesis aquí es que en estricto sentido el Homo Twitter constituye la fase superior del Homo Digital (entendido como el producto de la era digital que introdujo en el mundo la cultura de las computadoras, el Internet, las redes sociales y los *Smartphones*), del Homo Virtual (entendido como el producto de una revolución tecnológica que permitió a los seres humanos acceder a mundos intangibles e inmateriales a través de un ordenador), y del Homo Cyber (entendido como el sujeto que adquiere conciencia sobre el lugar que ocupa en un mundo altamente tecnologizado y que no tiene más alternativa que incrustarse "voluntariamente" en el sistema so riesgo de quedar fuera de su tiempo y circunstancia).

Para empezar con el Homo Digital, esta categoría se quedó muy pronto pequeña para dar cuenta del conjunto de transformaciones complejas, tanto culturales y mentales como biológicas y sociales, que las nuevas tecnologías conllevaron para la humanidad. De hecho, la calidad de digital aparece como algo muy secundario y reducido frente a las enormes mutaciones que la especie humana ha experimentado en el lapso de unos cuantos años. De hecho, en estricto sentido, dominar el mouse o el teclado de una computadora aparece hoy como una habilidad francamente menor en comparación con muchas otras que

han acompañado a las nuevas generaciones, como la interacción en tiempo real con millones de internautas o la búsqueda y la acumulación de información de todo tipo en cuestión de segundos. Además, esta categoría empataría con la del Homo Videns en al menos un aspecto: ambos serían sujetos aislados sometidos a la tiranía de las imágenes, o sea serían más pasivos que activos, más individualistas que sociales, consumidores compulsivos de imágenes y códigos binarios que terminan por dominarlos e involucionarlos en sus facultades lógicas de pensamiento. Dicho de otro modo, la emergencia de lo digital en el mundo, al igual que la TV en su momento, ha contribuido más a la atrofia mental que a la metamorfosis evolutiva del cerebro humano. De ser cierta esta lectura, el Homo Digital no abona a la comprensión de un sujeto que, por la vía de su incursión en las redes sociales, y en particular Twitter, ha restituido para sí la capacidad de la escritura breve y encriptada, así como de la comunicación incluyente y persuasiva, un sujeto que además descubre para sí el potencial transformador de la palabra y de la deliberación pública. Razones suficientes para descartar la categoría de Homo Digital como la más pertinente para referirse al nuevo estadio evolutivo de los seres humanos después de la nada prometedora etapa del Homo Videns. Más aún, en estricto sentido, el Homo Twitter vendría a ser, al menos por ahora, la fase superior del Homo Digital, el momento evolutivo más alto alcanzado por la humanidad en la era de las nuevas tecnologías digitales de la información y la comunicación.

Por lo que respecta a la categoría de Homo Virtual, por más persuasiva o seductora que sea su tesis según la cual los seres humanos, gracias a las nuevas tecnologías, hemos transitado cada vez más a un mundo virtual que desdibuja las fronteras entre la realidad y la ficción, un mundo donde caben todas las interpretaciones posibles sobre los hilos ocultos que mueven al mundo y todo lo que hay en él (como la conocida ficción de la Matrix que nos convierte a los seres humanos en simples pilas para alimentar a las máquinas o aquella otra donde nuestro mundo en realidad es el mundo espejo o paralelo de otros mundos similares), la verdad es que la mayoría de los seres humanos seguimos atrapados en un mundo de necesidades materiales

que nos impide dejarnos llevar por completo hacia el mundo de la trascendencia virtual, por más cautivadora que sea para muchos o por más que cotidianamente nos aproximemos a sus playas cuando nos enganchamos a la computadora o al cine de ficción. Es principalmente por estas imprecisiones y otras razones que comparte con el Homo Digital, que la categoría de Homo Virtual tampoco nos sirve en la tentativa que nos hemos propuesto.

Finalmente está la categoría del Homo Cyber, la cual, en honor a la verdad, es la menos apropiada para nuestros objetivos. En primer lugar, la idea de lo cibernético no es tan actual como muchos creen, sino que tiene más de ochenta años, no obstante que sus creadores se referían con ella a un mundo futurista, donde las maquinas terminarían sometiendo y controlando a los seres humanos. En segundo lugar, esta visión en el fondo pesimista sobre el futuro de la humanidad no le hace justicia a los aspectos positivos que las redes sociales han aportado en términos justamente de emancipación y resistencia sociales contra las injusticias y las arbitrariedades. Quizá esta condición solo sea pasajera y termine sucumbiendo a nuevos controles y obstáculos por parte de los poderosos, pero mientras ello no ocurra cabe albergar alguna esperanza de futuro. Con todo, no podemos regatearle a la cibernética algunas intuiciones geniales. Si la tiranía de las máquinas es la condición del Homo Cyber, la llegada de los *Smartphones* a la vida de los seres humanos es la representación más fiel de dicho dominio. De hecho, somos millones los que casi sin darnos cuenta nos hemos vuelto esclavos de los celulares, los cuales se han convertido ya en un apéndice de nuestro cuerpo, como un brazo o una pierna. De una u otra manera todos nos hemos convertido en Cybers.

Para concluir, una última precisión: ¿por qué Homo Twitter y no, por ejemplo, Homo Facebook, si ambas son a final de cuentas redes sociales? La respuesta es muy simple: el Homo Twitter, como sabe bien cualquier tuitero, es la fase superior del Homo Facebook.

DEL HOMO VIDENS AL HOMO TWITTER.
DEMOCRACIA Y REDES SOCIALES

César Cansino, Jorge Calles Santillana, Martín Echeverría
Editores

Se terminó de editar en el mes de diciembre de 2016
en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico
Av. Cúmulo de Virgo s/n, Acceso 4, Complejo Cultural
Universitario, Puebla, Puebla, México. C.P.72810

Peso del archivo: 5.7 mb.