

Sarah Tena Reiff

2013

Internet: ¿Hacia la movilización o hacia la desmovilización social?

Introducción.....	1
Internet y deliberación horizontal.....	2
Manuel Castells y los movimientos sociales en la era de Internet.....	4
Causas y consecuencias del consumo de información política en España (2000-2009).....	5
Internet y participación política en España.....	6
Audiencias en internet, ¿cómo se interpretan?.....	7
Consideraciones finales.....	14
Bibliografía y páginas web.....	15

Introducción.

Durante estos últimos años, sobre todo a partir de las Primaveras Árabes que estallaron en el 2010, y durante los sucesivos movimientos sociales que fueron desencadenándose en numerosos países a lo largo de todo el planeta, se ha discutido sobre el papel que han tenido las tecnologías de la información, y sobre todo las redes sociales, en estos movimientos. Existen defensas a todo tipo de posturas, desde perspectivas que los consideran casi de forma determinista en los movimientos sociales, hasta perspectivas que les atribuyen un papel no demasiado relevante (e insistiendo en que, con redes o sin redes, si un movimiento social tiene que tener

lugar, tendrá lugar). Es difícil conocer la trascendencia de las redes sociales en las movilizaciones; existen numerosos intentos de identificar posibles indicadores relevantes del fenómeno (intensidad de conexión en Twitter o Facebook durante las revueltas, número de Tweets publicados, número de entradas en ciertas páginas etc...) pero, éstos no son suficientes y al fin y al cabo, no sirven para medir si las redes sociales y la tecnologías de la información han sido determinantes o no en el desencadenamiento de las movilizaciones. Algunos consideran que muchos de los cambios políticos en la historia han estado vinculados a las condiciones materiales de existencia de la gente; pero también se han visto favorecidas o limitadas a las formas que esta gente tenía de comunicarse entre sí. Las ciudades solían ser los principales centros de cambio político, porque en éstas la comunicación era más fácil que en el campo.

Con este presente trabajo se pretende reflexionar sobre este debate del papel de internet en las movilizaciones sociales. Dada la complejidad del tema y debido a que es un trabajo de clase y no una investigación, la intención es meramente reflexiva y exploratoria en el tema. Para ello se procederá a una revisión bibliográfica, para finalmente reflexionar a través de un ejemplo práctico (audiencias en Google Trends) sobre lo expuesto.

Internet y deliberación horizontal.

José Manuel Robles y Ernesto Ganuza escriben un artículo titulado "*Internet y Deliberación. Dos ideas para comprender cómo afrontan los Indignados la participación política*", donde tratan de resaltar el carácter novedoso y original del movimiento 15 M: este movimiento ha sido capaz de organizar una forma de deliberación y discusión de una manera horizontal y democrática, a la vez que llevada a la práctica. Argumentan en su artículo que hasta hace relativamente pocos años (desde luego, como mínimo hasta la aparición de las redes sociales tecnológicas) los movimientos sociales se desarrollaban o bien en un sentido o bien en el otro. Si mantenían un comportamiento orientado a la crítica, discusión, reflexión y debate, no conseguían

organizarse de forma clara, y una organización era esencial para poder llevar a cabo la acción reivindicativa. Por otro lado, si eran proclives a la acción, no había tiempo ni espacio adecuados para desarrollar una buena reflexión y debate entre todos los miembros de un movimiento. Es en este sentido que Robles y Ganuza valoran como verdaderamente novedoso esa capacidad de articular estos dos elementos, deliberación horizontal a la vez que práctica. Los indignados, ni aceptan que el debate entre participantes esté desarticulado de sus implicaciones prácticas, ni toleran que para que esto suceda sean las organizaciones formales las que debatan únicamente. ¿Cómo se ha posibilitado tal inclusión de elementos?

