

Enrique Javier DÍEZ GUTIÉRREZ, Eduardo FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Rocío ANGUITA MARTÍNEZ
Hacia una teoría política de la socialización cívica virtual de la adolescencia
Revista Interuniversitaria de Formación de Profesorado, vol. 25, núm. 2, agosto, 2011, pp. 73-100,
Universidad de Zaragoza
España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27422047005>



*Revista Interuniversitaria de Formación de
Profesorado,*
ISSN (Versión impresa): 0213-8646
emipal@unizar.es
Universidad de Zaragoza
España

¿Cómo citar?

Fascículo completo

Más información del artículo

Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Hacia una teoría política de la socialización cívica virtual de la adolescencia¹

Enrique Javier Díez Gutiérrez
Eduardo Fernández Rodríguez
Rocío Anguita Martínez

Correspondencia

Enrique Javier Díez Gutiérrez

Facultad de Educación, 146
Universidad de León
Campus de Vegazana s/n,
24071-León

Teléfono: 987291437

E-mails:
enrique.diez@unileon.es
edufern@pdg.uva.es
rocioan@pdg.uva.es

Recibido: 21/03/11
Aceptado: 16/05/11

RESUMEN

Mayo del 68 representó en Europa la aparición de la juventud como nuevo sujeto político. Ahora, las revueltas árabes de comienzos de 2011 es probable que se conviertan en símbolo del nacimiento de otro sujeto político: las redes sociales. En este trabajo nos planteamos si las nuevas formas de comunicación en las redes sociales están sirviendo a los jóvenes para empoderarse y autodefinirse creativamente o sólo para posicionarse en un mundo que gira a más velocidad pero que mantiene inalterables sus ejes de poder. Para ello, en primer lugar, analizamos las nuevas formas de comunicación y relación digitales que implican estas redes sociales, como Facebook, Tuenti o Twitter. Examinamos, a continuación, si estas redes sociales facilitan la información, el debate y la acción comprometida en la defensa de los derechos que conlleva el ejercicio de una ciudadanía participativa. Finalmente, valoramos el impacto que están teniendo estas redes sociales en las nuevas formas de movilización social y política "cibernética" que han surgido entre los jóvenes, con una orientación más descentralizada y flexible que las organizaciones clásicas (partidos políticos o sindicatos), con un nuevo tipo de activistas, con una identificación política más flexible, que conciertan acciones sin pretender homogeneizar ideologías y que mantienen una unión efímera y cambiante a través de redes.

PALABRAS CLAVE: Redes sociales, Facebook, Socialización virtual, Democracia participativa, Revolución digital.

1. Este artículo es el resultado de la exploración realizada en el marco del proyecto I+D+I financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación EDU2010-18585 "La ciudadanía en los nuevos escenarios digitales y escolares: relaciones e implicaciones en el alumnado de Educación Secundaria obligatoria (ESO)".

Towards a political theory of virtual civic socialization of adolescents

ABSTRACT

In Europe, May 1968 represented the appearance of the young as new actors in politics. The Arab revolts at the beginning of 2011 are now likely to become the symbol of the birth of yet another force in politics: social networks. This paper addresses the question of whether new forms of communication in social networks are being used to empower the young, allowing them to define themselves creatively, or whether they are merely enabling them to take up a position in a world that is moving more rapidly, but which keeps its axes of power unchanged. To this end, the paper first analyses the new digital forms of communication and relationships involved in these social networks, like Facebook, Tuenti or Twitter. It then examines whether these social networks facilitate the exchange of information, debate and committed action in defence of rights that is implicit in the exercise of participatory citizenship. Finally, we assess the impact that these social networks are having on the novel forms of social mobilization and “cybernetic” politics that have arisen among the young. These have a more decentralized and flexible orientation than classic organizations (political parties or trade unions), with a new type of activists, with a more elastic political identity. They arrange actions without the aim of homogenizing ideologies and keep up an ephemeral and shifting union through networks.

KEY WORDS: Social networks, Facebook, Virtual socialization, Participatory democracy, The digital revolution.

Las redes sociales

El desarrollo de Internet y las redes sociales² ha ido acompañado de un importante cambio social en un amplio abanico de hábitos, actitudes y comportamientos (CASTELLS, 1999), que nos ha llevado a emplear la expresión de Sociedad de la Información y el Conocimiento.

-
2. Según datos de 2010 hay 945 millones de usuarios en redes sociales en el mundo (*El País*, 25/04/2010). Facebook es la red social por antonomasia superando ya los 500 millones de usuarios. En España, en torno a un 50% de los internautas es usuario de alguna red social, aunque en el caso de los adolescentes las cifras de uso son mucho más altas: el 78% de ellos son usuarios. Twitter cuenta con más de 145 millones de usuarios registrados. Sólo en el periodo de enero de 2009 a enero de 2010 el número personas que accedieron por el móvil a Facebook creció en un 112% y a Twitter en un 347%. Por otro lado, Twitter representa el paradigma del “*always-on*” ya que, en el caso de España, el 81% de sus usuarios accede varias veces al día, el 57% accede desde el teléfono móvil y el 24% twittea desde la calle (FUNDACIÓN TELEFÓNICA, 2010).

Aunque el uso más habitual de estas redes sociales entre los jóvenes se centra en el contacto y la creación de amistades y la relaciones³, así como en el entretenimiento y el conocimiento de vidas ajenas: “voyeurismo 2.0” (DEL MORAL, 2005; CALDEVILLA, 2010; SÁNCHEZ y POVEDA, 2010; BRINGUÉ y SÁDABA, 2011), no han sido pocos los que han visto en el surgimiento de este nuevo tipo de sociedad y en las tecnologías que la hacen posible una importante oportunidad para avanzar en la participación y la movilización social (DÍEZ, 2003; DE MORAES, 2004) e incluso llegar al auto-gobierno participativo (FRANK, 2003), pues estas redes están siendo utilizadas cada vez más para compartir pensamientos, propuestas e incluso para llamar a acciones o movilizaciones.

Su capacidad multiplicadora y la extensa red de relaciones que establecen hace posible que una idea, un comentario, un texto, una convocatoria, una propuesta pueda ser leída en cientos de puntos del mundo simultáneamente. Unos segundos después, puede haber sido comentada por varios usuarios o usuarias, y a su vez, algún internauta ha podido considerar valioso su contenido, por lo que lo ha enlazado a una de las páginas resortes que hacen que ese mismo texto sea leído, con mayor accesibilidad, por muchas más personas. En resumen, lo que nació de la necesidad de compartir un pensamiento por parte de una persona sólo hace unas horas, habrá sido leído por cientos de miles de personas en la red sólo un tiempo más tarde. Otra persona ha podido querer compartir su opinión al respecto y, a su vez, ha escrito sobre el primer texto en su Facebook, su Twitter o en su Tuenti o en cualquier otra red social, y de repente otra infinidad de jóvenes puede interactuar y complementar la información generando un debate en pocos minutos, obteniendo comentarios y respuestas a sus ideas casi de forma inmediata.

De hecho algunos se preguntan si las redes sociales no estarán cambiando las relaciones entre gobiernos y ciudadanía (ARAYA DUJISIN, 2005), tal como se ha podido ver en el denominado “despertar árabe” en el norte de África, donde parece que la actividad de los jóvenes a través de las redes sociales ha tenido un papel destacado.

-
3. Las motivaciones para usar las redes sociales virtuales, que permiten establecer muchos niveles de interacción, ya sea el de permanecer en contacto, el compartir ciertos momentos o incluso compartir la vida a través de un “lifestreaming” de las vivencias, el localizar a personas, chatear, mandar mensajes tanto privados como públicos, crear eventos y colgar fotos y vídeos, son múltiples: ser visibles ante los demás, reafirmar la identidad ante el grupo, estar conectados a los amigos. En ellas se vuelcan las emociones, con la protección que ofrece la pantalla, y se comparte el tiempo libre. Uno puede creerse popular porque tiene listas de amigos en las redes sociales. En este sentido los cambios a los que estamos asistiendo en la sociedad tienen que ver con el propio concepto de amistad, el de relación o incluso el de cómo se redefine la privacidad de las personas (FUNDACIÓN TELEFÓNICA, 2010; ECHEBURÚA y DE CORRAL, 2010; MARÍ, 2010).

En los últimos años están proliferando estos discursos alrededor de las potencialidades democratizadoras de las redes sociales (DÍEZ RODRÍGUEZ, 2003; PUTNAM, 2009; MARÍ, 2010). El espectro teórico en el que se mueven estos discursos abarca desde la consideración de las redes sociales como complemento de los procedimientos y técnicas utilizadas por la democracia representativa (como la “democracia digital”⁴), hasta sus potencialidades para generar nuevas formas de ciudadanía en el camino hacia una nueva democracia directa y participativa de corte horizontal.

