

# Redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello

*Análisis del uso de las redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello, durante el primer trimestre del año 2015. Se encuestaron 381 estudiantes en el mes de abril de 2015, utilizando el método de muestreo no probabilístico por cuotas, con preguntas en escala de Likert para medir el uso de las redes sociales para la participación cívica y política. Los estudiantes reportaron utilizar casi nunca las redes sociales para la participación cívica y política. También reportaron participar a veces en conversaciones sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos, siendo la actividad cívico-política más preponderante.*

Analysis of the usage of social media for the civic and political participation of pregrade students from the Catholic University Andrés Bello, during the first trimester of the year 2015. 381 students were surveyed on the month of april 2015, using the using the method of non-probability quota sampling, with questions from the Likert scale to measure the use of social networks for civic and political participation. The student roported “almost never” when using social media to participate civicy and politically. Also reported “sometimes” when participating on conversations about social causes, community problems or political issues, being the most prominent civic and political activity.

**RICHARD TAHAN**

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente estudio planteó como objetivo principal analizar el uso de las redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello, durante el primer trimestre del año 2015. Para llevarlo a cabo se examinaron los principales enfoques teóricos sobre comunicación, política, ciudadanía y TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), se estudiaron las principales

investigaciones empíricas sobre uso de las redes sociales en el ámbito nacional e internacional y se diseñó una encuesta para conocer el uso de estas.

Por otra parte, la participación cívica se refiere a las acciones individuales o colectivas llevadas a cabo en las comunidades, como por ejemplo el voluntariado o el servicio comunitario (Andolina et al, 2006, c.p. Kee et al, 2009); mientras que la participación política da cuenta de acciones como votar o protestar que buscan influenciar al

Gobierno para impulsar políticas públicas (Verba et al, 1995, c.p. Kee et al, 2009).

## II. ANTECEDENTES

Entre los antecedentes teóricos destacaron: *Comunicación y poder* por Manuel Castells (2009), texto en el que se conceptualiza la “auto-comunicación de masas” como una “nueva forma de

comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto” (Castells, 2009: 88); *La riqueza de las redes* por Yochai Benkler (2006), quien estudia los cambios estructurales que han provocado las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), hacia una “economía de la información en red” caracterizada por la “producción entre iguales basada en el procomún”: sistema de producción que depende de la acción individual auto-determinada y descentralizada, donde el “procomún” se refiere a una manera institucional de estructurar los derechos al acceso, uso, y control de recursos, siendo lo contrario a la “propiedad” (Benkler, 2006); *Excedente cognitivo* por Clay Shirky (2010), en el que describe cómo Internet engendra un valor agregado habilitando a los usuarios a tener una mayor participación en relación con medios masivos como la televisión, aprovechando sus motivaciones (intrínsecas, extrínsecas), aspecto psicológico fundamental para comprender la diversidad de proyectos emprendidos en red, fomentando la creatividad y la innovación y, por último, brindando nuevas oportunidades para la producción social, la cual no es una utopía y para que sea útil, necesitará que desarrollemos una cultura con prácticas comunitarias donde el valor sea compartir, pero esto requiere compromiso, trabajo duro, dirigencia, enfoque, utilizando estas herramientas más que para el entretenimiento (Shirky, 2010).

Además, se ha conceptualizado la aparición de la figura del “prosumidor” como un “individuo ‘productor’ de nuevos mensajes que sabe organizar los recursos necesarios para generar

un contenido creativo e innovador” (García, Ramírez, y Rodríguez, 2014: 16) y la “infocidadanía” definida como “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” (Puyosa, 2010: 12).

Entre los antecedentes empíricos destacaron cinco (5) estudios: 1) *Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation* por Kee, Park, y Valenzuela (2009); 2) *Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa* por Del Hoyo, Fernández y García (2014); 3) *Estudio de participación socio-política en Venezuela: una aproximación cualitativa* por España (2008); 4) *Los electores venezolanos, menos mediáticos más conectados* (Puyosa, 2012); 5) *Estudio: redes sociales hábitos y usos* por Bisbal y Nicodemo (2011).