Estos autores creen que principalmente por dos motivos. El primero de ellos, es que el 15 M ha tomado como máxima y ha defendido, la participación horizontal al movimiento. Sin una defensa de este valor, de este código, hubiera sido fácil desarrollar una jerarquía o una discusión más vertical. En segundo lugar, Internet ha significado un soporte donde ha tenido lugar esta organización a la vez que discusión. Los proyectos cívicos y deliberativos que defienden los indignados no son originales, ya estaban presentes en los movimientos por la justicia social globales de los noventa o en movimientos de desobediencia civil en los años ochenta. Pero como vienen diciendo estos autores el 15 M, a través de Internet como espacio público accesible a todos (estos autores no entran en cuestiones de brecha digital), y una defensa casi disciplinaria del derecho deliberativo y reflexivo, logra superar esa barrera simbólica que separaba a los militantes del resto de la ciudadanía.

Una vez considerado esto, ¿qué relevancia le dan a este hecho los autores? Pues bien, opinan que Internet ha supuesto una oportunidad de crear nuevos agentes políticos. Así, el 15M, Anonymous o Democracia Real Ya, pero del mismo modo que otras plataformas sociales, nacen en espacios, foros o webs en donde la discusión y el debate son públicos y abiertos. Esa oportunidad que ha supuesto Internet de debatir abiertamente, no hay que confundirla advierten los autores, como una relación determinante de causa-efecto de debate abierto y 15M; internet ha supuesto una herramienta de apoyo a esta disciplina deliberativa.

Pero si aceptamos la idea de que en los movimientos sociales como el 15M ha habido un uso oportuno de Internet, ¿significa que éste ha sido indispensable? Las influencias de internet, ¿han sido dentro de los mismos movimientos, o además gracias a éste han aumentado de frecuencia, tamaño o alcance político y social?

Cuando consideramos la conexión de Internet, no hay que tener en cuenta sólo la capacidad de organización social. También supone una fuente de información para muchas personas. En este sentido vamos a observar ahora indicadores de otro tipo, que nos informen sobre si el consumo de información política está relacionada con actitudes y comportamientos políticos o no lo está.

Manuel Castells y los movimientos sociales en la era de Internet.

Manuel Castells valora la influencia de internet y de las redes sociales en los movimientos sociales, como muy importante. Castells analiza algunas movilizaciones de la “primavera árabe”, el movimiento 15M de España, y el “Occupy Wall Street” en E.E.U.U., y cree que comparten una serie de características que los diferencia de otros movimientos históricos.

Esas características son, en primer lugar que están conectados en red, no sólo los participantes de un movimiento, sino los participantes de los diferentes movimientos sociales del planeta (es una red de redes). Estas redes crean una sensación de unidad que les hace perder miedo y ser más valientes, al sentirse acompañados y apoyados. De forma similar, estos movimientos son, al mismo tiempo, locales y globales (llegando a convocar manifestaciones globales a través de Internet). Otra característica de estos nuevos movimientos sociales es su carácter espontáneo en el momento de su formación. Si bien las originan la indignación acumulada hacia el sistema, la circulación de información con contenido emocional (por ejemplo un vídeo de represión policial) aumenta la intensidad de forma considerada la indignación

existente. Debido a esta conexión en red, los movimientos sociales son virales, en el sentido de que se propagan las movilizaciones por todo el planeta de forma muy rápida y contagiosa. No existen líderes, de hecho las decisiones se toman en asambleas y mediante el debate de los ciudadanos. Son a su vez, autoreflexivos; el debate y la reflexión son constantes. Por último, destaca que la gran cantidad de propuestas que suelen recoger de los ciudadanos, les convierte en movimientos sin programas claros, ya que no formalizan todas las propuestas en un solo programa sino que utilizan el movimiento para expresar su disconformidad.

Causas y consecuencias del consumo de información política en España (2000-2009).

Este estudio elaborado por Xabier Meilán para el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), analiza la evolución del consumo de información política en España durante el período de 2000 a 2009 en los diferentes medios de comunicación (internet, televisión, prensa gratuita, prensa tradicional, radio), e interpreta los resultados en relación a actitudes y comportamientos políticos. Utiliza datos de los barómetros del CIS y de la Encuesta Social Europea (ESE), este último para hacer una comparación entre países.

