Ciudadanía en red

o la vanguardia de un proceso revolucionario

Comprender los problemas de la participación ciudadana y las prácticas políticas en el tiempo presente, requiere tomar en cuenta las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y una teoría de la sociedad en red. En ese sentido, en los momentos actuales hay que combinar ambas reflexiones para dar cuenta exacta de la ciudadanía y sus formas de participación

Iria Puyosa

La comprensión de los problemas de participación ciudadana y las prácticas políticas emergentes requiere un enfoque que combine una teoría de la sociedad en red y una teoría del uso de las tecnologías de información y comunicación en las dinámicas de acción ciudadana. En ese sentido apunta el trabajo que hemos venido desarrollando en los últimos cuatro años en torno a la cultura en red y los mecanismos de co-creación del campo social de lo que se ha denominado la Web 2.0.

Este campo social está estructurado por un conjunto de plataformas, aplicaciones y servicios caracterizados por depender de la participación de los usuarios para su configuración, la generación de sus contenidos y la difusión de novedades. Lo que se conoce como la arquitectura de participación de la Web 2.0 (O'Reilly, 2005) consiste en que los usuarios, actuando de manera independiente y descentralizada, generan y/o organizan la información aprovechando la disponibilidad de aplicaciones y servicios Web generalmente gratuitos o de bajo costo. El usuario no paga con dinero por el uso de los servicios Web básicos sino que *paga* con prácticas de agregación de valor, a partir de la reconfiguración de los productos/servicios, con el aporte de sus propios conocimientos y la atracción de más usuarios a través de la promoción de innovaciones entre sus redes de contactos. (Puyosa, 2007).

Los usuarios de la Web 2.0 han sido caracterizados por diversos estudios (Berlinguer & Wainwright, 2007; Lenhart & Fox, 2006) como ávidos consumidores de información; líderes de opinión en sus grupos de pertenencia; más proclives a simpatizar con movimientos sociales emergentes; más sociables y con redes de contactos más extensas que las personas con similares características demográficas que no son usuarios habituales de servicios Web 2.0; y, más proclives a usar servicios de gobierno electrónico que otras personas con similares características demográficas (Puyosa, 2007).

Cifras oficiales indican que Internet tiene una penetración de 31% en Venezuela; es decir 8,8 millones de personas son usuarios de la Web en el país (Conatel, diciembre 2009). Los internautas venezolanos son 57% sexo masculino y 43% sexo femenino, 22% son menores de 25 años, más de 60% posee educación superior y 65% pertenece a las clases D-E mientras que 35% proviene de las clases A-B-C (Jiménez & Puente, 2007). Más de la mitad de los habitantes de las grandes ciudades del país (Caracas, Valencia, Ma-

*Galería de Papel. **Rituale**. Gerda Riechert. Colonia, 2010.*

racaibo, Barquisimeto, Maracay, San Cristóbal, Mérida, Ciudad Guayana, Puerto La Cruz-Barcelona) se conecta a Internet al menos una vez a la semana; los caraqueños se conectan principalmente desde su hogares (32%) mientras que en el resto del país reina el cibercafé como el principal sitio de acceso a Internet (España, 2009). Los usuarios venezolanos invierten un promedio de 13 horas semanales en Internet y 30% de los sitios Web que visitan son venezolanos (Fuente: Tendencias Digitales, junio 2009). Los usos principales de Internet en Venezuela son: búsqueda de información (32%), investigaciones académicas o profesionales (30%), envío y recepción de correo electrónico (26%), trabajos escolares (22%) y conversaciones con amigos y otros relacionados (21%) (España, 2009).

Basándonos en los patrones de uso reportados en estudios de mercado y en investigaciones académicas podemos estimar que 75% de los internautas venezolanos son usuarios Web 2.0 (escriben y/o comentan en blogs, son miembros de comunidades en línea, tienen perfiles activos en sitios de redes sociales, suben videos a YouTube, etcétera). Esta relativa sofisticación de los usuarios de Internet en Venezuela, aparece vinculada al boom de Facebook en el país, que ha permitido un espacio seguro de experimentación con tecnologías interactivas para la mayoría recién llegada a los espacios de la Web. Hace apenas tres años, es decir antes del boom Facebook, sólo 25% de los usuarios de Internet en Venezuela habrían podido ser considerados del tipo 2.0.