## III. DISEÑO

Investigación: documental y de campo. Método: cuantitativo. Técnica de recolección de datos: cuestionario de preguntas cerradas. Se seleccionó la escala de Likert para sondear la frecuencia de uso en participación cívica y política (1 = *nunca*; 5 = *todo el tiempo*). Se empleó el muestreo “no probabilístico por cuotas”, el cual requirió obtener datos estratificados por edad, sexo y carrera directamente de la oficina de control de estudios de la UCAB, sede Montalbán. Tamaño de la muestra: 381 estudiantes de pregrado de la UCAB, sede Montalbán. Se tomó como referencia el estudio elaborado por Bisbal y Nicodemo (2011), el cual utilizó el método no probabilístico por cuotas para hacer un sondeo en el mismo espacio (UCAB), con una población de prácticamente las mismas características (estudiantes), pero en años distintos (2011/2015). El presente estudio se basó en tres factores que sirven para determinar el número de casos, según Baptista, Fernández-Collado, Hernández (2006): 1) *capacidad operativa de recolección y análisis*: se contó con un (1) investigador para realizar las encuestas, organizar los datos, y analizarlos; también se dispusieron de diez (10) días hábiles, es decir, dos (2) semanas de clases, del 14 al 28 de abril, para

**Internet engendra un valor agregado habilitando a los usuarios a tener una mayor participación en relación con medios masivos como la televisión, aprovechando sus motivaciones (intrínsecas, extrínsecas), aspecto psicológico fundamental para comprender la diversidad de proyectos emprendidos en red.**

**Tabla 1: primera parte de la encuesta (redes sociales)**

Instrucciones: por favor marque con una "X" todas las:

- redes sociales que conoce
- redes sociales en las que está registrado(a)

Redes sociales	Conozco	Estoy registrado(a)
Facebook		
Twitter		
MySpace		
YouTube		
Tinder		
Instagram		
LinkedIn		
Tumblr		
Kickstarter		
IndieGoGo		
Tuenti		
Vine		
Sonico		
Hi5		
Vimeo		
Snapchat		

**Tabla 2: segunda parte de la encuesta (grupos socio-políticos)**

Instrucciones: por favor marque con una "X" todos los:

- grupos a los que pertenece actualmente
- grupos que, en el año 2015, han motivado su participación en una convocatoria

Grupos	Pertenece actualmente	En el año 2015, han motivado mi participación en una convocatoria
Religioso		
Político		
Consejos Comunales		
Sociedad de padres/comunidad educativa		
Asociaciones de vecinos/junta de condominio		
Organismo no gubernamental (ONG)		
Sindicato		
Grupos conciencia cívica/ciudadana		
Gremio		
Asociación comercial/empresarial		
Medio de comunicación comunitario		
Movimiento estudiantil o grupo juvenil		
Cultural		

**Tabla 3: tercera parte de la encuesta (participación cívica y política, escala de Likert)**

Instrucciones: por favor marque con una "X" solo una (1) de las opciones que mejor describa la frecuencia con que ha utilizado las redes sociales para realizar las siguientes actividades durante el año 2015

En el año 2015, he utilizado las redes sociales para:	Todo el tiempo	Casi todo el tiempo	A veces	Casi nunca	Nunca
1) Informarme sobre jornadas/convocatorias en las que pueda participar para resolver los problemas de mis comunidades o apoyar causas sociales					
2) Informarme sobre jornadas/convocatorias en las que pueda participar para influenciar los programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					
3) Convenar, compartir, comentar, reeditar, posicionar hashtags, o comunicar los problemas de mis comunidades o las causas sociales que apoyo					
4) Convenar, compartir, comentar, reeditar, posicionar hashtags, o comunicar sobre asuntos políticos o programas de gobierno					
5) Animar a otros a participar en jornadas o convocatorias con el objetivo de resolver los problemas de mis comunidades o apoyar causas sociales					
6) Animar a otros a participar en jornadas o convocatorias con el objetivo de influenciar los programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					
7) Donar o recaudar dinero para una organización comunitaria o una organización no gubernamental (ONG) que busca resolver problemas comunitarios o sociales					
8) Donar o recaudar dinero para un partido/movimiento político o una organización que busca afectar programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					
9) Firmar peticiones online de una organización comunitaria o una organización no gubernamental (ONG) que busca resolver problemas comunitarios o sociales					
10) Firmar peticiones online de un partido/movimiento político o una organización que busca afectar programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					

mejor cartografía de los hábitos y actitudes que se quieren conocer. 3) *naturaleza del fenómeno bajo análisis*: no fue complicado para el investigador realizar las encuestas a los estudiantes en el lugar y tiempo determinado. También es importante destacar que los estudiantes contestaron sus preguntas en formato “autoadministrado”: un total de 332 participantes respondieron la encuesta digitalmente haciendo uso de la aplicación *Pages* en un iPad, los otros 49 respondieron en papel y se les proporcionó un bolígrafo. Se llevó a cabo este método para minimizar costos y agilizar el sondeo. Por último, cada pregunta se fundamentó teórica y empíricamente con los antecedentes de la investigación.