La mayoría de personas se informan sobre política a través de los diferentes medios de comunicación. El desarrollo de los medios de comunicación (radio, televisión e internet actualmente) ha permitido que las personas elijan y busquen activamente el medio más ajustado a sus preferencias e intereses. Sin embargo, este aumento de posibilidades de elección no ha alterado el consumo de información política en los medios tradicionales (prensa, radio, televisión); es decir, ni ha aumentado ni ha disminuido. El consumo a través de internet sin embargo, presenta un crecimiento constante desde el año 2000. A pesar de este crecimiento de consumo en internet, la televisión sigue siendo la principal fuente de consumo de información política. Por otro lado, resalta una pauta que se repite además en otros países

Europeos: los jóvenes dedican menos tiempo a informarse sobre cuestiones políticas que sus mayores, sobretodo en televisión.

Existen unos datos interesantes, que contradicen una percepción general que suele tener la gente sobre el consumo de televisión y desmovilización política. Curiosamente, los datos indican que la declaración de ver noticias en la televisión (de contenido político, no olvidemos) predice mejor que otras variables los índices de participación política; le sigue después la radio. Sorprendentemente, leer la prensa no se relaciona con mayor movilización política, y mayor consumo en internet tampoco. Aun así, se observa en todos los medios, que cuanto más información política se consume, más se tiende a la participación política.

Estos resultados no se corresponden con la idea extendida de que, internet es “esa herramienta clave” de la democracia (para informarse o expresarse), y menos que internet fomente de forma inevitable la movilización social.

Internet y participación política en España.

Un mismo estudio elaborado por Eva Anduiza, Marta Cantijoch, Aina Gallego y Jorge Salcedo para el CIS, y partiendo de los datos de esta institución (del estudio 2736), analiza datos que apoyan esta idea, e incluso pueden interpretarse como un matiz de aquellos. Por un lado, la brecha digital por edad, nivel educativo, género, ocupación, nivel de ingresos y tamaño de municipio. Lo cual ya implica que generalizar a toda la población es pasar por alto la realidad heterogénea. Sin embargo, es coherente con el análisis anterior de Xabier Meilán en que una vez *online*, las actividades más frecuentes son las de carácter lúdico, comunicativo y comercial. Son especialmente frecuentes la búsqueda de información, el uso del correo electrónico, la descarga de ficheros y la navegación sin objetivo concreto. Los usos políticos de Internet, según los datos, son mucho menos frecuentes. En comparación con estas actividades, sólo un 45% de los internautas ha buscado información sobre temas de actualidad, menos de un 20% ha entrado en una página web de algún partido político,

y sólo el 32% ha recibido algún email con contenido político. La frecuencia e participación política online de los españoles se sitúa entre el 5% del contacto con los políticos, y el 20 % de los que han participado en webs, blogs o foros políticos. Existe más gente que participa simultáneamente *online* y *offline* (28%), que gente que sólo participa *online* (15%). Dentro del grupo que participa políticamente online, tienen más peso los que en general saben utilizar más recursos online (no sólo relacionados con política), y las variables que suelen ir asociadas a una mayor participación política *offline* no tienen tanto peso.

No obstante es importante tener presente que el estudio está publicado en el año 2010, antes de la irrupción del 15M.

Audiencias en internet, ¿cómo se interpretan?

Lo cierto es que como vemos, la discusión sobre la influencia de internet en las movilizaciones sociales está lejos de ser resuelta. Quizá se pueda asumir la idea de que en las formas de organizarse sí ha influido; pero sobre unos movimientos (o ciudadanos potencialmente movilizadores) ya existentes, sin influir de manera determinante en el grueso de la sociedad. A modo de reflexión, van a mostrarse a continuación una serie de comparaciones de frecuencias de búsquedas en Google, efectuadas a través de la herramienta “Google Trends”. Se ha tratado de comparar las búsquedas relacionadas con la movilización social en el período cuando el 15 M estaba en efervescencia, con otro tipo de búsquedas de temática variada (pero caracterizadas en su mayoría por ser de entretenimiento). Se ha delimitado por búsquedas en la web, en España, durante el período 2004-septiembre 2013. Las búsquedas con resultados más relevantes en sus frecuencias (con unos máximos muy marcados en torno al 2011) relacionadas con la movilización social han sido las siguientes:

- Democracia real ya
- 15M
- 15 M

- Acampada sol
- Anonymous

“Democracia real ya” ha sido la que con diferencia, ha tenido un número mayor de búsquedas en Google. A continuación se muestran las búsquedas que presentaban frecuencias mínimas en sus búsquedas.