El análisis político de los usos y potencialidades de las redes sociales no es la prolongación mecánica de las discusiones clásicas sobre la democracia y la ciudadanía, puesto que hay diferencias sustantivas en los supuestos. Desde la igualdad teórica y la supuesta horizontalidad técnica que se da entre quienes participan en las redes sociales, hasta las propias preguntas sobre el poder que también toman un tono distinto, en tanto que las redes sociales pueden ser vistas bien como una posibilidad de participación y empoderamiento para la ciudadanía o, por otro lado, como fábrica de hegemonía para las instituciones, empresas y gobiernos que controlan la red. Porque de la interactividad propia del medio nace la posibilidad de poder generar desde campañas de “marketing viral”⁵ que, por medio de Internet, se extienden como la pólvora, hasta nuevos movimientos de opinión, promover manifestaciones, crear grupos de apoyo a causas concretas o conseguir crear una moda que genere el consumo de un determinado producto (CALDEVILLA, 2010).

-
4. Han surgido términos como tecnodemocracia, tecnopolítica, democracia electrónica, Netizen, E-government, etc., redefiniendo una nueva y futura forma de democracia: más democrática, más participativa, más igualitaria, etc. Sin embargo, dentro de esta nueva “imaginería”, parecen estar imponiéndose las visiones que, sin dejar de alabar sus potencialidades, las recluyen en el ámbito del desarrollo y/o profundización del modelo de democracia representativa, específicamente centrándose en el “voto electrónico”, o en la recogida de información de la ciudadanía al estilo de un gran sistema de encuestas. Otros van más allá sugiriendo un replanteamiento de la democracia en la sociedad mediática que suponga alterar las relaciones de poder (modificando las formas tradicionales de control de la información), mejorando la comunicación entre los ciudadanos y las ciudadanas en general y sus representantes políticos, completando las insuficiencias participativas, etc. Pero sin dejar de considerar la necesidad de la mediación entre la ciudadanía y el gobierno, es decir, apostando por la mejora de la democracia representativa (DÍEZ RODRÍGUEZ, 2003).
 5. El marketing viral es un término empleado para referirse a las técnicas de marketing que intentan explotar redes sociales y otros medios electrónicos para producir incrementos exponenciales en “renombre de marca” (*brand awareness*), mediante procesos de autorreplicación viral análogos a la expansión de un virus informático. Se suele basar en el boca a boca mediante medios electrónicos; usa el efecto de “red social” creado por Internet y los modernos servicios de telefonía móvil para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente (ESTEBAN, 2010).

En todo caso, el punto de partida de este análisis político suele ser una cierta idealización sobre las grandes potencialidades de las redes sociales para revitalizar el campo de la participación social y política, dado que Internet está abriendo nuevos espacios de participación, que no hacen desaparecer los clásicos, sino que los complementan (WOOLGAR, 2004). Como ha sucedido en anteriores oleadas tecnológicas, surgen discursos míticos que anticipan los usos deseables de estas herramientas en el terreno personal y social. Las visiones de Internet anteceden y acompañan a las prácticas, y dado su papel performativo, requieren de una mirada analítica que permita explicitar y problematizar las utopías tecnológicas que prometen (MARÍ SAEZ, 2010).

La fe en las bondades y posibilidades de las tecnologías no son nada nuevo en nuestro siglo. Se dice que uno de los colaboradores de Marconi, el precursor de la comunicación sin hilos, le comentó al inventor una vez logrado el primer éxito: “ya podemos hablar con Florida”. A lo que Marconi respondió: “¿pero tenemos algo que decirle a Florida?”. Por eso, lo que aquí abordamos es, como se pregunta Robert Putnam (2009): ¿qué tipo de aprendizaje y construcción de ciudadanía posibilitan las redes sociales?, ¿avanzamos hacia un empoderamiento efectivo de las personas o, acaso, solo es una fuerte ilusión de poder con altas dosis de banalización del compromiso cívico?

La socialización cívica de los y las adolescentes

Nuestra sociedad considera necesaria la socialización cívica de las futuras generaciones, el aprendizaje de la ciudadanía como forma de participación activa y comprometida en la sociedad en la que se vive.

Ha encomendado esa tarea a los diferentes agentes que intervienen más directamente en su proceso educativo: la familia y la escuela. La responsabilidad familiar en este sentido es más difusa, pero más constante y próxima. Aparece como un supuesto implícito en todo proyecto familiar y, cuando falta o falla, se considera un handicap o un fracaso en las tareas educativas y socializadoras del entorno familiar. En el espacio escolar también ha sido, de una u otra forma, una tarea permanente. Los diversos contenidos de las materias impartidas, las formas de relación, las metodologías de educación, la organización del funcionamiento de las escuelas, pretenden, ya sea implícita o explícitamente, socializar cívicamente a las legiones de escolares que por sus aulas pasan. De hecho, ha surgido todo un campo de investigación sobre el “currículum oculto” para analizar cómo las escuelas educan implícitamente en unos determinados valores y prácticas sociales y culturales que asientan un modelo de socialización cívica u otro. Incluso, en los

últimos años, ha surgido en nuestro contexto materias educativas específicas para ello: educación para la ciudadanía.

Pero hemos de ser conscientes, ciertamente, que hoy en día ya no son únicamente la escuela y el contexto familiar quienes construyen los valores y la cosmovisión de los jóvenes que va a permitirles reconstruir su propio modelo de ciudadanía. Los medios de comunicación han pasado a ejercer una influencia poderosa en su forma de pensar y de vivir en nuestra sociedad. La televisión, la radio, los periódicos, la música, el cine, los videojuegos, Internet, han venido a convertirse en el “tercero en discordia”, aportando una visión poderosa de cómo tiene que ser nuestra “polis” y cómo debe construirse. Su imaginario ha venido a sumarse a la construcción de una forma de entender la ciudadanía en nuestras sociedades actuales.

Internet se ha convertido en uno de los medios de influencia más poderoso. Sabemos que ha transformado la manera en que nos comunicamos y, en consecuencia, en que nos vinculamos. Ya no se trata de aquellos momentos iniciales en los que la red 1.0 nos convertía en meros consumidores y consumidoras de los productos que se nos ofrecía a través de ella, sino que la web 2.0 ha permitido que pasemos, se supone, a ser productores y productoras de contenidos y relaciones en el ciberespacio. No sólo se ha democratizado el acceso a la red (para los que no sufren la “brecha digital” –mayores, zonas rurales, países del sur, etc.–), sino que se ha democratizado la producción de contenidos, pues las herramientas para la generación de contenidos son cada vez más sencillas y accesibles (blogs, redes sociales, wikis, etc.) donde cualquier persona o grupo presenta al mundo sus ideas, causas y perspectivas, aunque con los límites ya anteriormente analizados. Surgen así las redes sociales, exponentes clave de esta nueva posibilidad de construcción de ciudadanía virtual, mediante un mayor acceso a la información, al debate y mayores oportunidades de participación y de ejercicio democrático.

Esta sociedad digital está creando nuevas formas de alfabetización social y política que nos parece crucial analizar, pues como han puesto de relieve diversos autores y autoras (MILLÁN, 1997; MAJO y MARQUÉS, 2002; CASSANY, 2002; GUTIÉRREZ, 2003; RODRÍGUEZ, 2004) cualquier proceso de entendimiento y construcción de la sociedad actual debe hacerse sobre la activa participación social de la población. La pregunta que nos planteamos es si esta participación que facilitan las redes sociales es autoconstruida o inducida, organizada colectiva y democráticamente o diseñada, delimitada y domesticada comercialmente por los dueños de este ciberespacio virtual. En definitiva, si la socialización virtual de los y las adolescentes construye realmente ciudadanía o son las redes quienes controlan

las posibilidades y los límites de una “pseudociudadanía” cautiva en el reino del ciberespacio.

No podemos olvidar que ha sido la sociedad moderna capitalista la que ha generado un determinado tipo de tecnología, que a su vez produce determinadas herramientas, instrumentos, métodos, procedimientos y técnicas con unos fines determinados. Desde la Revolución Industrial no es posible separar la ciencia y la técnica de los intereses económicos y sociales a los que sirven y en función de los que han sido potenciadas unas determinadas orientaciones en la ciencia y unas concretas aplicaciones de la técnica. Las herramientas y máquinas creadas por el ser humano transforman a los hombres y mujeres, no sólo porque les imponen su tiempo y su ritmo de trabajo, sino porque, poco a poco, van dibujando el horizonte de desarrollo posible y por tanto probable (DÍEZ RODRÍGUEZ, 2003). Y las redes sociales se han convertido en tecnologías dominantes en nuestra sociedad global que están marcando enfoques, procedimientos, relaciones, hábitos o estilos de consumo.

Las redes sociales son artefactos social e históricamente contruidos. Frente a la visión ahistórica y neutral de la tecnología, que pretende ocultar los intereses y fuerzas que han llevado a su gestación, debemos ser conscientes de que “las tecnologías tienen política”, por lo que éstas deber ser analizadas no sólo por sus contribuciones sociales, políticas o económicas, sino también por el modo en que encarnan ciertas formas de poder y autoridad.