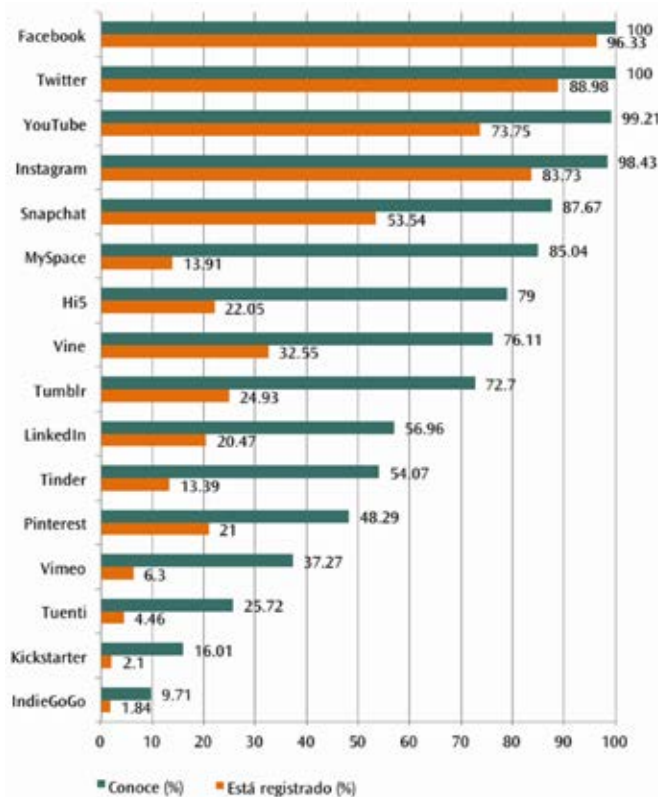
**IV. PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA ENCUESTA**

De los 381 estudiantes encuestados, estos fueron los principales hallazgos:

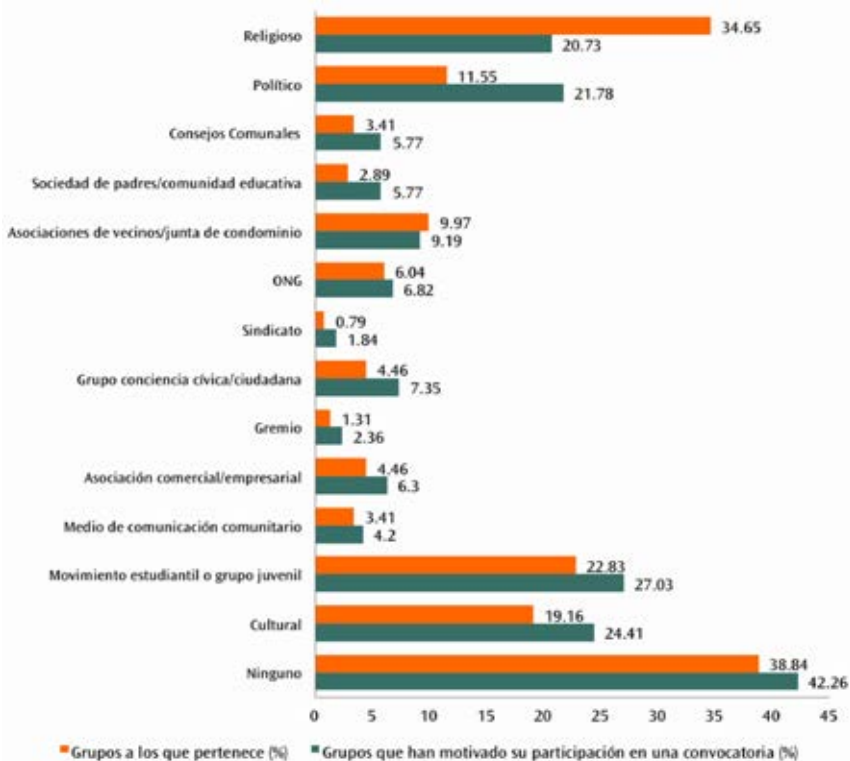
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas más conocidas son: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat.
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas menos conocidas son: IndieGoGo, Kickstarter, Tuenti, Vimeo, Pinterest.
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas con más registros son: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat.
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas con menos registros son: IndieGoGo, Kickstarter, Tuenti, Vimeo, Tinder.
- 61,16 % de los estudiantes encuestados reportó pertenecer al menos a un (1) grupo de participación cívica y política.
- 57,74 % de los estudiantes encuestados reportó haber participado en al menos una (1) convocatoria de al menos un (1) grupo cívico-político entre enero-abril de 2015.
- Los cinco (5) grupos cívico-políticos que registraron un mayor número de colaboradores o una mayor pertenencia son: Religioso (34,5 %), Movimiento estudiantil o grupo juvenil (22,83 %), Cultural (19,16 %), Político (11,55 %), Asociación de vecinos/junta de condominio (9,97 %).
- Los cinco (5) grupos cívico-políticos que registraron una mayor participación en al menos una (1) convocatoria entre enero-abril de 2015 son: Movimiento estu-