Estimamos que la población de electores que podría alcanzarse vía herramientas basadas en Internet es cerca de 7 millones; de ellos, 5 millones mantienen perfiles activos en Facebook y cerca de 210 mil son parte de la conversación en Twitter. No poseemos datos confiables de la composición por preferencias políticas, pero al menos en los principales espacios de la Web social (blogosfera, Facebook y Twitter) parecieran estar proporcionalmente representados los independientes, los opositores y los chavistas. No obstante, existen algunos indicadores de la preferencia por Internet como medio de acceso a la información por parte de los independientes (Datanálisis, 2008). Asimismo, estudios sobre el referendum constitucional del 2007, indican que existe correlación entre el acceso a una densa red de información (librerías, bibliotecas, infocentros, centros culturales) y la abstención en centros de votación en

“

Estimamos que la población de electores que podría alcanzarse vía herramientas basadas en Internet es cerca de 7 millones; de ellos, 5 millones mantienen perfiles activos en Facebook y cerca de 210 mil son parte de la conversación en Twitter.

”

los cuales el presidente Chávez había ganado las elecciones de 2006 (Delgado, 2008).

Un espacio para ensayar la política deliberativa

Analizando el proceso de formación de la opinión pública vehiculada por los medios masivos, bajo el enfoque habermasiano del concepto de esfera pública (Habermas, 1981; 1996), encontramos que dicho proceso excluye el debate racional entre ciudadanos autónomos (Salter, 2003). Este fenómeno de desintegración del diálogo público parece afectar a la mayoría de las democracias representativas en el mundo. En este contexto, una nueva esfera pública conformada por ciudadanos en red que se conectan en la Web está supliendo el espacio para el discurso deliberativo que las ciudades y sus áreas de *libre* tránsito ya no proporcionan, debido a que han devenido en no-lugares, espacios de anonimato y desconexión (Varnelis & Friedberg, 2008). Como hemos intentado poner en evidencia en estudios recientes (Briceño, Núñez, Pisanty, Puyosa, Urribarrí & Torrens, 2010), la Web cumple con el fundamento para constituirse en un espacio de la esfera pública, dado que en ella se configuran redes para circular información y compartir puntos de vista con una intención argumentativa y deliberativa (Lim & Kann, 2008).

Desde 2006, hemos experimentado en Venezuela con varias iniciativas de ciberpolítica que no han sido articuladas por organizaciones políticas tradicionales sino que son configuradas por acciones distribuidas de ciudadanos interesados en el fomento de la democracia deliberativa con bases en organizaciones de la sociedad civil. Algunas de esas experiencias destacables son las elecciones del 3D, una campaña de blogs para la cobertura de las elecciones presidenciales 2006; *virtu@lPOLITIK*, un grupo de debate en línea sobre el proyecto de reforma constitucional en 2007; la video-campaña Voto Consciente, para promover la participación ciudadana en las elecciones regionales de noviembre 2008; la campaña #internetlujo en rechazo a la calificación de gasto suntuario para los servicios de Internet en 2009; y el actual movimiento #todosenred en rescate de las plena vigencia del decreto 825 que califica a Internet como prioritaria para el desarrollo de Venezuela (Briceño, Núñez et al, 2010; Gutiérrez, 2010).

Todas esas experiencias mencionadas tienen en común haber sido impulsadas por profesionales de la información y el conocimiento, con una visión alternativa del rol de los ciudadanos en la discusión de los asuntos públicos. El uso intensivo de tecnologías de información en sus tareas cotidianas ha tenido como consecuencia colateral que este grupo social use la Web como su principal canal de información y tienda a confiar más en miembros de sus redes de contactos profesionales o personales como orientadores de opinión, que en los periodistas-anclas de la TV y la radio. De ese cambio en los hábitos de consumo y reproducción de información han pasado al planteamiento de que los (info)ciudadanos pueden independizarse de los medios masivos de información controlados por corporaciones privadas o por gobiernos que intentan montar estructuras de control informativo, desde el extremo caso de China hasta formas más sutiles de aparataje para la *hegemonía comunicacional* (caso Venezuela) o la *aquiescencia manufacturada* (caso USA post 9/11).