- Indignaos
- Toma la plaza
- Plaza sol
- Movilización
- Revolución
- Economía
- Crisis
- Capitalismo
- Comunismo
- Anarquía
- Socialismo
- Marx
- Hessel
- Che
- Lenin

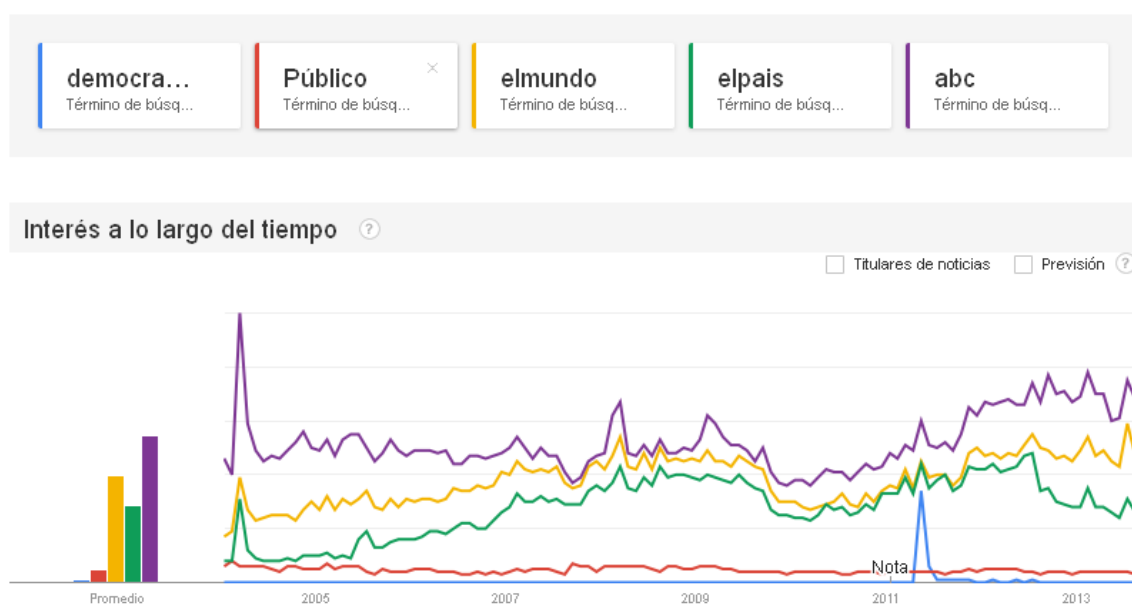
Cabe destacar que, ninguno de estos autores muestra un cambio relevante en sus frecuencias durante los días de movilización más activa del 15 M; Hessel muestra un ligero pico por las fechas del 2011, pero es mínimo en comparación con “Democracia real ya”. La gente no parece haber acudido a internet para informarse de autores clásicos o que pudieran ser relacionados típicamente con revoluciones o movimientos sociales. Tampoco lo hizo para informarse sobre teorías de sistemas económicos y políticos (capitalismo, socialismo, comunismo etc...), ni sobre las crisis económicas. En cambio sí hay por esas fechas un ligero repunte en las frecuencias de los principales

periódicos (*elpais*, *elmundo*, *ABC*, *publico*). Esto está en consonancia con lo expuesto anteriormente, de que son movimientos sin líderes (Castells, pág. 212).

Se ha comparado “Democracia real ya” (por ser la que frecuencias más elevadas tenía, para minimizar la diferencia entre esta búsqueda y las otras) con la siguiente lista de búsquedas, y, aunque es difícil comparar ya que muchas frecuencias son de tipo cíclico (por ejemplo porque trata de programas de tv que van por temporadas) todas ellas presentaban frecuencias más altas de búsquedas que la de “Democracia real ya”.