realizar las encuestas. 2) *entendimiento del fenómeno*: no se estima una “saturación de las categorías” antes de los 381 estudiantes, en cambio, se requiere acercarse a ese número para obtener una

**GRÁFICO 1**  
REDES SOCIALES QUE CONOCE Y ESTÁ REGISTRADO



**GRÁFICO 2**  
GRUPOS A LOS QUE PERTENECE Y GRUPOS QUE LO HAN MOTIVADO A PARTICIPAR EN UNA CONVOCATORIA EN EL AÑO 2015



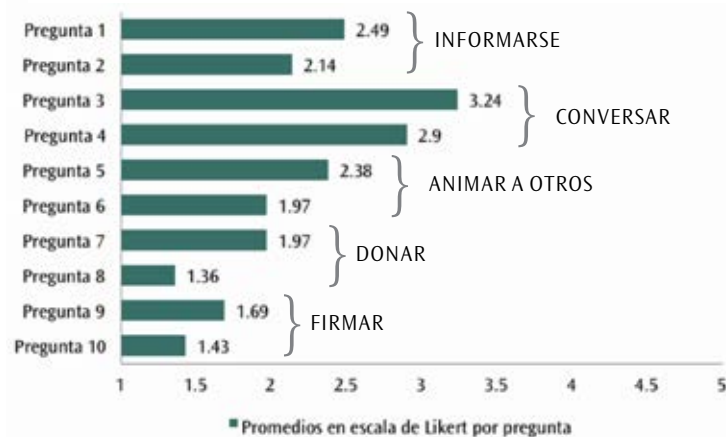
diantil o grupo juvenil (27,03 %), Cultural (24,41 %), Político (21,78 %), Religioso (20,73 %), Asociación de vecinos/junta de condominio (9,19 %).

9. 38,84 % de los estudiantes encuestados, no pertenece a ningún grupo cívico-político, mientras que 42,26 % no participó en ninguna convocatoria entre enero-abril de 2015.
10. Por carrera, las cinco (5) que reportaron una mayor colaboración o pertenencia en grupos cívico-políticos son: Derecho (80,43 %), Economía (73,68 %), Educación (68,75 %), Psicología (67,57 %), Ciencias Sociales (62,5 %).
11. Al estratificar los grupos cívico-políticos por carrera, las cinco (5) que reportaron una mayor participación en al menos una (1) convocatoria entre enero-abril de 2015 son: Ciencias Sociales (68,75 %), Educación (68,75 %), Economía (68,42 %), Derecho (63,04 %), Comunicación Social (62,86 %).
12. Los estudiantes entrevistados, *casi nunca* utilizan las redes sociales para la participación cívica y política.
13. Los estudiantes encuestados *a veces* utilizan las redes sociales para conversar sobre los problemas de sus comunidades, las causas sociales que apoyan, o asuntos políticos, siendo estas conversaciones, la actividad cívico-política más importante que realizan en las redes.
14. Los estudiantes entre *casi nunca* y *nunca* utilizan las redes sociales para firmar peticiones *online*, donar o recaudar fondos.
15. Las cinco (5) carreras que más utilizan las redes sociales para la participación cívica y política se pueden distinguir en el siguiente orden: Derecho, Comunicación Social, Economía, Administración/Contaduría, y Psicología.
16. Los estudiantes de las carreras de ingeniería son quienes menos utilizan las redes sociales para la participación cívica y política.