La infociudadanía consiste en la expresión de una identidad política en la Web, condicionada por la identidad política que el ciudadano ya posee en los espacios fuera-de línea, pero modificada por la participación en la conversación política en los espacios sociales de la Web, en donde se promueven prácticas de remezcla y reinterpretación de la información sobre asuntos públicos (Puyosa, 2008).

Estos infociudadanos están configurando una nueva esfera pública (Salter, 2003) en donde la acción política (opinión crítica, debate deliberativo y organización para la movilización) se articula en redes (Varnelis, 2008). Por ejemplo, en los *blogs* se puede conversar sobre asuntos públicos y se puede dar expresión a tendencias de opinión emergentes. En las conversaciones entre redes de *blogs*, la gente puede contrastar argumentos que ayuden a reforzar sus opiniones o a modificarlas; sirven para el debate, para consolidar redes de afinidad y para tender puentes entre grupos con posiciones políticas diversas. Las blogosferas nacionales son eficaces en la realización de campañas de protesta frente a eventos políticos cuestionables y también en campañas de solidaridad con causas sociales. No obstante, la conversación sobre asuntos públicos en las blogosferas no implica movilizacion. Otras plataformas de información han sido más potentes para la movilización que los *blogs*, tal es el caso de campañas via SMS (11 de marzo en Madrid), via Facebook (No más FARC) y via Twitter (*#pman* en Moldavia).

La movilización es siempre una etapa ulterior a la conversación y a la formación de opiniones. Para que se produzca la movilización, tienen que estar presentes motivadores emocionales fuertes que sirvan de disparadores para la acción y también deben darse condiciones (asociadas con el clima político y con la pre-existencia de estructuras de organización) que faciliten el proceso. Esas condiciones son las que encontramos en casos de gran impacto mundial como las protestas altermundistas de Ginebra y Seattle; eventos pioneros de la movilización ciberactivista en red que lograron un efecto disruptivo real en el debate mundial sobre la globalización (Puyosa, 2008; Rico, 2004). El movimiento altermundista de Seattle 1999 puso en evidencia que Internet ofrece un campo privilegiado para que las organizaciones y movimientos sociales se conecten globalmente a la vez que fortalecen su acción local (Rico, 2004). Lo local y lo global sustituyen a lo nacional en el ciberactivismo en red, lo que genera un cambio radical en los marcos de debate. Los objetivos de toma de poder (intrínsecos en la actividad política dentro de los límites de los Estados-nación) no son prioritarios para los proyectos ciberactivistas, que tienden a centrarse en grandes debates ideológicos y en sus concreciones en la vida cotidiana (Puyosa, 2008). Por ejemplo, el debate sobre la libertad de información se concreta en el surgimiento de medios ciudadanos, el debate sobre la razón de ser de la sociedad del conocimiento se concreta en el uso de *software* libre o en los archivos compartidos p2p, el conflicto con el poder económico, gubernamental o militar se concreta en el hacktivismo o incluso en la ciberguerrilla (ej. Zapatismo en la Web).

> **“Es relevante destacar que las comunidades Web están generando en su actividad cotidiana un lenguaje común para discutir sobre derechos ciudadanos y están desarrollando experiencias útiles para el debate deliberativo ampliado vía TIC”**