En la siguiente tabla aparece, junto a “democracia real ya”, esta comparación de periódicos:

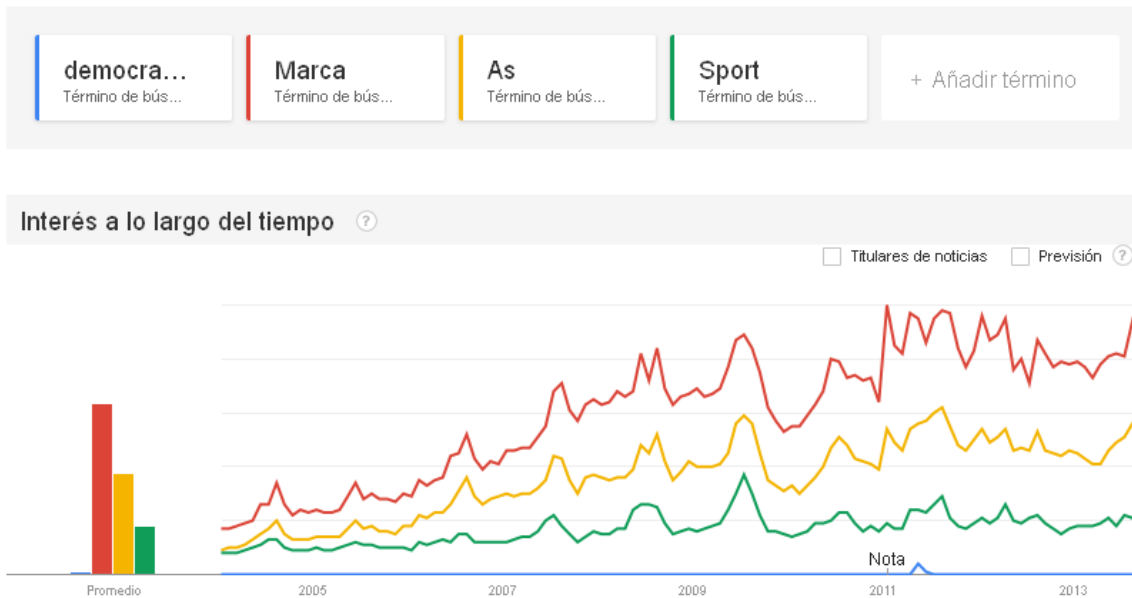
- Público
- El mundo
- Elpais
- ABC



Llama la atención en estos gráficos una tendencia curiosa que no merece ser pasada por alto: en el 2009 hasta aproximadamente el 2010, hay una caída en el nivel de lectura de los principales periódicos (*elmundo*, *elpais*, *ABC*, y *publico*), que no remonta hasta mitades de 2010.

A continuación, se cruza “democracia real ya” con los principales periódicos deportivos:

- Marca
- As
- Sport



Este es el caso que más llama la atención, debido a la diferencia de audiencias que presenta cada periódico deportivo (siendo *Marca* el que más se consulta) respecto a “democracia real ya”.

En la siguiente tabla se muestra otra comparación: con la siguiente lista:

- Gran Hermano
- Hombres y mujeres y viceversa
- Youtube
- Fiesta

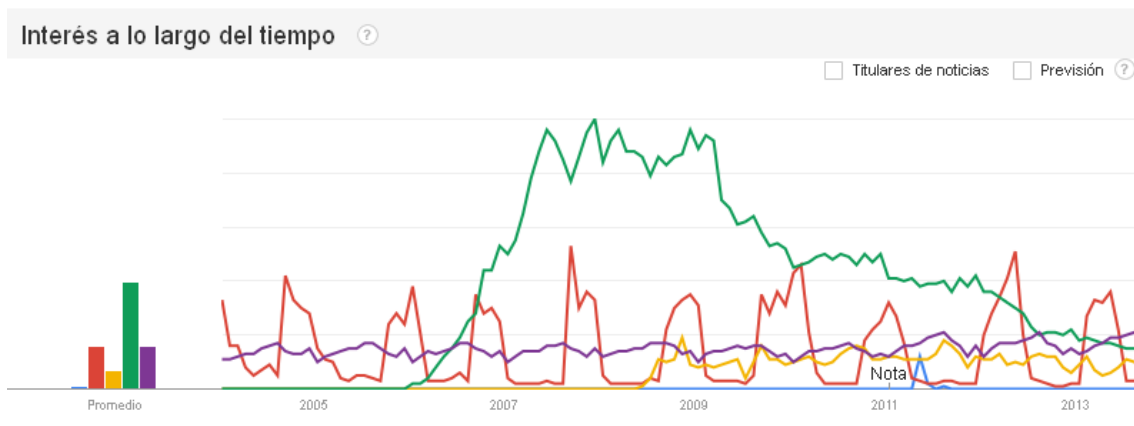
democra...
Término de búsq...