**GRÁFICO 3**  
PARTICIPACIÓN CÍVICA Y POLÍTICA EN REDES SOCIALES, PROMEDIOS EN ESCALA DE LIKERT



**GRÁFICO 4**  
PARTICIPACIÓN CÍVICA Y POLÍTICA EN REDES SOCIALES, PROMEDIOS EN ESCALA DE LIKERT POR PREGUNTA



**TABLA 4**  
HT UTILIZADOS POR CIBERMEDIOS

Pertenencia a grupos (%)	Participación en convocatorias (%)	Participación en redes sociales (escala Likert)
Derecho (80.43%)	Ciencias sociales (68.75%)	Derecho (2.63)
Economía (73.68%)	Educación (68.75%)	Comunicación social (2.25)
Educación (68.75%)	Economía (68.42%)	Economía (2.24)
Psicología (67.57%)	Derecho (63.04%)	Administración y contaduría (2.16)
Ciencias sociales (62.50%)	Comunicación social (62.86%)	Psicología (2.15)
Administración y contaduría (59.76%)	Psicología (62.16%)	Educación (2.14)
Ingeniería industrial (56.25%)	Administración y contaduría (56.1%)	Ciencias sociales (2.09)
Comunicación social (55.71%)	Ingeniería en informática (53.33%)	Letras (2.05)
Ingeniería en telecomunicaciones (55.56%)	Letras (50%)	Ingeniería civil (1.89)
Ingeniería civil (54.55%)	Ingeniería industrial (43.75%)	Ingeniería en informática (1.85)
Ingeniería en informática (46.67%)	Ingeniería en telecomunicaciones (43.75%)	Ingeniería industrial (1.83)
Letras (25%)	Ingeniería civil (36.36%)	Ingeniería en telecomunicaciones (1.79)

Descripción: Grupos organizados en cada columna de mayor participación a menor participación. No demuestra correlación o causalidad entre las variables presentadas, sino que se ordena la participación en sus distintas formas estudiadas, según las carreras de los estudiantes.

## V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El siguiente análisis se basa en los antecedentes de la investigación y los hallazgos empíricos de la encuesta.

### 5.1. Comparación con los antecedentes empíricos de la investigación

#### 5.1.2. Participación socio-política en Venezuela

La investigación de España (2008) es importante en cuanto representa uno de los estudios más valiosos que se ha elaborado a nivel nacional sobre

la participación socio-política. Sus hallazgos demuestran un conjunto de patrones culturales en la percepción de los ciudadanos sobre este tema.

Repasemos, muy brevemente, algunos de los resultados y conclusiones más relevantes para nuestro estudio:

1. 86 % considera “que la participación es para cambiar las condiciones actuales”.
2. Los seis grupos de participación ciudadana a los que los encuestados pertenecen: religioso (24,3 %); deportivo (5,9 %); cooperativa (3,9 %); consejos comunales (3,6 %);

**En nuestro sondeo, los estudiantes casi nunca utilizan las redes sociales para la participación cívica y política, confirmando lo que incluso intuitivamente se puede concluir: que no hay nada inherente en la herramienta que te haga cumplir más deberes democráticos o ciudadanos.**

político (3,4 %); sociedad de padres/comunidad educativa (3,4 %).

3. Participación y democracia: “Parecen inseparables la democracia y la participación. Son pocos los que consideran que es posible participar en un régimen distinto al democrático”.

4. El futuro de la participación social en Venezuela: 75 % de las personas no participa, pero ello no quiere decir que no valora la participación, aun así, “la participación social, aunque mayor y dotada de importancia por parte de los ciudadanos, sigue siendo como lo fue ayer, un instrumento para llamar la atención del sector público frente a las necesidades de las comunidades” (España, 2008: 213-226).

Vamos a enfocarnos en las principales diferencias entre la muestra estudiada por España y la de nuestra investigación, tomando en cuenta que la primera es regional/nacional, y la segunda solo representa a un grupo específico de estudiantes de la UCAB. La diferencia más relevante es que en el sondeo de España, 75 % de los entrevistados no reportó participación alguna; mientras que, de nuestro grupo de estudiantes, 61,16 % reportó pertenecer a algún grupo y 57,74 % reportó haber participado en al menos una (1) convocatoria entre enero-abril de 2015. Es decir, los estudiantes reportaron una participación mayor al promedio nacional de 2008. Sin embargo, tomemos en cuenta que, de esas estadísticas, la más comparable es la que indica la “pertenencia” en grupos. También consideremos que el estudio de España distribuye la participación en dieciocho grupos, mientras que nuestro estudio fijó un límite de trece; además, el primero presentaba una de sus más altas participaciones en grupos deportivos y cooperativas, ninguno de los cuales fueron incluidos en nuestro estudio. En ambas investigaciones, los grupos religiosos son los preferidos para participar: la pertenencia reportada por España fue de 24,3 % contra 34,65 % en nuestro estudio, el cual cae cuando se consideran los niveles de participación en al