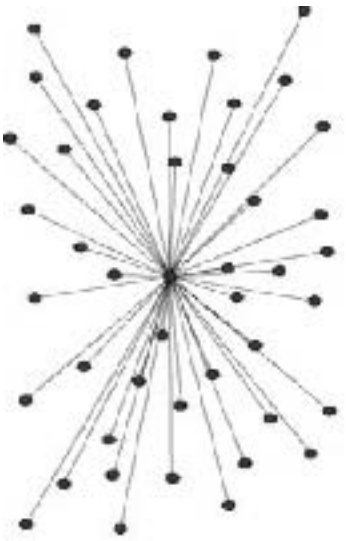
¿Pueden los espacios sociales de discusión en la Web cumplir con las funciones políticas de los medios masivos? Es decir, ¿desde la Web social puede establecerse la agenda de debate público, pueden legitimarse actores y orientarse a la audiencia en el proceso de conformación de un consenso político? En el caso de los medios masivos: tenemos un pequeño grupo organizado empresarialmente (o gubernamentalmente) que controla los factores de producción y fija políticas editoriales para distribuir un mensaje homogéneo a una audiencia atomizada. En el caso de los espacios sociales en la Web: tenemos personas independientes que controlan (parcialmente) los factores de producción y (generalmente) no fijan políticas editoriales explícitas, sino que abren canales para la distribución de mensajes heterogéneos a públicos que se agrupan espontáneamente en cliqués e interactúan frecuentemente, en ocasiones multi-modalmente, tanto en línea como fuera de línea (Puyosa, 2008). Esas caracteristicas conllevan una mayor dispersión de la agenda de debate público, en comparación con la agenda de los medios masivos y hacen más arduo el proceso de legitimación de actores. No obstante, su incidencia en la conformación de consensos políticos podría ser amplificada por la acelerada circulación de ideas a través de redes sociales descentralizadas y/o redes sociales distribuidas, así como por el mayor potencial de generación de identidad de proyecto dada la intensidad y multimodalidad del contacto entre los miembros de los cliques que configuran la red (Briceño, Núñez et al, 2010).

El hecho es que la Web social está facilitando un proceso de sustancial ampliación de la participación en conversaciones sobre asuntos públicos y del potencial para el debate deliberativo en la sociedad en red (Benkler, 2006). Las iniciativas de movilización que se originan cada vez más frecuentemente en la esfera pública en red están sirviendo para que grupos crecientes participen en acciones políticas vinculadas con la defensa de las libertades civiles (libertad de información, libertad de conciencia y libertad de asociación política) y los derechos económicos y sociales de los ciudadanos del mundo (libre elección de empleo y remuneración justa, igualdad de oportunidades educativas, derecho a participar en la vida cultural, derecho al acceso al conocimiento científico y a sus aplicaciones tecnológicas, derecho a los espacios de la ciudad, derecho a la protección del ambiente, derecho a la mejora continua de la calidad de vida). Si bien en Latinoamérica, su impacto directo en la formulación de políticas públicas es aún tímido (casos como Internet Necesaria, en México, son aún excepciones) (Briceño, Núñez et al, 2010), es relevante destacar que las comunidades Web están generando en su actividad cotidiana un lenguaje común para discutir sobre derechos ciudadanos y están desarrollando experiencias útiles para el debate deliberativo ampliado vía TIC.

Estructuras de red para resistencia y proyectos de cambio social

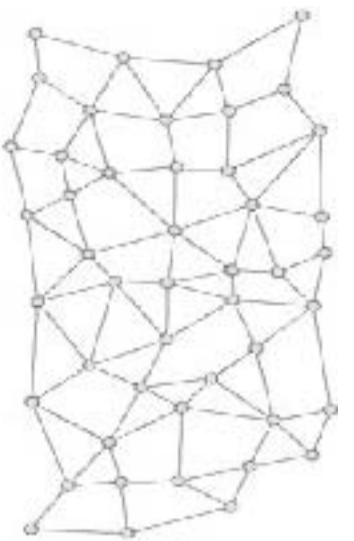
Conforme con lo planteado por Manuel Castells (1999), podemos clasificar a las comunidades políticas Web en dos grupos: quienes mantienen una *identidad de resistencia* y quienes desarrollan una *identidad de proyecto*. La identidad de resistencia caracterizaría a los ciberactivistas que se asumen como minorías estigmatizadas o marginalizadas y que usan la Web como trinchera de defensa o con-

Tipologías de redes (Baran, 1964)



Red centralizada

Red descentralizada



Red distribuida

traargumentación frente a las instituciones de poder. La identidad de proyecto caracterizaría a los ciberactivistas que postulan una transformación en la estructura social desde una perspectiva cultural emergente. Una tercera posibilidad, no contemplada por Castells, es el grupo de ciberactivistas que se alinean y amplifican discursos de poder con pretenciones hegemónicas.