Gran Her...
Término de búsq...

Hombres...
Término de búsq...

You Tube
Término de búsq...

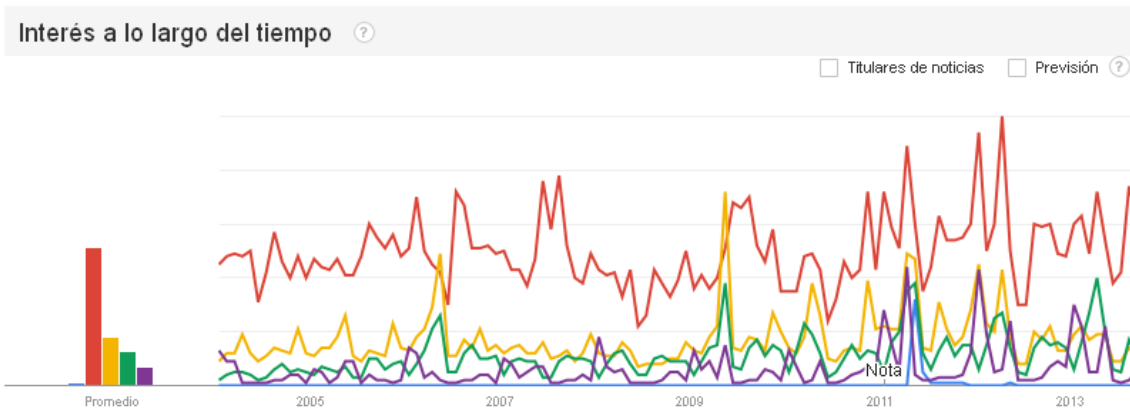
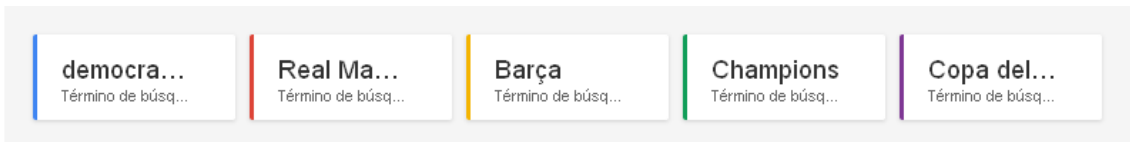
Fiesta
Término de búsq...



Aunque en el momento del estallido del 15 M éste sobrepasa a Gran Hermano en el número de búsquedas por internet, es debido a que en ese momento no hay programación; pero cuando vuelve a ser la temporada de Gran Hermano vuelve a ser tan fuerte el nivel de búsquedas como siempre. En el caso de *Hombres y mujeres y viceversa*, “democracia real ya” sobrepasa por muy poquito a la audiencia de esta búsqueda, pero la diferencia es mínimo y por muy poco tiempo.