menos una (1) convocatoria: 20,73 % entre enero-abril de 2015. Vemos, entonces, que se mantiene un patrón en ambas investigaciones: los grupos religiosos son de los más influyentes en la participación socio-política. Sin embargo, debemos decir que los estudiantes que sondeamos participan mucho más en grupos políticos, culturales, y juveniles (o movimiento estudiantil) que la muestra nacional de España, por lo que determinamos que nuestros estudiantes estuvieron por encima del promedio nacional de 2008, y mostraron una mayor diversidad en sus modos de participación.

### 5.1.3. Estudio sobre redes sociales, hábitos y usos

Nuestra investigación se construyó sobre la base del estudio Bisbal y Nicodemo (2011), quienes analizaron las redes sociales desde el consumo cultural. Esto nos permitió ampliar y actualizar algunos de sus hallazgos, como por ejemplo, los porcentajes de registros en redes sociales representados en el gráfico 1, el cual denota el amplio conocimiento que tienen los estudiantes sobre las redes sociales y da pistas sobre sus distintos usos, abriendo la posibilidad para profundizar su incidencia en futuras investigaciones.

Lo más resaltante es que en el estudio de Bisbal y Nicodemo (2011) los estudiantes casi nunca utilizaban las redes sociales para apoyar causas sociales, políticas, o religiosas. Esto se corresponde con los promedios de participación cívica y política en nuestros resultados. Además, Bisbal y Nicodemo (2011) indicaron que la información y la comunicación eran percibidas por los estudiantes como las características más “útiles” de las redes sociales. Tomando esto en consideración, también quisiera presentar otra perspectiva: a pesar de que el apoyo a causas cívicas y políticas no es elevado cuando se analiza en conjunto, sí hay una incidencia en las “conversaciones” que se generan en redes sociales, lo que evidencia que el espacio virtual no es tanto una “plaza pública” donde lo habitual sea protestar y manifestar, sino un “foro público” donde las personas se informan, debaten, y comparten proyectos. Incluso lo podemos llamar “hiperforo público” o un lugar donde los usuarios conversan haciendo uso del hipertexto, del multimedia, de la

interactividad, y de la reticularidad de los medios digitales. Actualmente, las redes sociales no son lugares a los que se acude frecuentemente para propagar la firma de peticiones *online*, la donación o recaudación de fondos, o la participación en ciertas convocatorias. Sin embargo, eso no quiere decir que no haya una conexión cívica y política. Preguntemos: ¿cómo se articulan las “conversaciones virtuales” con las “reales”?, ¿cómo se puede superar la “conversación *online*” para que tenga efectos sobre la “participación *offline*”?

#### 5.1.4. Uso político de Internet y de los medios

A pesar de que nuestros estudiantes *casi nunca* participan cívica y políticamente en redes sociales, reportando una frecuencia promedio de *casi nunca*, sí demostraron utilizar las redes para *a veces* conversar sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos. En el estudio de Puyosa (2012), además, estar conectado se correlaciona con variables como juventud y un nivel de instrucción alto. Basándose en esto, Puyosa establece que: “los datos indican que la tendencia es a que los conectados se constituyan en mayoría. Esta tendencia pareciera ser irreversible dado que se correlaciona con nivel de instrucción y edad” (Puyosa, 2012: 59). Si esta tendencia se cumple, veremos que Internet cada vez más se convertirá en un “hiperforo público” donde confluirán un conjunto de mensajes, por un lado, y se estratificarán otros a modo de nichos, por el otro. Esto requerirá una preparación en alfabetización mediática, por lo que profundizaremos sobre estas implicaciones. Por ahora, basta con decir que los estudiantes de comunicación social, demostraron una participación en las redes sociales por encima del promedio, a pesar de no ser quienes más pertenecen a grupos socio-políticos.

#### 5.1.5. Estudio de correlación entre capital social y Facebook

Los hallazgos de Kee, Park, y Valenzuela (2009) no apoyan la perspectiva popular de que quienes usan Facebook en exceso están necesariamente más aislados y menos conectados que usuarios moderados; sin embargo, también indican que esta red social no es la solución

más efectiva para mejorar la desconexión de los alumnos con los deberes ciudadanos y democráticos.