Asumiendo que la estructura de la red está determinada por el contenido o recurso que fluye a través de esa red (Christakis & Fowler, 2009), hipotetizamos que cada clase de comunidades de ciberactivistas pudiese expresarse a través de diferentes formas estructurales de red. La identidad de proyecto pudiese adoptar formas de red descentralizadas, la identidad de resistencia pudiese adoptar formas de red distribuidas, mientras que las comunidades pro-hegemomía pudiesen responder a estructuras centralizadas. La conceptualización de las tipologías estructurales de las redes sociales deriva de las tipologías de Baran (1964) que fueron propuestas para el diseño de Arpanet. De acuerdo con esta tipología la estructura de las redes puede ser centralizada, descentralizada o distribuida. En una red distribuida, los nodos se conectan entre sí, sin que tengan que pasar necesariamente por uno o varios centros; por lo tanto, desaparece el poder de filtro sobre la información que fluye por ella y los procesos no pueden ser controlados por ninguno de los individuos que se integran a la red. En una red descentralizada, no existe un único nodo central sino varios nodos integradores; dependiendo de la actividad de cada uno de esos nodos, el conjunto de la red funciona con variaciones determinadas por el flujo efectivo de información entre los distintos *clusters* que se integran a la red. En una red centralizada, todos los nodos, menos uno, son periféricos y sólo pueden coordinarse a través del nodo central; la caída del nodo central priva del flujo a todos los demás nodos.

Las dinámicas de las redes sociales chocan con la existencia en la práctica de redes centralizadas, por lo cual es poco probable que comunidades Web centralizadas bajo directrices gubernamentales o corporativas puedan mantenerse activas por períodos considerables de tiempo y ser efectivas en apuntalar discursos hegemónicos en el espacio social de la Web. Las organizaciones y actores políticos institucionalizados que actúan en los espacios sociales de la Web tienden a tratar de implantar redes descentralizadas, que generalmente responden con lentitud a las demandas de flujo de información del sistema. Esa falta de adaptación a las dinámicas de las redes sociales podría hacer que las redes descentralizadas no tengan una alta efectividad en la acción política en la Web. No obstante, con frecuencia esas redes descentralizadas introducen en el sistema temas que llegan a ser apropiados por redes distribuidas (en las cuales con frecuencia participan individuos que originalmente pertenecieron en la red descentralizada) y logran así mantenerse en la agenda de las conversaciones en la Web. Entender esas restricciones para la efectividad de redes centralizadas y descentralizadas en la Web es crucial para organizaciones políticas y movimientos sociales que aspiran a usar el ciberactivismo en su acción política.

Asimismo, para una ciberpolítica efectiva es necesario que los partidos políticos y las organizaciones sociales ajusten sus liderazgos a las dinámicas de la sociedad en red. En las democracias representativas populistas, el líder del partido era el único actor discursivo y persuadía a los sectores del pueblo (sindicatos, organizaciones campesinas, bases del partido) a través de contactos multidinarios en los cuales la emoción por la presencia del líder convertía a las personas en masas plesbicitarias. Con el enraizamiento del discurso anti-política (es decir, la deslegitimación de partidos y sindicatos) y la mercantilización de los procesos electorales (candidatos vendidos como detergentes), el líder se transmuta en un *show-man* que debe dominar las técnicas de la telepolítica para capturar el *top of mind* (y, consiguientemente, el voto) de una audiencia atomizada e incapaz de articular un discurso propio. En la medida en que los espacios de Web social facilitan a los ciudadanos la articulación de sus posiciones políticas y el debate con otros ciudadanos en red, la

lógica de dominio unidireccional del discurso del líder se fractura.

Estas manos que ves

El megáfono hegemónico

Ciudadan@s en red

En la sociedad en red, el discurso del líder puede ser debatido entre pares y hay la posibilidad de articular contraargumentos. En consecuencia, los aspirantes al liderazgo político deben aprender a ocupar un lugar en la red y a dialogar con una *vanguardia revolucionaria* que presiona hacia la ampliación de la democracia. En la fase de emergencia de sociedad de la información, la clase revolucionaria es el grupo social que más contribuye para formar la *inteligencia colectiva*, es decir, los trabajadores del conocimiento, los infociudadanos. Es la llamada *clase creativa* (Florida, 2002), el grupo social más proclive a la auto-gestión cooperativa en sus modos de organización económica y, consecuentemente, el más proclive a la organización en redes, a la acción colectiva para la gestión de lo público y al fomento activo de la circulación del capital social, entendido como los recursos incrustrados en la estructura social que pueden ser obtenidos y movilizados por individuos que actúan racionalmente para alcanzar mejoras para sus grupos y/o comunidades (Lin, 2001).