Socialización cívica en las redes sociales

El concepto de ciudadanía contemporánea responde a la responsabilidad social en acción (HOBSBAWM, 1998), la cual se ejerce mediante el derecho a la participación efectiva en las decisiones en todos los ámbitos de la esfera social, económica y política (GARCÍA CANCLINI, 1995). Abogamos por el concepto de ciudadanía participativa que sugiere Suárez (2005), que funda la pertenencia social y los derechos asociados no tanto en una ciudadanía formal –y muchas veces pasiva–, como en la participación activa en la comunidad donde se vive. Este enfoque cuestiona el modelo de ciudadanía liberal, apuntando a la necesaria extensión de la ciudadanía a un verdadero modelo de ciudadanía postnacional y postcolonial (SUÁREZ, MACIÀ y MORENO, 2007) avanzando hacia formas de democracia participativa.

Para ello, no sólo es necesaria la información y el debate sobre los derechos y la ciudadanía, sino la participación y la acción comprometida en la defensa de esa ciudadanía y de los derechos que conlleva su ejercicio para todo el colectivo.

Pero las nociones de información, debate, participación y acción están cambiando en un espacio electrónico y virtual 2.0, como el que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación en el contexto de las redes sociales (GROS y CONTRERAS, 2006). Analizaremos algunos aspectos relevantes de cómo se abordan cada una de estas dimensiones en las redes sociales.

La información en las redes sociales

La información resulta un elemento esencial a la hora de desempeñar un papel activo en la sociedad democrática, por lo tanto, es fundamental tener acceso a la información. La ciudadanía que tiene información está mejor preparada para comunicar sus ideas, participar en decisiones democráticas, demandar servicios, velar por sus derechos, negociar eficazmente y controlar tanto las acciones del Estado, como las de los demás actores de la sociedad. Ya lo dice la sabiduría popular: la información es poder.

En este sentido, podemos decir que las redes sociales posibilitan el fácil y prácticamente ilimitado acceso a toda clase de información. La variedad de fuentes de información es cuantiosa, pero sobre todo indeterminada y diversa. Aquí se asienta ya la primera dificultad o cuestionamiento de las redes sociales: la fiabilidad de la información. La información, fácilmente accesible en la red para toda la población que no sufre la “brecha digital”⁶, es cuestionada por su posible falta de confiabilidad y rigor de sus fuentes (aunque también habría que cuestionar la supuesta “confiabilidad” de las fuentes en otros contextos más tradicionales), así como por la sobreabundancia de datos e informaciones contrapuestas.

Este es el segundo aspecto que hemos de considerar. Tiene que ver con lo que Levy (1997) ha definido como un “segundo diluvio”: el de la información⁷. Todo es información, por todas partes circula, cada vez con mayor velocidad y con menos obstáculos, convirtiendo la red en un océano de información. Esta maraña de información, que vincula unos contenidos con otros en una telaraña compleja y

6. La generalización del acceso a ella no se ha dado, sino que ha ocurrido de manera diferenciada, en función de países enriquecidos y empobrecidos y de clases sociales. Su desarrollo ha puesto al descubierto un amplio conjunto de desigualdades que, en la mayor parte de los casos, se correspondían con desigualdades estructurales presentes con anterioridad en la sociedad. Estas desigualdades están relacionadas con la irregular distribución de la riqueza entre los ciudadanos y las ciudadanas, las desigualdades en su formación o, simplemente, el tipo de infraestructuras disponibles en el entorno geográfico en el que reside cada persona.

7. En Twitter, red social basada en que la idea del servicio es enviar lo que estás haciendo y saber lo que tus amigos o conocidos están haciendo, el hecho de seguir a 300 personas hace tan difícil seguir el *timeline* de tu cuenta que terminas sin enterarte de lo que les pasa a los que en verdad te interesan.

recurrente, hace complicado moverse por las redes sociales y conseguir el tipo de información deseada. Es el fenómeno que se ha denominado *infoxicación*.

Hemos de tener en cuenta, en este sentido, la advertencia de Chomsky (2010) sobre la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes, que facilitan el desviar la atención de los problemas importantes o de las reformas decididas por las elites políticas y económicas⁸. Esta es una de las primeras estrategias de manipulación mediática y elemento primordial de control social.

A dos horas de la caída de Mubarak había tantos *twitts* en la red sobre Egipto que resultaba imposible leerlos (280 por segundo en promedio). La sobresaturación de la información provoca el cansancio, la fugacidad de la mirada, el mariposeo y salto continuo de una información a otra, y acaba derivando, muchas veces, en el refugio en espacios controlados, conocidos y acotados por intereses muy limitados.

La participación y el debate en las redes sociales

El segundo elemento clave en este modelo de ciudadanía contemporánea, entendida como responsabilidad social en acción, es el debate y la participación. En este aspecto las redes sociales parece que son un lugar propicio para ello.

Diferentes estudios han relacionado el uso de Internet y redes sociales virtuales con una mayor actividad social (ROBINSON y KESTNBAUM, 1999; ARAYA DUJISIN, 2005) e incluso con mayores niveles de confianza hacia los demás (McKENNA, GREEN y GLEASON, 2001; BARGH, McKENNA y FITZSIMONS, 2001) y unas redes sociales vitales más extensas (COLE, 2000; HAMPTON y WELLMAN, 2000; USLANER, 2001; CALDEVILLA, 2010). Aunque es cierto que no son concluyentes los resultados de las investigaciones que analizan si la participación ciudadana se enriquece cuando se incorporan nuevas tecnologías (KOKU, NAZER y WELLMAN, 2001; DÍEZ RODRÍGUEZ, 2003; CASTELLS, 2004).

Estudios como el de Hampton (2001) concluía que quienes disponían de Internet mostraban un mayor número de vínculos vecinales que aquellos que no participaban en la red o que ni siquiera tenían conexión. Sin embargo, Kavanaugh y Patterson (2001) mostraban cómo quienes utilizan con mayor frecuencia los

8. Cuando se introduce una reforma laboral o de pensiones, surge simultáneamente una “cortina de humo” de informaciones –sea el Mundial de Fútbol y el triunfo de “la roja” o la prohibición de fumar en los espacios públicos– que hacen aflorar los vínculos emocionales y difuminan o desactivan el análisis y la contestación de esas reformas.

recursos de Internet puestos a su disposición participaban menos en las actividades sociales de la comunidad. No obstante, quienes ya tenían elevados niveles de participación comunitaria al inicio del estudio, sus niveles de participación continuaron aumentando con el uso de las redes sociales. Ya que la mera utilización de Internet no implica necesariamente una actividad social, aunque tiene sin duda consecuencias sociales.

En cuanto al uso social de las redes y a su capacidad para promover la creación de nuevos vínculos sociales y ciudadanía, investigaciones como las de Herrero *et al.* (2004) sugieren que quienes dedican parte del tiempo de conexión a implicarse activamente en el desarrollo de actividades comunitarias virtuales en las redes sociales no muestran una tendencia a inhibirse o aislarse de otras actividades comunitarias de su mundo social presencial. También indican que facilitan el contacto a jóvenes que quizás puedan no sentirse implicados en las actividades sociales de su comunidad geográfica. Aunque el anonimato que permiten las redes sociales puede llevar a una disminución de la probabilidad de crear vínculos basados en la reciprocidad y el compromiso, al obstaculizar los procesos de confianza y solidaridad (PUTNAM, 2002) o por el potencial surgimiento de mensajes hostiles que minen las comunicaciones basadas en la empatía.

No obstante, como recuerda Preece (2000), las redes sociales disponen de mecanismos para desincentivar este tipo de mensajes. Existe evidencia, sin embargo, de que, por otra parte, en situaciones de anonimato las personas pueden sentirse más libres para expresar sus emociones de forma sincera (BARGH *et al.*, 2001).

La participación en las redes sociales, al ser lugares de convergencia de millones de personas, se tiende a hacer a través de vínculos relacionales e intereses temáticos. De hecho cada temática tiene un sitio o espacio en la red. Esto, según Putnam (2009), conlleva el riesgo de la “ciber-balcanización” (VAN ALSTYNE y BRYNJOLFSSON, 1996) en la que se crean comunidades virtuales en las redes sociales que tienden a centrarse exclusivamente en los temas que son considerados de interés de esa “comunidad”, eliminando de este modo la diversidad. Esta excesiva homogeneidad podría ejercer un efecto negativo en los y las jóvenes, al restringir el acceso a la información divergente y limitar las perspectivas de análisis (WELLMAN y GULIA, 1999), creando “ciberguetos” aislados. Aunque probablemente los grupos virtuales en las redes sociales no son tan homogéneos ni los presenciales tan heterogéneos (LIN, 2001; LIN *et al.*, 1986; PUTNAM, 2002), se hace necesario tener en cuenta el papel que la homogeneidad pueda estar jugando en las redes sociales.

Lo cierto es que la participación en redes sociales está cambiando el panorama de las propias prácticas democráticas: desde el rol de los partidos políticos como mediadores entre la ciudadanía y el Estado, poniendo en tensión, cuestionando e incluso, en algunos casos, debilitando ese papel, dada la creciente habilitación de canales directos de comunicación entre las personas y las instituciones; hasta la presión a través de las redes (véase el caso de Wikileaks) a favor de una mayor transparencia de los gobiernos, los bancos y las grandes multinacionales y sus prácticas.

