

REDEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA: REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Adrián Mauricio Aguilar Orta¹ y Dr. Jesús Aguilar López²

Resumen

El reciente estudio académico de la comunicación política se enfrenta a un fenómeno que lo obliga a hacer un alto en el camino. El creciente uso de las redes sociales de internet ha modificado significativamente ciertas prácticas políticas. Es innegable la importancia otorgada a lo que en internet sucede, por ello es necesaria la continua actualización académica en diversos campos. La comunicación política no es la excepción. El presente texto busca sustentar de manera teórica la premisa de que la comunicación política debe redefinirse para sujetarse a las crecientes prácticas que emanan de las herramientas que el internet ha puesto a disposición del internauta en su faceta como ciudadano.

Palabras Clave

Internet, Movimientos Sociales, Tecnologías de Información y Comunicación, Facebook, Twitter.

1 Noveno semestre de la Licenciatura en Administración Pública, Universidad de Guanajuato. Lascuráin De Retana No. 5, Colonia Centro. C. P: 36000, Guanajuato, Gto. Teléfono (044) 473 73 3 0006.

2 Profesor Investigador de Tiempo Completo, Universidad de Guanajuato, División de Derecho, Política y Gobierno, Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno. Responsable del CA Democracia, Sociedad Civil y Política Internacional. Lascuráin De Retana No. 5, Colonia Centro. C.P: 36000, Guanajuato, Gto. Teléfono (044) 473 73 3 0006 Ext. 4074. Correo electrónico: jesusaguilar@ugto.mx.

INTRODUCCIÓN

La política como actividad está arraigada en las sociedades y en las personas que por uno u otro motivo aspiraron a estar en la cúpula política de la organización social. Para todo esto, la relación entre dicha cúpula y la sociedad ha estado definida por la comunicación que se establece entre estos dos: Por la comunicación política. Por esta vía definida entre gobernantes y gobernados es que transita información codificada de diferentes maneras, fluye y se retroalimenta. A pesar del reconocimiento de la comunicación política como fenómeno, la Comunicación Política –así, en mayúsculas como lo sostiene María José Canel– como un objeto de estudio a cargo de la academia, llegó demasiado tarde. Lo difuso de su campo y la reducción de su contenido a cuestiones electorales, retardaron el interés de los académicos, quienes lo consideraron “ilegítimo, trivial, incluso inexistente” (Gerstlé, 2004: 9). Sin embargo, desde esa misma concepción electoral y las escuelas del comportamiento estadounidense fue que se comenzó a forjar el interés para estudiar la comunicación política con argumentos científicos. Dicho interés puede ubicarse con Paul Lazarsfeld, dice Carlos Rodríguez que “Lazarsfeld y su equipo postularon un modelo de doble flujo en el cual la influencia de los medios masivos estaba condicionada por los líderes de opinión, quienes positiva o negativamente reevaluaban la información de los medios en un modo interpersonal, corroborando el rol complementario que los medios masivos y la comunicación interpersonal frecuentemente desempeñan en las decisiones políticas individuales” (2011: 43).

Cuando un campo de estudio se compone de conceptos que se han adaptado al uso cotidiano, se pueden cometer errores al dar por sentado un conocimiento del tema basado en la *praxis*. Sin embargo, se está frente a algo que es más que la suma de sus partes. A pesar de ello, tampoco se puede prescindir de conceptualizarlo por partes.

No hace más de diez años la existencia de las redes sociales de internet era algo lejano entre las personas y aún para los internautas. Hemos sido testigos del marchar de varias redes sociales –Hi5, MySpace, Metroflog, por ejemplo– pero su simpleza y público demasiado juvenil, no los dotaron de fuerza suficiente como para persistir en la preferencia de los internautas. En la actualidad, ese público juvenil ha crecido de la mano de otras redes sociales que han sabido entender las necesidades de los internautas. Ahora Facebook, Twitter y portales como YouTube forman una triada de información que se desborda en internet. Su uso varía, sin embargo, nos interesa lo que ha venido suscitándose alrededor del mundo desde hace unos años. Y es que volteamos a ver lo que sucedía en las redes sociales a partir de acontecimientos como los ocurridos en Túnez, Islandia y Egipto³, desde 2009. Todo eso, ha quedado claro pero, ¿qué tienen las redes sociales de internet que aportar al estudio de la comunicación política. No tenemos que hacer una apología de las redes sociales, es muy difícil no toparse con diferentes aristas de las mismas que no merecen ser estudiadas, a continuación se explican dos ámbitos en los que sí han incidido y modificado la manera de percibir a la comunicación política.