Iria Puyosa
PhD *Higher Education–Public Policy & Organizational Behavior* (University of Michigan, 2009). Especialización en *Survey Research Methods* (University of Michigan, 2005).

Referencias

BARAN, P.; BOEHM, S.; and SMITH, P (1964): On distributed communication. Tech. Rep., Vol. 1-9, Rand Corp., CA: Santa Monica.

BENKLER, Y. (2006): *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*: Yale University Press.

BERLINGUER, J.; WAINWRIGHT, H. (2007): *Networked politics: rethinking political organisation in an age of movements.* Artículo presentado en Networked Politics, Berlin.

BRICEÑO, Y.; NÚÑEZ, L.; PISANTY, A.; PUYOSA, I.; URRIBARRÍ, R. y TORRENS, R. (En imprenta). "Políticas y demandas civiles en la sociedad interconectada. Una revisión de movimientos en defensa de Internet en México y Venezuela". En: Said, Elías (ed.) *TIC, comunicación y periodismo digital. Reflexiones de América Latina y Europa*. Barranquilla: Ediciones UnNorte.

Conatel (Diciembre, 2009): Resultados Preliminares del Sector Telecomunicaciones. IV trimestre de 2009. Caracas. Presentación disponible en http://todosenred.wordpress.com/

Datanálisis (2008): Reporte de Medios 2008. Caracas. Presentación disponible en www.slideshare.net/tendencias_digitales

DELGADO, Carlos (2008): "Una lectura estética del 2D". En: revista *Comunicación*, Nº 141. Caracas: Centro Gumilla. Primer trimestre, pp. 36-45.

ESPAÑA, L. P. (2009): *Detras de la pobreza. 10 años después*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello / Asociación Civil para la Promoción de Estudios Sociales.

FLORIDA, R. (2002): *The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Perseus Book Group.

GUTIÉRREZ, J. (2010): *Estudio sobre el uso de la red social Twitter como canal de divulgación para las campañas ciudadanas en Venezuela. Caso Internet prioritaria*. Trabajo de grado para obtener el título de licenciado en Comunicación Social. Universidad Bicentenaria de Aragua.

JIMÉNEZ, C.; PUENTE, R. (2007): "La investigación de mercados on-line: ¿realmente funciona?" En: *Debates IESA*.

LENHART, A.; FOX, S. (2006): *Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers*. Washington DC.

LIM, M.; KANN, M. E. (2008): "Politics: deliberation, mobilization, and networked practices of agitation". En: Varnelis, K. (ed) *Networked Publics.* Boston (MA), MIT Press.

LIN, N. (2001): "Building a network theory of social capital". En: N. Lin, K. Cook & R. Burt (Eds.), *Social capital*. New York: Aldine de Gruyter.

O'REILLY, T. (2005): *What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software.*

PUYOSA, Iria (2007): "Cómo cosechar información sobre los mercados y la opinión pública en el campo de la Web 2.0". En: revista *Comunicación,* Nº 140. Caracas: Centro Gumilla. Tercer trimestre, pp. 42-48.

_____ (2008): "Identidades Políticas en la Web. Miradas sobre las prácticas políticas en red". En: revista *Comunicación*, Nº 142. Caracas: Centro Gumilla. Segundo trimestre, pp. 50-57.

RICO, R. (2004): *Publicaciones abiertas en Internet en la era de la información*. Caracas: Universidad Central de Venezuela. Trabajo de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social.

SALTER, L. (2003): Democracy, new social movements, and the Internet: A Habermasian analysis. In *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. New York: Routledge, 117–144.

Tendencias Digitales (Octubre, 2009): *Usos de Internet en Latinoamérica*. Presentación disponible en www.slideshare.net/tendencias_digitales

VARNELIS, K.; FRIEDBERG, A. (2008): "Place: Networked Place". En: Varnelis, K (ed) *Networked Publics*. Boston (MA): MIT Press.