Pero tampoco podemos hacer una lectura demasiado optimista sobre la participación en las redes sociales como construcción de una democracia más inclusiva.

Es cierto que lo ocurrido en Egipto en febrero de 2011 y que tuvo su culmen con la caída de Hosni Mubarak parece apuntar a las redes sociales, Facebook y Twitter, así como a los mensajes vía teléfono móvil, según nos lo presentan en los medios de comunicación. “Una revolución de las redes sociales que hace avanzar la democracia” dijeron muchos. Parecen considerar las redes sociales como “las nuevas armas que hoy llevan los ciudadanos en las calles para enfrentar al poder: son los celulares que diseminan mensajes de texto libertarios o los Twitter y Facebook que dejan de transmitir banalidades y minucias privadas para compartir la información relevante que muchas veces ocultan los medios al servicio del poder” (WARNKEN, 2011, 1). Pero los muertos en las revoluciones no han sido virtuales, sino que han quedado en las calles de Egipto. Volveremos a ello más adelante en este trabajo.

Pero este fenómeno de la “revolución digital” parece suceder excepcionalmente. Porque la acción colectiva no parece que florezca en la red. Junto con la descomposición de la política y el descreimiento en sus instituciones, los jóvenes perciben que muchas de las preguntas propias en torno a la ciudadanía –a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses– se contestan más en el consumo privado de bienes y de las redes sociales que en las reglas formales de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos.

Incluso están surgiendo nuevas formas híbridas de interactuar en la red a medio camino entre el consumo y el compromiso social, desde el *crowdsourcing* al *clickactivismo*.

La portada del libro *Crowdsourcing*, de Jeff Howe, fue fruto de la participación colectiva en un concurso diseñado por la editorial del mismo, Random House UK, concebido después de leer el libro. Se recibieron diseños, la gente votó por una

cubierta y luego un jurado eligió entre los veinte ganadores. Esta es una forma de hacer *crowdsourcing*: poner en las manos de una multitud una tarea. Existen muchos ejemplos de *crowdsourcing*: la *Wikipedia* emplea editores y editoras que, de forma voluntaria, participan en crear una enciclopedia libre; *InnoCentive* ofrece recompensas por resolver problemas tecnológicos y científicos; *iStockPhoto* es un repositorio de fotografía de stock producida por fotógrafos profesionales y amateurs.

El concepto es simple, emplear talento que está ocioso en lograr un fin colectivo, aunque no siempre funciona. El planteamiento parte de que hay una gran cantidad de talento ocioso, sobre todo en el mundo enriquecido, que puede ser orientado hacia crear algo valioso, de tal forma que los consumidores y las consumidoras de contenidos se conviertan en productores y productoras de contenidos. Hay muchas cosas que nos gusta hacer, además de nuestro trabajo, cosas que estamos dispuestos a hacer gratuitamente o por una pequeña compensación.

El *crowdsourcing* –y los mecanismos de votación de la multitud en particular– realmente no cuestiona ni corrige el control cultural y social detentado por unos pocos al mando de la industria cultural, económica y política. Puede ser una forma de participación social, de construcción de ciudadanía colectiva, pero sobre todo es una forma de emplear el ocio y el tiempo libre en algo productivo, que en muchos casos acaba realimentando el sistema. Más que formas de “gobierno de la muchedumbre”⁹, son formas sutiles de control en los que ya están predefinidas las expresiones, las posibilidades, las alternativas y las opciones.

El *clickactivismo* que está convirtiendo el activismo digital en un modelo de participación ciudadana, abraza sin demasiada crítica la ideología de la comercialización. La obsesión por el seguimiento de los *clicks* realizados en las redes sociales a favor de una causa o de una ONG, acepta implícitamente que las tácticas publicitarias y de estudios de mercado usadas para vender papel higiénico pueden también construir ciudadanía. Esta práctica manifiesta una fe

9. *Oclocracia* o gobierno de la muchedumbre (del griego *ὀχλοκρατία*, del latín *ochlocratia*), según la visión aristotélica clásica, es una de las tres formas específicas de degeneración de las formas puras de gobierno, en concreto de la *politeia*. Polibio, en su obra *Historiæ*, VI, 3, 5-12; 4, 1-11, llamó *oclocracia* al fruto de la acción demagógica y la definió como “la tiranía de las mayorías incultas y uso indebido de la fuerza para obligar a los gobernantes a adoptar políticas, decisiones o regulaciones desafortunadas”. Según Rousseau, la democracia degenera en oclocracia cuando la voluntad general cede ante las voluntades particulares, por ejemplo por artimañas de asociaciones parciales (*El Contrato Social*, II, 3). Aquí nos referimos, en su sentido positivo, al ejercicio de la soberanía popular o la democracia directa. Por ejemplo, cuando huelgas o manifestaciones hacen volver un gobierno democrático sobre una de sus decisiones, algunos acusan a la muchedumbre (*oclos*), otros vemos allí una construcción de ciudadanía crítica activa (*demos*).

excesiva en el poder de la métrica para cuantificar el éxito, al estilo “típico” de las redes sociales que cuantifican el número de “amigos y amigas” que se poseen. De hecho las ONG no se resisten a utilizar esa “fuente de apoyos” que simplemente consiste en hacer click con el ratón del ordenador. Este enfoque influye en la concepción de participación social que tienen los propios movimientos sociales y las ONG, diseñando “campañas para vagos digitales” (*slackactivism*¹⁰), campañas en las que importa más el número de firmas recogidas o *clicks* recibidos, que la sensibilidad o el compromiso de esas personas al problema, o el eco que vayan a hacer de las acciones a las que supuestamente apoyan con sus *clicks*. De ahí que se denomine “activismo de salón”, el que se hace desde el sofá, haciendo *click* sobre las pestañas de Twitter o Facebook, uniéndose a sus “causas”. Se habla incluso de “guerras robóticas” (MONBIOT, 2011), refiriéndose a que el anonimato de la red da a las compañías y los gobiernos oportunidad para realizar operaciones de *astroturf*, es decir, campañas fraudulentas de opinión de las bases, que crean la impresión de que un gran número de personas demanda –o se opone a– determinadas políticas.

Aunque hemos de reconocer que esta forma de participación puede servir también para compartir ideas, inquietudes, incluso para demostrar que hay gente preocupada en hacer algo. Pero lo cierto es que el *clickactivismo* es al activismo social y ciudadano lo que McDonald’s es a la comida mediterránea, una comida con ingredientes sanos que se necesita planificar y elaborar cuidadosamente y que es un espacio de encuentro y de intercambio.

Impacto político de las redes sociales

A pesar de todas las limitaciones y cuestionamientos que hemos desgranado respecto al papel de las redes sociales en la construcción de una ciudadanía

10. Resultado de unir dos palabras inglesas: *slacker* (vago) + *activism* (activismo). En *Wikipedia* viene definido como: Un término peyorativo que describe las acciones que se realizan en apoyo de un asunto o causa social para “sentirse bien”, y que tienen muy poco o ningún efecto práctico. Estas acciones también tienden a exigir muy poco esfuerzo personal del *slackactivist*. Parece que el término se acuñó en 1995 por un activista cristiano, Dwight Ozard, pero con un significado distinto al que ha adquirido ahora; se refería a aquellas acciones que se podían hacer de forma individual, sin necesidad de un grupo. Desde la irrupción de la Web Social, a partir del año 2001-2002, diversos periodistas de EE.UU. lo han utilizado para referirse a actividades como firmar peticiones por Internet o llevar una pulsera de apoyo a una causa. Ahora, con la proliferación de las redes sociales, también se considera *slackactivism* a cosas como cambiar tu avatar de Facebook para mostrar tu apoyo a una causa, participar en iniciativas como la Hora del Planeta o enviar mensajes de texto para hacer donaciones cuando se producen catástrofes como la de Haití o Pakistán.

comprometida, hemos de reseñar el impacto en la movilización política que han tenido estas redes sociales en los últimos tiempos. Desde la articulación de una gran manifestación en Colombia en 2008, a través de Facebook, promovida por sectores sociales conservadores contrarios a las FARC, hasta la red social como espacio de organización de acciones y movilizaciones de movimientos sociales antiglobalización (Dakar, 2011), pasando por su papel en la convocatoria de concentraciones el 13-M de 2004 para protestar por la manipulación de la información por el Partido Popular vinculando los atentados con ETA y que influyeron en el vuelco electoral en España, o las movilizaciones de jóvenes en Túnez o Egipto, a comienzos de 2011, que forzaron el exilio de dictadores, largo tiempo apoyados por las democracias occidentales (LÓPEZ BALLESTEROS, 2011).

Otros casos donde las redes sociales, aunque fuera en su estado más primitivo, en formato de mensajes de texto, han sido utilizadas con fines políticos fueron la caída de Joseph Estrada en Filipinas¹¹ y la batalla de Seattle en contra de la Organización Mundial del Comercio, ambas documentadas en el libro de Howard Rheingold: *Smart Mobs: The Next Social Revolution*.