³ Para abordar más en el tema se sugiere revisar a Manuel Castells, quien en *Redes de Indignación y Esperanza* (2012) elabora un análisis de diferentes países donde los movimientos sociales se conectaron mediante el uso de la tecnología.

Opinión Pública y agenda setting

Otro concepto de difícil comprensión por las diferentes aristas que conlleva. Sin embargo, podemos entenderla como aquella que se forma cuando un público concurre al espacio público para deliberar sobre algo. La discusión y deliberación dan como resultado opinión pública que tiende a ser la de la mayoría. Las redes sociales han venido ofreciendo una nueva manera de acercarse al espacio público, para clarificar esto, Habermas dice que

Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. *La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos.* En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como *público* se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. *En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público* (Habermas, 1973, citado en Boladeras, 2001)⁴.

La determinación de un nuevo espacio público en las redes sociales de internet no está fuera de tono, ya que el espacio público “no es un espacio político sino ciudadano, civil, del «mundo de la vida» y no de un determinado sistema o estructura social.” (Boladeras, 2001: 54). En la cotidianidad del internet es como se sumerge el internauta a este espacio público, sin estar consciente de ello. Aunque el espacio público creado en internet no se termina por concretar sino traspasa a lo real, es por ello que estamos frente a un “espacio público híbrido” (Castells, 2012: 28), que se hace latente sobre todo en los movimientos sociales, como ya veremos.

La cita antes rescatada de Habermas nos dice aún más. Las redes sociales permiten la *entrada* a más ciudadanos, creando un *público amplio* que recurre al internet para compartir o ser receptor de información sobre ese algo que busca deliberar con otros. Lo que aquí nos atañe es que esos “medios precisos de transferencia e influencia” que menciona Habermas, son los medios tradicionales que por años acapararon las únicas vías de comunicación política, y que pueden estar cooptados por intereses de poder o ideología. Por esta razón, podemos entender el papel de las redes sociales como una resistencia a los medios tradicionales de comunicación. Los medios de comunicación tienen su propia agenda de temas que presentan al público – *agenda setting*– éste los toma o los deja, si la agenda de este público es similar a la *agenda setting* entonces estaríamos observando una relevante variable para medir el nivel de influencia que tienen los medios de comunicación como sobre determinada sociedad. Sin embargo, en internet se puede encontrar una extensión de los medios tradicionales –televisión, prensa, radio–; la diferencia aquí es que al no estar regulados normativamente o sometidos a una dinámica económica como la televisión, por ejemplo, la información fluye libre, con actores independientes que sólo necesitan de su computadora y conexión a internet para convertirse en generadores de información.

Los Movimientos Sociales

Es necesario tener en cuenta la distinción entre los movimientos sociales de mitad del siglo XX y los que la teoría han denominado “nuevos movimientos sociales” que surgieron a raíz de las movilizaciones de los años sesenta⁵. Estos basan el estudio de esos nuevos movimientos sociales en una sociedad global contemporánea, “cuya característica es la preocupación por problemáticas globales tales como el calentamiento global, el medio ambiente, los derechos de: las mujeres, jóvenes, homosexuales, niños, animales, y una serie de tópicos que buscan tener lugar en las agendas de los políticos, en contraste con los temas sobre lucha de clases.” (Valadés, 2011) Los movimientos sociales más acaparadores y generales,

⁴ Las cursivas son mías.

⁵ Véase a Alberto Melucci o Alain Touraine.

desplazan aquellos que eran, más bien, sectoriales –movimientos obreros, estudiantiles, ferrocarrileros, campesinos–.

Esta nueva amplitud de los movimientos sociales genera mayor empatía entre los ciudadanos, al otorgarles un espacio al que pueden acudir con sus propias opiniones y motivaciones a la movilización. Estos movimientos se hacen perceptibles gracias a manifestaciones simbólicas y representaciones que consiguen la identificación de los individuos (Melucci, 1989). Para el sociólogo español Manuel Castells, las movilizaciones se producen gracias a que los individuos comparten la principal característica *sine qua non* para los Movimientos Sociales: una indignación respecto a una situación, aquélla deberá ser transformada por el colectivo en esperanza, misma que le da vida a la movilización (2012). Sin embargo, para que la indignación y los símbolos le den forma a un movimiento, son necesarias al menos dos condiciones: La primera es la existencia de un esquema de comunicación individual, donde el emisor encuentre al receptor mediante un canal; la segunda condición se refiere al hecho de conectar la emoción entre individuos implicados, “cuanto más rápido e interactivo sea el proceso de comunicación, más probable es que se forme un proceso de acción colectiva” (Castells, 2012: 32). Las redes sociales de internet han demostrado que la rapidez y la interacción son baluartes de su oferta. La facilidad que se encuentra para poder conectarse con alguna otra persona, sin importar la ubicación geográfica es un pilar fundamental para esta idea.