Aunque ambas investigaciones fueron estructuradas de manera distinta, vemos relaciones ejemplares. En nuestro sondeo, los estudiantes *casi nunca* utilizan las redes sociales para la participación cívica y política, confirmando lo que incluso intuitivamente se puede concluir: que no hay nada inherente en la herramienta que te haga cumplir más deberes democráticos o ciudadanos. Lo que sí parece ocurrir, sin embargo, es que la herramienta se utiliza como “extensión” de los conocimientos, actitudes, aspiraciones, y hábitos que los estudiantes tienen en sus vidas cotidianas, fuera del mundo virtual. Como bien estableció la investigación de Kee, Park, y Valenzuela (2009), si el individuo tiene un capital social elevado, Facebook no necesariamente va a perjudicar ese capital social. En cambio, lo que aquí proponemos es que puede, no ampliar, sino servir como “extensión” de ese capital social.

No debe ser mera coincidencia que los estudiantes de derecho sean a la vez quienes más reportaron pertenecer en grupos cívico-políticos, quienes estuvieron entre los grupos con una mayor participación en convocatorias entre enero-abril de 2015, y quienes obtuvieron un resultado muy por encima del promedio en cuanto a participación cívica y política en las redes sociales. A pesar de que nuestro estudio no establece una correlación directa entre esas variables, se remarca un claro patrón cuantitativo que podría conllevar a futuras investigaciones a responder: ¿es verdad que los estudiantes de derecho de varias universidades participan más que los de otras carreras? Si esa pregunta fuera contestada de manera afirmativa, también habría que indagar: ¿por qué los estudiantes de derecho participan más que los de otras carreras? Ya en esos proyectos tendríamos que explorar de manera cualitativa tanto las motivaciones intrínsecas como las extrínsecas, es decir, desde las gratificaciones que genera el

**(...) a pesar de que el apoyo a causas cívicas y políticas no es elevado cuando se analiza en conjunto, sí hay una incidencia en las “conversaciones” que se generan en redes sociales, lo que evidencia que el espacio virtual no es tanto una “plaza pública” donde lo habitual sea protestar y manifestar, sino un “foro público”.**

voluntariado en sí, hasta las gratificaciones fuera del voluntariado, como las remuneraciones salariales o las promociones profesionales.

#### 5.1.6.- Las redes sociales en la participación social activa

Del Hoyo, Fernández y García (2014) concluyeron su investigación argumentando: primero, que las redes sociales no son solo espacios para la interacción con amigos o conocidos, sino que también pueden ser utilizadas con intenciones cívicas; segundo, para que las personas participen en convocatorias cívico-políticas, se deben considerar otras variables, fuera de lo virtual, como proximidad geográfica o factores emocionales.

El presente estudio puede confirmar la primera consideración, ya que en nuestros hallazgos se denota que los estudiantes, en promedio, *a veces* utilizan las redes sociales como “hiperforo público” para expresar sus inquietudes sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos. También podemos agregar que los estudiantes van más allá de las conversaciones cívico-políticas en redes sociales, realizando con más frecuencia otras actividades como informar, animar, firmar, o donar, solamente cuando demuestran tener otras capacidades y motivaciones desarrolladas y moldeadas fuera de Internet, como por ejemplo la alfabetización mediática y el compromiso o voluntariado en distintos grupos u organizaciones. En cuanto a la segunda consideración, con respecto a la participación en convocatorias o eventos, modificaría la afirmación de Del Hoyo, Fernández y García (2014) de la siguiente manera: variables como proximidad geográfica, social, emocional, así como la educación y el voluntariado, influyen y “confluyen” en el compromiso de los jóvenes en eventos que requieran de su solidaridad o cooperación.

**Lo que destacamos es que para que las personas desarrollen esta forma de participación online deben confluir un conjunto de actitudes, motivaciones, conocimientos y hábitos que extienden las capacidades del capital social de los individuos a los medios.**

## VI. CONCLUSIONES

Considero relevante enfatizar dos de los principales hallazgos de la investigación:

1. Los estudiantes reportaron *casi nunca* utilizar las redes sociales para la participación cívica y política. Además, la carrera de derecho fue la mejor puntuada, por lo que, en base a los hallazgos empíricos así como los antecedentes de la investigación, se determina que confluyen un conjunto de actitudes, motivaciones, conocimientos y hábitos que extienden las capacidades de los individuos a los medios.
2. Los estudiantes *a veces* participan en “conversaciones” sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos, siendo la actividad cívico-política más preponderante. Se evidencia que hay un interés común en debatir estas inquietudes en las redes sociales como “hiperforo público”.