También llamó mucho la atención la campaña electoral de Howard Dean en las primarias del Partido Demócrata estadounidense, que organizó un sistema de recaudación de dinero a través de Internet que consiguió muchas pequeñas donaciones de ciudadanos comunes y corrientes y también habilitó un sistema de pequeñas comunidades de mensajería de texto vía teléfono móvil para convocar a actos de campaña o avisar de una aparición del candidato en la TV. La campaña quedó plasmada en el libro *The Revolution Will Not Be Televised* publicado por Joe Trippi, jefe de campaña de Dean y que posteriormente sería la base sobre la que asentaría Obama su exitosa campaña en Internet a través de las redes sociales.

Un ejemplo en España fue la utilización que se hizo de la red Facebook en defensa del hoy suspendido magistrado de la Audiencia Nacional, Baltasar Garzón (juzgado por prevaricación por el Tribunal Supremo español, tras iniciar una causa investigando los crímenes cometidos por el franquismo). A través de este espacio se convocaron marchas a favor del juez. La red se convirtió, incluso, en un mecanismo de coordinación clave, puesto que en algunas ciudades del país, la convocatoria se hizo a través del grupo de apoyo a Baltasar Garzón creado en Facebook, que llegó a alcanzar un seguimiento de más de 200.000 internautas.

Las campañas humanitarias también se han apuntado a la movilización política a través de las redes sociales. Hoy en día es habitual para los usuarios de redes

11. Miles de personas llegaron a la avenida Epifanio de los Santos una hora después del primer mensaje de texto, y después de cuatro días, se manifestaron más de un millón de ciudadanos.

sociales recibir diversos tipos de convocatorias para las más distintas causas. Un buen ejemplo en este sentido es Médicos Sin Fronteras, ONG que realizó una intensa campaña por la red y medios de comunicación para ejercer presión internacional sobre las 39 empresas farmacéuticas que demandaron al Estado de Sudáfrica por fabricar genéricos baratos para combatir el sida, sin respetar las patentes. La presión internacional logró que las empresas desistieran de la demanda, constituyendo uno de los éxitos emblemáticos de campañas ciudadanas por Internet. Cruzadas similares se han sucedido para detener lapidaciones de mujeres en África, en contra de la guerra en Irak o de las empresas que producen alimentos genéticamente modificados.

Avaaz.org se ha constituido en un lobby a través de la red para “influir en los políticos y dirigentes más destacados”, como manifiesta en su propia web. De hecho se autodefine como “la comunidad global de movilización *online* que integra la acción política impulsada por la ciudadanía dentro de los procesos de toma de decisiones globales”. Avaaz, que significa “voz” en varios idiomas, nació en 2007 con una misión: movilizar a la ciudadanía del mundo para que ciberactúen a través de un *click* ante la pobreza mundial, el conflicto de Oriente Medio o la crisis del cambio climático¹². Amnistía Internacional tiene también este modelo de ciberacción o “cibercompromiso”. Eso sí, pidiendo siempre una donación tras el compromiso cibernético para poder seguir manteniendo la organización y su “independencia”.

Cabría, por lo tanto, preguntarse si, a pesar de todas sus limitaciones, la aparición de este tipo de espacios sociales virtuales estaría transformando la tendencia a la baja del interés por la implicación social y política de las y los jóvenes en España. De hecho su atribuida efectividad ha provocado que, cada vez menos, sea un espacio estratégico ajeno a las principales organizaciones políticas, que ya han penetrado en estas redes, con el objeto de influir en los comportamientos políticos. En algunos casos, detrás de la aparición de una demanda y su posterior proceso de politización, en muchas ocasiones, empieza a encontrarse la estrategia de *think tanks* y de grupos de presión organizados.

12. Entre los cofundadores individuales de Avaaz está Tom Perriello, partidario de la “Guerra contra el Terrorismo”; son conocidos sus vínculos con la Asociación Nacional del Rifle. Asimismo, el multimillonario y especulador financiero George Soros se encuentra entre sus miembros donantes (CORDURA, 2011). Es como si al adentrarnos en este tipo de organizaciones nos encontráramos ante lo que Michel Chossudovsky (2010) denomina “fabricando disidencia”: cuando la “disidencia” es generosamente financiada por los mismos intereses corporativos que tienen como objetivo limitar y eliminar el movimiento de protesta, lo que se consigue es evitar que surja una disidencia real, creando una “seudodisidencia controlada” hacia la que canalizar los genuinos impulsos de cambio y renovación.

Por tanto, nos encontramos en una bifurcación de tendencias y análisis que nos muestran la cara y la cruz del uso democrático y comprometido de las redes sociales en busca de una mayor participación de los jóvenes a través de ellas para conformar nuevas dimensiones de la ciudadanía. De hecho los análisis sobre las posibilidades que ofrecen las redes sociales oscilan entre las posiciones más optimistas frente a las más pesimistas.

Si para Simone (2008) las redes sociales proveen medios que favorecen la democracia deliberativa, al permitir, por ejemplo, que públicos subalternos encuentren espacios compartidos, para Havick (2000) o Mayer (2001), dentro de las redes sociales se da un proceso de fragmentación de la información que constituye un problema para la deliberación.

Si para Dahlgren (2005), las redes sociales extienden y pluralizan la esfera pública en un buen número de vías, lo cual facilita una increíble heterogeneidad comunicativa, aunque esto mismo puede generar procesos de fragmentación, para O'Donnell (2001) o Steiner (2005) dentro de las redes sociales, se dan espacios que siempre excluyen a algunos grupos (especialmente, a aquellos contrarios a los valores dominantes).

Si para Bennet (2003) las redes ofrecen una variedad de formas organizativas, con modelos horizontales y fluidez comunicativa entre los participantes, para Galston (2003) se corre el riesgo de que las redes sociales terminen por ser un conjunto de islas de comunicación política en donde, incluso, se formen “ciberguetos”.

Si para Friedland, Hove y Rojas (2006) las formas de comunicación en las redes proveen la forma de conexión entre redes sociales diversas, para Margolis y Resnick (2000) las redes sociales no son todavía un factor de transformación social.

Si para Benkler (2006) las redes sociales generan una auto-gestionada fuente de información, que posibilita compartir conocimientos y experiencias, que hacen de cemento social para la esfera pública digital, para Sunstein (2001) en ellas se da una sobreabundancia de fuentes, con tendencia a la polarización, y en donde se reproduce los mismos discursos que en los mass media.

Si para Savigny (2002) las redes sociales son un instrumento fuera del tradicional control de las élites, ofreciendo además una alternativa a la agenda elaborada por los mass media, para Papacharissi (2002) ya se encuentran colonizadas por los intereses comerciales, reproduciendo los discursos dominantes según Dahlberg (2007).

Las redes sociales y las revueltas digitales del mundo árabe

Recientemente, en una zona del mundo de la que sólo se esperaba letargo o fanatismo –el norte de África– ha surgido una oleada de revueltas populares que amenazaba con hacer caer, uno detrás de otro, a todos los aliados de las potencias occidentales en la región. Se trataba de revueltas económicas y revoluciones democráticas, nacionalistas y anticoloniales, que lejos de estar seducidas por los modelos europeos y norteamericanos, están marcadas por una tradición antiimperialista forjada en torno a Palestina e Irak.

Los medios de comunicación insistieron en la importancia de las redes sociales e Internet a la hora de organizarlas. Algunos llegaron al extremo de afirmar que sin Facebook o Twitter el cambio político en Túnez o Egipto habría sido imposible, centrando la mirada de las revoluciones en la “libertad de expresión”. Pero la mayoría no se levantaron solamente para recuperar únicamente la “libertad de expresión”, sino para apropiarse de todo lo que un sistema de depredación y privatización les estuvo robando durante décadas, con la complicidad de Europa y Estados Unidos.

La primera vez que la prensa empezó a hablar de “revolución Twitter” fue en Irán, durante las fallidas protestas de 2009. Pocos se pararon entonces a pensar que el número de usuarios de Twitter en Irán (unos 8.000) los convertía en una minoría muy pequeña, sobre todo porque entonces no era posible twittear en farsi, la lengua local. La activista iraní Golnaz Esfandiari publicó entonces un artículo en la revista *Foreign Policy* en la que ridiculizaba la obsesión de la prensa occidental con Internet y las redes sociales. “El viejo boca a boca, era, con mucho, el medio más importante que utilizamos los de la oposición”. “Todo el jaleo de Twitter –declaraba el también activista Mehdi Yahyanejad al *Washington Post*– se reducía a un montón de norteamericanos twitteando entre ellos”. Dos años después, el marchamo de “revolución digital” vuelve a aplicarse a las protestas del mundo árabe. Pero de nuevo los números no encajan. Juntos, Túnez, Egipto y el Yemen no llegan a los 15.000 usuarios de Twitter. Menos del 5% de los egipcios tienen perfiles de Facebook (en los otros países, el número es aún menor). Aunque es muy posible que estos medios hayan facilitado a algunos manifestantes comunicarse entre sí, su importancia tiene que haber sido mínima en comparación con el uso de simples teléfonos móviles o la televisión satélite *Al Yazira*. Mahmoud Salem, el twittero más famoso de Egipto, reconocía a la *PBS* norteamericana que en una ciudad con tanta cultura de calle como El Cairo los rumores son más veloces y eficaces que Internet. De hecho, las revueltas se recrudecieron en un período en el que el Internet estaba siendo bloqueado por el Gobierno.