Para sostener a un movimiento social, las redes sociales han sido fundamentales en la movilización; es la trinchera del movimiento. Desde ahí surgen las convocatorias para tomar acción. El caso español de los indignados tomó forma gracias al portal de internet –y su página en Facebook– “Democracia Real YA!”, por la cual, las grandes movilizaciones de mayo del 2011 fueron llamadas. En México, un año después, el movimiento amalgamado en contra de una supuesta imposición presidencial fue posible gracias a la viralización de estudiantes de la Universidad Iberoamericana, convertido en el #YoSoy132, expresión surgida de Twitter para apoyar a los 131 estudiantes de dicha universidad que fueron considerados acarreados al mostrar su enfado ante la presencia del entonces candidato a la Presidencia, Enrique Peña Nieto. Ejemplos como estos hay más, podemos voltear a ver a Brasil, justo un año antes de iniciar el pasado Mundial de Fútbol.

MÉTODOS Y MATERIALES

La investigación ha requerido de una extensa búsqueda bibliográfica sobre el tema de comunicación política. Se revisó parte del acervo al respecto en la biblioteca de la Universidad Iberoamericana con Sede en el Distrito Federal, así como seguimiento a acontecimientos donde se observa el fenómeno que interesa a la investigación. Casos como el de los Indignados en España, el #YoSoy132 en México, las movilizaciones brasileñas en contra del alza de precios en el transporte público, resultan ilustrativos y un sustento práctico de lo que la teoría de la Comunicación Política, la opinión pública y los movimientos sociales ha señalado a través del tiempo.

RESULTADOS

Las redes sociales han hecho aportes para el estudio de la opinión pública, y nos obligan a analizar cómo afecta su influencia en la composición de una opinión general del público. Le da mayor entrada a la ciudadanía que no está conforme con las vías tradicionales de hacerse escuchar. Por otro lado, aunque no

tan separada de la anterior idea, las redes sociales de internet son el vehículo extra-tradicional donde la conexión entre individuos que busca una misma causa se concreta, otorgándole al movimiento social mayor cohesión; característica fundamental para fortalecer al movimiento. A grandes rasgos, estas dos aseveraciones muestran dos ámbitos de la Comunicación Política donde han cambiado la manera de hacer análisis, implicando un cúmulo de actores más amplio.

CONCLUSIONES

La innegable presencia de las redes sociales de internet en dinámicas sociales nos obliga a ocuparnos de su estudio. El devenir mundial ha demostrado que dedicarle un análisis académico a las redes sociales de internet no resulta ocioso. La importancia que va adquiriendo la tecnología y su creciente accesibilidad para la población complejizan ciertas dinámicas que ya estaban establecidas. ¿Qué pasa con el ciudadano que tiene a su alcance la capacidad de lanzar su enojo al mundo? Podría pasar nada; un par de personas simpatizarán y lo reflejarán con sus respectivos “me gusta” en Facebook o con un *retweet* en Twitter. Sin embargo, no todas las acciones vertidas en las redes sociales, resultan así de estériles. Cuando un objeto de discusión – para la opinión pública– o de indignación –para los movimientos sociales– logra conectarse al público, éste puede crecer en minutos; el público sólo tiene que dar *click* para mostrar su aprobación.

La opinión pública formada sobre algún tema, hoy en día se ve influenciada en gran medida por lo que se discute en la red. No todos tienen acceso a una red social, y menos aún cuando apenas existen 51.2 millones de internautas en el país⁶. Sin embargo, no podemos afirmar del todo que el espacio público donde se delibera, se cierra a las personas con acceso a internet. Como se mencionó, el uso de las redes sociales configura un espacio público “híbrido” donde se complementa el espacio público real con el de la red. Las tendencias encontradas en internet, cuando logran replicarse y fortalecerse, logran reproducirse en los medios de comunicación tradicionales; esto, rompe con el principal impedimento de acceso al espacio público. Cuando se establece dicho espacio público híbrido donde coloca un tema a discusión entre la población en general, está formando un público alrededor, indistintamente de la capacidad tecnológica del individuo. Esta nueva manera de formar opinión pública, cambia el paradigma tradicional de una dinámica de comunicación política, donde la élite política está conectada con la ciudadanía mediante un intermediario único: los medios. Ahora, la fuerza del internet, provocan una mayor atención por parte de los políticos y gobernantes para conocer el sentir ciudadano.