Considero que para entender estos hallazgos con mayor claridad, es importante establecer modos de participación ciudadana que en la teoría se entrecruzan pero que se deben distinguir:

1. Participación cívica y política en redes: como fuera concebida en esta investigación, está caracterizada por estándares de capital social que implican un uso complejo de las redes sociales e Internet. Las personas que cumplen con este parámetro realizan con frecuencia las siguientes actividades en las redes sociales e Internet: informarse sobre movimientos en los que puedan participar; conversar sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos; animar a otros a participar en convocatorias; firmar peticiones *online*; y donar o recaudar fondos para una causa u organización. Lo que destacamos es que para que las personas desarrollen esta forma de participación *online* deben confluir un conjunto de actitudes, motivaciones, conocimientos y hábitos que extienden las capacidades del capital social de los individuos a los medios.



2. Participación en redes como movimiento o estallido social: en este caso, las personas podrían no utilizar las redes regularmente para la participación cívica y política definida en el punto anterior, pero como sí participan en conversaciones a través de un “hiperforo público”, son susceptibles a respuestas emocionales que son transmitidas “viralmente” haciendo uso de un medio digital, hipertextual, multimedia, interactivo, y reticular. Donde la primera forma de participación debe ser desarrollada a través de “ritos” culturales en una confluencia de factores, esta segunda forma de participación es más intermitente, siendo su única constante las discusiones *online*, que bien pueden traspasar lo virtual para ir a lo real, o pueden simplemente quedarse en lo virtual sin lograr mayores efectos reales.

Las motivaciones de los individuos los llevan a ser socialmente productivos o a reforzar sus prejuicios. Consecuentemente, enseñar a las personas a sacarle provecho a sus nichos con responsabilidad, juicio, sobriedad, creatividad, innovación, y cooperación, parece una buena manera de enfocar la alfabetización mediática para una ciudadanía participativa, en vez de intentar imponer un criterio homogéneo y porque el capital social requerido para la participación cívica y política depende de una confluencia de factores que la educación en medios no podría inculcar por sí sola.

#### RICHARD TAHAN

Licenciado en Comunicación Social. Magister en Comunicación, mención Comunicación para el Desarrollo por la UCAB. Profesor de pregrado y postgrado en la UCAB.

#### Referencias

- BAPTISTA, P., FERNÁNDEZ-COLLADO, C., HERNÁNDEZ, R. (2006): *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- BENKLER, Y. (2006): *The wealth of nations: how social production transforms markets and freedom*. EEUU: Yale University Press. Recuperado el 09/07/15 de: [http://www.benkler.org/Benkler\\_Wealth\\_Of\\_Networks.pdf](http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf)
- BISBAL, M., NICODEMO, P. (2011): *Estudio: redes sociales hábitos y usos*. Recuperado el 09/07/15 de: <http://www.slideshare.net/espaciopublico/estudio-redes-socialesucab>
- CASTELLS, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- DEL HOYO, M., FERNÁNDEZ, C., GARCÍA, M. (2014): “Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa”. En: revista *Comunicar*, volumen XXII (número 43), pp.35-43. Recuperado el 09/07/15 de: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-03>
- ESPAÑA, L. (2008): *Estudio de participación socio-política en Venezuela: una aproximación cualitativa*. Recuperado el 09/07/15 de: [http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/SIC2008705\\_207-226.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/SIC2008705_207-226.pdf)
- GARCÍA, R., RAMÍREZ, A., RODRÍGUEZ, M. (2014): “Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora”. En: revista *Comunicar*, volumen XXII (número 43), pp.15-24. Recuperado el 09/07/15 de: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-01>
- KEE, K., PARK, N., VALENZUELA, S. (2009): “Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation”. En: *Journal of computer-mediated communication*, volumen 14 (número 4), pp.875-901. Recuperado el 12/04/15 de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x/epdf>
- PUYOSA, I. (2010): “Ciudadanía en la red o la vanguardia de un proceso revolucionario”. En: revista *Comunicación*. Recuperado el 09/07/15 de: [http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2010150\\_10-15.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2010150_10-15.pdf)
- (2012): “Los electores venezolanos, menos mediáticos más conectados”. En: revista *Comunicación*. Recuperado el 09/07/15 de: [http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2012158\\_56-60.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM2012158_56-60.pdf)
- SHIRKY, C. (2010): *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*. New York: The Penguin Press.