Evgeni Morozov, autor de *El espejismo de la Red*, recuerda que imaginar Internet como una fuerza liberadora supone ignorar inocentemente que los Estados poseen siempre mayor capacidad tecnológica que los individuos. Facebook, con sus listas de contactos fácilmente accesibles, fue mina para los servicios de seguridad iraníes y egipcios (Facebook, de hecho, cerró páginas antigubernamentales en Túnez hasta la caída del presidente Ben Alí).

Los mass media nos presentaron las rebeliones de Túnez, Egipto, Libia, Yemen, Marruecos y Bahrein como un ejemplo de lucha pacífica del pueblo contra la opresión y, en todo caso, hacían alguna débil alusión a las revueltas por la descomunal subida de los precios de los alimentos en los últimos meses por la especulación financiera; una lucha que, por lo demás, es presentada como horizontal, sin líderes, producto de una espontaneidad creadora de valores políticos surgida “desde abajo” gracias, especialmente, a las redes sociales. La imagen general promovida por los medios es que tal evento se debe a la movilización de los jóvenes, predominantemente estudiantes y profesionales de las clases medias, que han utilizado las redes sociales (Facebook y Twitter, entre otros) para organizarse y liderar tal proceso.

Pero esta explicación es incompleta y sesgada. En Egipto, sólo en 2009 existieron 478 huelgas obreras claramente políticas, no autorizadas, que causaron el despido de 126.000 trabajadores, 58 de los cuales se suicidaron (NAVARRO, 2011). El punto álgido de la movilización fue cuando la dirección clandestina del movimiento obrero convocó una huelga general. Los medios de información internacionales se centraron en lo que ocurría en la plaza Tahrir de El Cairo, ignorando que tal concentración era la cúspide de un témpano esparcido por todo el país y centrado en los lugares de trabajo –claves para la continuación de la actividad económica– y en las calles de las mayores ciudades de Egipto. Nadie niega que los jóvenes profesionales que hicieron uso de las redes sociales (sólo un 22% de la población tiene acceso a Internet) jugaron un papel importante, pero es un error presentar aquellas movilizaciones ocultando el papel de la clase trabajadora y presentándolas impulsadas por redes sociales (Facebook, Twitter) mediante el valeroso empeño de jóvenes líderes de clase media occidentalizados, que luchan por lo que tenemos aquí contra malvados y “tercermundistas” déspotas (que anteaer no lo eran para el “mundo libre”) a través de métodos pacíficos.

El tiempo nos dirá si esos ejemplos sobre ciudadanía movilizada, mediante dispositivos tecnológicos, protagonizado especialmente por sectores jóvenes, son de alguna manera casos anecdóticos y aislados o representan una tendencia que podría incrementarse con el tiempo si se masifican las tecnologías de la comunicación. Si las redes sociales se van a convertir en una herramienta para

el empoderamiento de grupos, comunidades y movimientos sociales. Si a través de ellas va a ser posible la globalización de las causas como el medio ambiente y los derechos humanos, con el fin de movilizar voluntades, ejercer presión, instalar temas y legitimar voces disidentes en las agendas nacionales e internacionales, tal como de efectiva ha sido la globalización del capitalismo y de las instituciones financieras y multinacionales que manejan la economía y la política mundial utilizando las nuevas tecnologías.

Estas redes supondrían, por tanto, un espacio todavía en disputa, donde el éxito vendría condicionado por la capacidad de constituir redes y conectar unas con otras, a través de la cooperación en los objetivos y la combinación de recursos (CASTELLS, 2009).

La utopía democrática de la ciudadanía cibernética

Desde el siglo XVIII, con la invención del telégrafo (1794), se han venido reiterando discursos sobre las promesas emancipadoras de las tecnologías a distancia. Se nos prometía que contribuirían a la creación a escala de nación del ágora ateniense. Estos augurios han acompañado a los principales descubrimientos tecnológicos relacionados con la comunicación y la información, tanto a la radio y a la televisión como ahora a Internet y las redes sociales.

Pero, lo cierto es que los medios como la radio o la televisión han hecho más por promover la calidad cultural para minorías que por contribuir a desarrollar el pluralismo informativo (GARCÍA CANCLINI, 1995). La comunicación de información de forma rápida y eficaz ha estado al servicio de determinadas necesidades económicas de la producción en masa pero también de la gestión política de la ciudadanía para “orientar” a la ciudadanía respecto de sus decisiones políticas (RAMONET, 1999; CHOMSKY, 2002; SERRANO, 2010).

Es cierto que las necesidades comunicativas promueven la creación de instrumentos técnicos, pero aquéllas a su vez se plantean con objetivos que nada tienen que ver con la autocomprensión de los sujetos sino con estrategias comerciales, sociales o políticas. De modo que los medios, que ahora denominamos tradicionales (prensa, radio y televisión), antes que proporcionar información o favorecer la comunicación entre los usuarios, que sería uno de los pilares del modelo democrático, crecen, se reproducen y se concentran bajo la consigna de “manejar” a las masas en su alianza con los poderes públicos y económicos. Se mantienen así discursos hegemónicos, prácticas comunicativas normativas y estructuras de relación humana que establecen unas determinadas condiciones de poder.

Los adolescentes y jóvenes de hoy son más libres para formular respuestas y propuestas; sin embargo, siguen teniendo escaso poder para formular las preguntas. Porque la agenda está ya diseñada de antemano. Las redes sociales parecen dar respuesta a nuevas formas de percibir y narrar la realidad por parte de los jóvenes¹³, pero éstas no se escriben sobre la nada sino sobre las viejas construcciones, que se dejan ver como trasfondo, marcas de los discursos dominantes tradicionales sobre las relaciones sociales (LOZANO, 2011). Las redes no tienen mucho poder de influencia sobre “cómo” piensa la gente, pero sí sobre en “qué” deben pensar, orientando la atención hacia determinados temas mientras ocultan o minusvaloran otros.

Lo cierto es que están surgiendo nuevas formas de movilización (BENNETT *et al.*, 2010), más descentralizadas y ya no tan subyugadas a los dictámenes de las organizaciones clásicas (partidos políticos, sindicatos, organizaciones convocantes), y con un nuevo tipo de activistas, con una identificación política más flexible, que conciertan acciones sin pretender homogeneizar ideologías y unidos a través de redes. Estas movilizaciones tienen un carácter mucho más personal (a veces promovido mediante e-mails de familiares y amigos) y espontáneo, generadas a través de redes de confianza. Podría hablarse, incluso, de un tipo “de protesta posmoderna”, que estaría originada a partir de estilos de vida en común y en el que la forma de movilizarse tendría que ver más con aspectos expresivos que sustantivos y en los que, en bastantes ocasiones, más que el cambio social se estaría buscando la visibilización, la necesidad de ser tenidos en cuenta (SAMPEDRO, 2005).

Este tipo de politización ha sido criticado por teóricos de los movimientos sociales (TILLY, 2004; TARROW, 2005) que interpretan que, si bien estas redes de activismo a través de Internet son impresionantes en escala, alcance y rapidez de la movilización, sus resultados y efectos finales podrían ser muy limitados, debido al mencionado carácter expresivo y a esa identificación política flexible que opera a través de canales de comunicación personal (BENNETT *et al.*, 2010). Incluso, y llevándolo al extremo, se podría llegar a pensar en la “muerte” de la acción colectiva tal cual se la ha conocido hasta ahora, sustituida por una especie de “egoísmo solidario”, donde actores individuales se unen en momentos concretos, y de forma esporádica y variable, para expresar sus preferencias políticas, sociales y culturales.

13. Surgen nuevos lenguajes: ya se denomina *ciberhabla* a esa “jerga” casi incomprensible para muchos, mezcla de idiomas y abreviaturas (también adoptada por adultos de alto nivel sociocultural), cuyos defensores dicen que sirve para ahorrar tiempo en la escritura y supone una búsqueda de la adaptación de la ortografía a la pronunciación (TORREGO, 2011).

Según un estudio de Anduiza *et al.* (2010) sobre los hábitos y comportamientos políticos de los internautas españoles, el 45% de los usuarios y usuarias se informa sobre política a través de Internet, si bien sólo el 25% lo hace con una frecuencia semanal o superior. En cuanto a estímulos movilizados (información con contenido político que se recibe a través de la web sin buscarla o solicitarla previamente), los negativos (como, por ejemplo, e-mails con contenido crítico hacia un candidato), con el 27%, son más frecuentes que los positivos (por ejemplo, e-mails de apoyo a un partido), con el 11%.

Mientras que, por otro lado, un 22% de internautas ha recibido en alguna ocasión un correo electrónico donde se le convoca a una manifestación. Prácticamente, el mismo porcentaje recibió un manifiesto o petición. En último lugar, en lo que respecta a formas de participación política *online*, el 29% de los internautas asegura haber utilizado Internet para comunicarse con una asociación u organización, en contraste del 5% que afirma haberlo utilizado para entrar en contacto con algún partido político. Por su parte, el 16% de los usuarios lo utilizó para plantear alguna reclamación ante la Administración y el 20% para participar en algún foro, web o blog con contenidos políticos. Por último, el 14% ha firmado, en alguna ocasión, un manifiesto y el 8% depositó alguna donación.