Ante un contexto democrático representativo, donde la formulación de políticas públicas se enfoca a la institución, y una sociedad civil que basa su participación en el hecho de emitir su voto, la dinámica política se hace pasiva (Aguirre, 2013). Este

[...] déficit democrático exige mayor dinamismo y flexibilidad en la transferencia de la información significativa, la consulta, el diálogo, las encuestas y, finalmente, la co-legislación y co-decisión que implica el reparto de poder entre los representantes electos y sus respectivos electores. Esto crea la necesidad de una participación ciudadana no reducida a la reacción electoral como evaluación de sus gobernantes, sino elevada en la anticipación de la definición de las políticas públicas (Aguirre, 2013: 123).

⁶ Con base en los datos del *Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014* realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), disponible en línea https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf [última consulta 8 de septiembre de 2014].

La importancia de generar mayor participación ciudadana, es fundamental para reactivar el papel de la sociedad civil. “La participación política la efectúan los ciudadanos mediante instituciones formales y con instrumentos reconocidos en el sistema político [...] En contraste, la participación ciudadana busca la interacción con el Estado en el espacio público para influir sobre él y definir las políticas públicas y, en el mejor de los casos, el reconocimiento de nuevos derechos.” (Aguirre, 2013: 124) De esta manera, la sociedad civil puede echar mano de un espacio público en el cual pueda participar sin tener una relación directa con el Estado. Siendo una herramienta fundamental para la generación de movimientos sociales y su conexión entre individuos; asimismo, facilitando como lo ha hecho en los casos señalados con anterioridad, las redes sociales han incentivado una mayor participación ciudadana donde el individuo siente el poder de la colectividad como motor de cambio, rompiendo totalmente con los esquemas de petición y respuesta que la comunicación política tenía establecida en tiempos anteriores.

Resulta evidente constatar que estamos viviendo en la sociedad de la información o de la comunicación como lo señalan Jacques Gerstlé, o en una sociedad red, como lo menciona Manuel Castells, donde la conexión es fundamental para mover a la ciudadanía. Las redes sociales generan más espacios donde se puede construir participación ciudadana.

Esto apenas ha comenzado, aún queda mucho por ver respecto al tema. No se trata de hacer una apología de las redes sociales, sino de un reconocimiento de la influencia que ha tenido en la comunicación política. Se necesita estudiar el ámbito internauta de una manera más profesional para comprender los fenómenos sucedidos y los que están por venir.

La redefinición de la comunicación política está en el reconocimiento de nuevos espacios públicos y de vías de comunicación novedosas que se alejan de las tradicionales, siendo hoy por hoy, las más ciudadanas que tenemos. Aún quedan muchas dudas sobre la mesa que merecerán extender este estudio hasta una comprensión holística del fenómeno.

REFERENCIAS

- AGUIRRE SALA, J. F. (2013). “Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales” en revista *Culturales*, vol. 1, núm. 2 [Pp. 119-150].
- BOLADERAS CUCURELLA, M. (2001). “La opinión pública en Habermas” en revista *Análisi*, núm. 26. Barcelona, España [Pp. 51-70].
- CANEL, M. J. (2006). *Comunicación Política: Una guía para su estudio y práctica*. 2da edición. Madrid, España: Tecnos.
- CASTELLS, M. (2012). “El poder en la era de las redes sociales” en revista *Nexos*, núm. 417, septiembre [Pp. 44-51].
- _____. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- GERSTLÉ, J. (2004). *La comunicación política*. 1ª edición Chile, 2005. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- MELUCCI, A. (1989). *Nómadas del Presente*. Filadelfia, Estados Unidos de América: Temple University Press.
- MENDOZA PÉREZ, J. L. (2011). “Perspectivas teóricas sobre la opinión pública: Habermas y Noelle-Neumann” en *Interpretextos*, Otoño [Pp. 105-118].
- RODRÍGUEZ ARECHAVALA, C. (2011). “Explorando los fundamentos teóricos de la Comunicación Política” en *Comunicación política y democratización en Iberoamérica*, Carlos Rodríguez y Carlos Moreira (editores). México, D.F.: Universidad Iberoamericana y Centro Paraguayo de Estudios Sociológicos.
- TARDE, G. (1989). *L'opinion et la foule*. Paris, Francia: Les Presses universitaires de France.
- VALADÉS GARCÍA, B. (2011). “Conceptualizar el papel de las redes sociales en internet en movimientos sociales y acciones colectivas. Propuesta aplicada a lo digital.” En revista *Razón y Palabra*, núm. 77, agosto-octubre. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. Disponible en línea <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010091.pdf> [última consulta el 11 de septiembre de 2014].