En definitiva, podemos decir que las redes sociales presentan nuevas ventajas y a la vez abren nuevas incertidumbres. Para Atton (2002), pueden conducir al *boom* o al *doom*. Puede llevar a la materialización de las utopías tecnológicas de un mundo igualitario o, por el contrario, en las redes sociales se pueden reproducir los desequilibrios de poder que existen ya en la realidad social. Para Frissen (2003), las redes pueden aumentar el compromiso cívico o, por el contrario, pueden conducirnos hacia procesos de “balcanización” de la sociedad. Para Marí (2007) las redes pueden servir para enredarse (para la construcción de redes orientadas al cambio social) o para liarse (para la fragmentación social y la dispersión respecto a las estrategias de cambio). Nuevas posibilidades de participación, el acceso a múltiples fuentes informativas, el modelo horizontal de la comunicación, la generación de un espacio de interacción social que traspasa la cartografía clásica y los límites corporales, haciendo posible superar ciertas barreras físicas, sociales e incluso psicológicas y políticas. Pero, simultáneamente, abren dificultades por la fragmentación y la consecuente polarización o “balcanización” de posiciones y acciones, por la insuficiente fiabilidad y calidad de las informaciones en la Red o la saturación informativa, por una ciberparticipación *clickactivista* conforme a las estrategias de marketing publicitario.

Este es el reto, este es el desafío. El futuro se está construyendo con las redes que vamos tejiendo.

Referencias bibliográficas

- ANDERSON, B. y TRACY, K. (2001). "Digital living: the impact (or otherwise) of the Internet on everyday life". *American Behavioral Scientist*, 45, 456-475.
- ANDUIZA, E., CATIJOCH, M., COLOMBO, C., GALLEGO, A. y SALCEDO, J. (2010). "Los usos políticos de Internet en España". *REIS*, enero-marzo, 133-146.
- ARAYA DUJISIN, R. (2005). "Internet, política y ciudadanía". *Nueva sociedad*, 195, 56-71.
- ATTON, C. (2002). *Alternative Media*. London: Sage.
- BARGH, J., McKENNA, K. y FITZSIMONS, G. (2001). "Can you see the real me? Activation and expression of the 'True Self' on the Internet". *Journal of Social Issues*, 58, 33-48.
- BARRÓN, A. y SÁNCHEZ, E. (2001). "Estructura social, apoyo social y salud mental". *Psicothema*, 13, 17-23.
- BENKLER, Y. (2006). *The wealth of networks*. New Haven: Yale University Press.
- BENNETT, W. L. y BREUNIG, C. y GIVENS, T. (2010). "Communication and political mobilization: digital media and the organization of anti-Iraq war demonstrations in the U.S.". *Political Communication*, 25(3), 269-289.
- BENNETT, W. L. (2003). "New media power: The Internet and global activism". En N. Couldry y J. Currans (Eds.), *Contesting media power* (pp. 17-37). Lanham: Rowman & Littlefield.
- BENTLER, P.M. (1995). *EQS structural equations program manual*. Encino, CA: Multivariate Software.
- BRINGUÉ SALA, X. y SÁDABA CHALEZQUER, C. (2011). *Menores y Redes Sociales*. Madrid: Fundación Telefónica.
- CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, D. (2010). "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual". *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- CASSANY, D. (2002). "La alfabetización digital". *XIII Congreso Internacional de la Asociación Lingüística y Filológica de América Latina (ALFAL)*. San José: Universidad de Costa Rica.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CASTELLS, M. (Ed.) (2004). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza.

- CASTELLS, M. (2001). "¿Comunidades virtuales o sociedad red?". En M. Castells, *La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- CASTELLS, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- CHOMSKY, N. (2010). *Las 10 principales estrategias de manipulación mediática*. [Recuperado el 13 de febrero de 2011 de <http://www.cubadebate.cu/opinion/2010/09/15/noam-chomsky-y-las-10-estrategias-de-manipulacion-mediatica/>]
- CHOMSKY, N. (2002). *La Propaganda y la opinión pública*. Barcelona: Crítica.
- CHOSSUDOVSKY, M. (2010). "Fabricando disidencia. Globalistas y élites controlan los movimientos populares". *Rebelión*. [Recuperado de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=116109> el 22 de marzo de 2011].
- COHEN, S. y SYME, S. (1985). *Social support and health*. New York: Springer.
- COHEN, S., KAMARCK, T. y MERMELSTEIN, R. (1983). "A global measure of perceived stress". *Journal of Health and Social Behavior*, 24, 385-396.
- COLE, J. (2000). *Surveying the Digital Future*. Los Angeles: UCLA Ctr. Telecommun. [Recuperado el 24 de abril de 2011 de <http://www.digitalcenter.org/pdf/InternetReportYearOne.pdf>].
- CORDURA, J.F. (2011). "¿La 'voz' de quién? (O por qué me di de baja en Avaaz)". *Rebelión*. [Recuperado el 22 de marzo de 2011 de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=124151>]
- DAHLBERG, L. (2007). "The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere". *International Journal of Media and Cultural Politics*, 3, 1.
- DAHLGREN, P. (2005). "The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation". *Political Communication*, 22, 147-162.
- DE MORAES, D. (2004). *El activismo en Internet: nuevos espacios de lucha social*. [Recuperado el 13 de febrero de 2011 de <http://www.rebellion.org/hemeroteca/cibercensura/040202.htm>]
- DEL MORAL, J.A. (2005). *Redes Sociales ¿Moda o nuevo paradigma?* Madrid: Asociación de Usuarios de Internet.
- DÍEZ RODRÍGUEZ, A. (2003). "Ciudadanía cibernética. La nueva utopía tecnológica de la democracia". En J. Benedicto y M. L. Morán (Ed.), *Aprendiendo a ser ciudadanos* (pp. 193-218). Madrid: Injuve.

- DiMAGGIO, P., HARGITAI, E., NEUMAN, W.R. y ROBINSON, J.P. (2001). "Social implications of the Internet". *Annual Review of Sociology*, 27, 307-36.
- ECHEBURÚA, E. y DE CORRAL, P. (2010). "Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto". *Adicciones*, 22(2), 91-96.
- ELOSUA, P. (2003). "Sobre la validez de los tests". *Psicothema*, 15, 315-321.
- ENSEL, W. y LIN, N. (1991). "The life stress paradigm and psychosocial distress". *Journal of Health and Social Behavior*, 32, 321-341.
- ESTEBAN, X. (2010). "Marketing viral". *Gremi (Gremi d'Indústries Gràfiques de Catalunya)*, junio, 28-29.
- FRIEDLAND, L., HOVE, T. y ROJAS, H. (2006). "The networked public sphere". *Javnost-The Public*, 13, 5-26.
- FRISSEN, V. (2003). *ICTs and social capital in the Knowledge Society*. Sevilla: IPTS.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2010). *Informe sobre la sociedad de la información en España 2010*. Madrid: Ariel. [Recuperado de <http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie10/el13/02/2011>].
- GALSTON, W. A. (2003). "If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution?". En D. M. Anderson y M. Cornfield (Eds.), *The civic web: Online politics and democratic values* (pp. 35-44). Lanham: Rowman & Littlefield.
- GARCIA CANCLINI, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GRACIA, E. (1998). *El apoyo social en la intervención comunitaria*. Barcelona: Paidós.
- GRACIA, E. y HERRERO, J. (2004). "Determinants of social integration in the community: An exploratory analysis of personal, interpersonal, and situational variables". *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 14, 1-15.
- GRACIA, E. y MUSITU, G. (2002). "Escala de Participación Comunitaria". En E. Gracia, J. Herrero y G. Musitu, *Evaluación de recursos y estresores psicosociales en la comunidad*. Madrid: Síntesis.
- GRACIA, E., HERRERO, J. y MUSITU, G. (2002). *Evaluación de recursos y estresores psicosociales en la comunidad*. Madrid: Síntesis.
- GROS SALVAT, B. y CONTRERAS ROS, D. (2006). "La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas". *Revista Iberoamericana de Educación*, 42, 103-126.

- GUTIÉRREZ, A. (2003). *Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
- HAMPTON, K.N. (2001). *Living the Wired Life in the Wired Suburb: Netville, Glocalization and Civic Society*. Doctoral dissertation, Department of Sociology, University of Toronto, Toronto.
- HAMPTON, K.N. y WELLMAN, B. (2000). "Examining community in the digital neighborhood: Early results from Canada's wired suburb". En T. Ishida y K. Isbister (Eds.), *Digital Cities: Experiences, technologies and future perspectives*. Heidelberg, Germany: Springer.
- HAVICK, J. J. (2000). "The impact of the Internet on a televisión-based society". *Technology in Society*, 22, 273-287.
- HERRERO, J.; MENESES, J.; VALIENTE, L. y RODRÍGUEZ, F. (2004). "Participación social en contextos virtuales". *Psicothema*, (16), 3, 456-460.
- HERRERO, J. y MUSITU, G. (2002). "Cuestionario de Autoestima AUT-17". En E. Gracia, J. Herrero y G. Musitu, *Evaluación de recursos y estresores psicosociales en la comunidad*. Madrid: Síntesis.
- HOBBSAWM, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- KAVANAUGH, A.L. y PATTERSON, S.J. (2001). "The impact of community computer networks on social capital and community involvement". *American Behavioral Scientist*, 45, 496-509.
- KOKU, E., NAZER, N. y WELLMAN, B. (2001). "Netting scholars: Online and offline". *American Behavioral Scientist*, 44, 1752-1774.
- KRAUT, R., KIESLER, S., BONEVA, B., CUMMINGS, J. y HELGESON, V. (2001). "Internet paradox revisited". *Journal of Social Issues*, 58, 49-74.
- KRAUT, R., PATTERSON, M., LUNDMARK, V., KIESLER, S., MUKOPHADHYAY, T. y SCHERLIS, W. (1998). "Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?" *American Psychological Association*, 53, 1017-1031.
- LAIREITER, A. y BAUMANN, U. (1992). "Network structures and support functions: Theoretical and empirical analysis". En H. Veiel. y U. Bauman (Eds.), *The meaning and measurement of social support*. New York: Hemisphere.
- LEVY, P. (1997). *La cibercultura, el segon diluvi?* Barcelona: EdiUOC-Proa.
- LIN, N. (2001). *Social Capital: A theory of social structure and action*. New York: Cambridge University Press.

- LIN, N., DEAN, A. y ENSEL, W. (1986). *Social support, life events and depression*. New York: Academic Press.
- LÓPEZ BALLESTEROS, F. (2011). "El fuego de las revoluciones se enciende desde Internet. *El Universal*, domingo, 30 de enero". [Recuperado el 14 de febrero de 2011 de http://www.eluniversal.com/2011/01/30/int_art_el-fuego-de-las-revo_2176816.shtml].
- LOZANO ESTÍBALIS, M. (2011). "Re(d)efiniendo identidades. Sobre redes sociales, jóvenes y mercado". *Cuadernos de Pedagogía*, 408, 62-64.
- MAJO, P. y MARQUÉS, P. (2002). *La revolución educativa en la era Internet*. Barcelona: Praxis.
- MARGOLIS, M. y RESNICK, D. (2000). *Politics as usual: The cyberspace "revolution"*. London: Sage.
- MARÍ, V. M. (2010). "Tecnologías de la información y gobernanza digital. Los usos ciudadanos de Internet en el espacio local de Jerez de la Frontera". *Historia Actual Online*, 21, 173-187.
- MARÍ, V. M. (2007). "Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet". *ZER*, 22, 453-471.
- MARÍ SÁEZ, V.M. (2005). "El deseo de enredarse y el peligro de liarse. Un autodiagnóstico sobre los procesos de apropiación de internet por parte de los movimientos sociales y la ciudadanía activa". *TEXTOS de la CiberSociedad*, 9. [Recuperado el 13 de febrero de 2011 en <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=80>].
- MARTÍNEZ, M., GARCÍA, M. y MAYA, J.I. (2001). "El efecto amortiguador del apoyo social sobre la depresión en un colectivo de inmigrantes". *Psicothema*, 13, 605-610.
- MAYER, V. (2001). "From segmented to fragmented: Latino media in San Antonio, Texas". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78, 291-306.
- McKENNA, K., GREEN, A. y GLEASON, M. (2001). "Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?" *Journal of Social Issues*, 58, 9-31.
- MILLÁN, J. (1997). *De redes y saberes*. Madrid: Santillana.
- MONBIOT, G. (2011). "Online astroturfing is more advanced and more automated than we'd imagined". *The Guardian*, 23 Febrero [<http://www.monbiot.com/2011/02/23/robot-wars/> Recuperado el 19 de marzo de 2011].
- MÜLLER, C. (1999). *Networks of "personal communities" and "group communities" in different online communication services*. Newcastle, UK: University of Northumbria.

- NAVARRO, V. (2011). "Lo que no se conoce sobre Egipto". *Público*, 17 febrero 2011. [Recuperado el 19 de marzo de 2011 de <http://blogs.publico.es/dominiopublico/3047/lo-que-no-se-conoce-sobre-egipto/>].
- NIE, N.H. y ERBRING, L. (2000). *Internet and society: A preliminary report* [Online]. Stanford Institute for the Quantitative Study of Society (SIQSS), Stanford University, and InterSurvey Inc. <http://www.stanford.edu/group/siqss>. Visitado el 18 de julio de 2001.
- O'DONNELL, S. (2001). "Analysing the Internet and the public sphere: The case of Womenslink". *Javnost-The Public*, 8, 39-57.
- PAPACHARISSI, Z. (2002). "The virtual sphere: The Internet as a public sphere". *New Media and Society*, 4, 9-27.
- PREECE, J. (2000). *On-line communities: Designing usability and supporting sociability*. New York: Wiley.
- PUTNAM, R. (2009). *The myth of digital democracy*. New Jersey: Princeton University Press.
- PUTNAM, R. (2002). *Solo en la bolera: Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- QUAN-HAASE, A. y WELLMAN, B. (2004). "How Does the Internet affect social capital?". En M. Huysman y V. Wulf (Eds.), *Social capital and information technology* (pp. 64-79). Cambridge: MIT Press.
- RAMONEDA, J. (2011). "Un nuevo sujeto político". *El País*, 20 de febrero de 2011. [Recuperado de http://www.elpais.com/articulo/opinion/nuevo/sujeto/politico/elpepusocdgm/20110220elpdmgpan_3/Tes el 20 de marzo de 2011].
- RAMONET, I. (1999). *La tiranía de la comunicación*. Barcelona: Debate.
- RHEINGOLD, H. (2000). *The Virtual Community. Revised edition*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- ROBINSON, J.P. y KESTNBAUM, M. (1999). "The personal computer, culture and other uses of free time". *Social Science Computer Review*, 172, 209-216.
- RODRÍGUEZ ILLERA, J. (2004). "Las alfabetizaciones digitales". *Bordón*, 56.
- SAMPEDRO, V. (2005). *13M: Multitudes Online*. Madrid: La Catarata.
- SÁNCHEZ BURÓN, A. y POVEDA FERNÁNDEZ, M. (2010). *Informe Generación 2.0 2010. Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales*. Madrid: Universidad Camilo José Cela.

- SANTOR, D. y COYNE, J. (1997). "Shortening the CES-D to improve its ability to detect cases of depression". *Psychological Assessment*, 93, 33-242.
- SAVIGNY, H. (2002). "Public opinion, political communication and the Internet". *Politics*, 2, 1-8.
- SERRANO, P. (2010). *Traficantes de información*. Madrid: Foca.
- SIMONE, M. (2008). "Mediated networks for deliberative democracy: Connecting enclave and shared spheres". En *Conference Papers, National Communication Association*, 1-23.
- SUÁREZ NAVAZ, L. (2005). "Ciudadanía y migración: ¿un oxímoron?". *Puntos de Vista*, 4, 29-47.
- SUÁREZ, L.; MACIÀ, R. y MORENO, A. (2007). "El Estado y las luchas de los sin papeles en España: ¿una extensión de la ciudadanía?". En L. Suárez-Navaz, R. Macià Pareja y Á. Moreno García, *Las luchas de los sin papeles y la extensión de la ciudadanía. Perspectivas críticas desde Europa y Estados Unidos* (pp. 185-213). Madrid: Traficantes de sueños.
- SUNSTEIN, C. (2001). *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- STEINER, L. (2005). "The feminist cable collective as public sphere activity". *Journalism*, 6, 314-334.
- TARROW, S. (2005). *The new transnational activism*. New York: Cambridge University.
- TILLY, C. (2004). *Social Movements, 1768-2004*. Boulder, Colo.: Paradigm Publishers.
- TORREGO, A. (2011). "«Eskriibo en el tuenti komo pronunçiih». Apuntes sobre la ortografía en una red social". *Tarbiya* (en prensa).
- USLANER, E. (2001). "Social Capital and the Net". *Proceedings of the ACM*, 43, 60-64.
- VAN ALSTYNE, M. y BRYNJOLFSSON, E. (1996). "Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?". En J. DeGross, S. Jarvenpaa, y A. Srinivasan (Eds.), *Proceedings of the 17th International Conference on Information Systems*. New York: Wiley.
- WARNKEN, C. (2011). "Estoy en el Cairo". *El Mercurio*, Jueves 03 de Febrero de 2011. [Recuperado de <http://blogs.elmercurio.com/columnasycartas/2011/02/03/estoy-en-el-cairo.asp>, el 14 de febrero de 2011].
- WELLMAN, B. y GULIA, M. (1999). "Net surfers don't ride alone: Virtual community as community". En B. Wellman (Ed.), *Networks in the Global Village*, Boulder, Co.: Westview.
- WOOLGAR, S. (2004). "La experiencia británica de las nuevas tecnologías". En M. Castells (Ed.), *La sociedad red: una visión global* (pp. 168-188). Madrid: Alianza.