La siguiente comparación está relacionada con el mundo del fútbol:

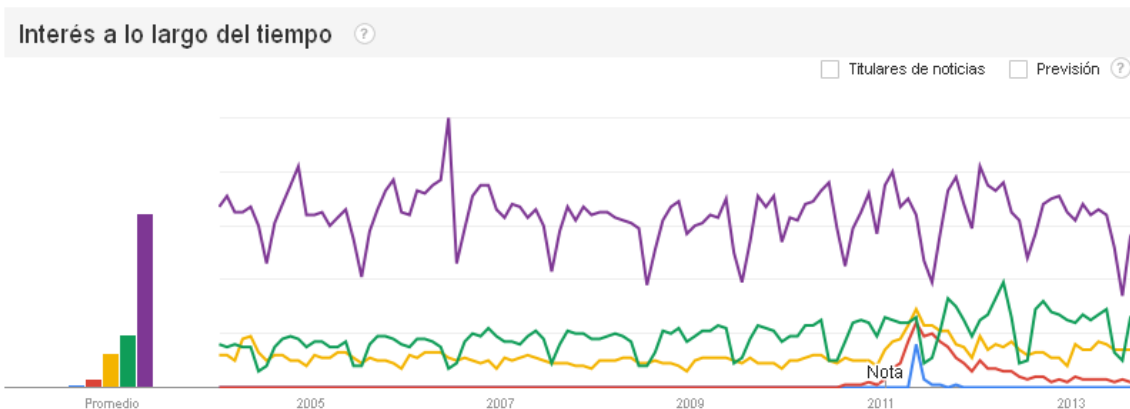
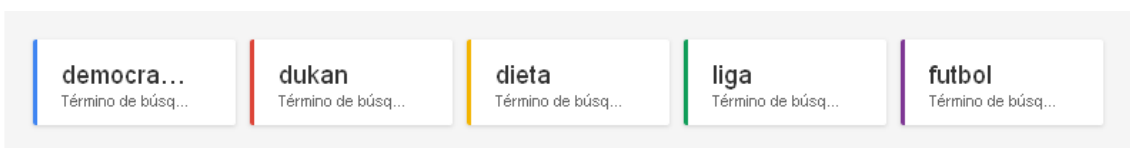
- Real Madrid
- Barça
- Champions
- Liga
- Copa del rey



Vemos como en todos los casos, “democracia real ya”, en comparación con estos temas se ha buscado con menos frecuencia en las web.

En la siguiente lista, además de más temas relacionados con el futbol (que no cabían en la comparación anterior ya que Google Trends sólo permite comparar 5 ítems a la vez), aparecen otros temas relacionados con dietas:

- Futbol
- Dieta
- Dukan



Vemos que hasta la dieta “Dukan” (que se puso de moda por el 2011) se buscó más por internet que “democracia real ya”.

La siguiente lista tiene que ver con el consumo de pornografía en internet, y Sony, que se buscó porque se estaba comparando consolas pero éstas no se incluyeron finalmente en las comparaciones porque las frecuencias de “democracia real ya” eran superiores).

- Redtube
- Youporn
- Porn
- Sony



¿Cómo se interpretan estas tablas? Porque alguien que mire el Marca no significa que no esté interesado en la movilización social; puede estar interesado en el 15 M, incluso participar, pero simultáneamente también consultar el Marca (o Gran hermano, o redtube). Por un lado hemos visto que en lo que a movilización sociales se refiere, Internet y sus usos han caracterizado a los actuales movimientos, pero quizá porque Internet se caracterice en sí mismo en haber penetrado en muchas esferas de

las personas (ocio, y diversión por ejemplo). Internet caracteriza una parte de las movilizaciones sociales, pero las movilizaciones sociales no parecen caracterizar demasiado Internet.

Consideraciones finales.

De lo expuesto se desprende alguna idea sintetizada, pero básicamente se han formado nuevos interrogantes:

- Podemos asumir la idea de que las redes sociales han afectado a las formas de organizar los movimientos sociales, ¿pero afecta a la esencia de las movilizaciones o sólo a las formas?
- Los cambios que han experimentado las movilizaciones sociales respecto a los usos oportunos de internet, ¿son verdaderamente relevantes? ¿Cambian las movilizaciones en su forma, o también en su esencia?
- ¿Afectan internet verdaderamente al alcance de las movilizaciones? ¿Tienen más éxito?
- No parece estar claro que internet fomente las movilizaciones sociales.
- A día de hoy, dado el relativo fracaso de las movilizaciones en occidente, cabe la interpretación de que todavía no se hayan dado verdaderas revoluciones o cambios sociales, y estemos todavía ante un paso previo de toma de conciencia. Así, el análisis de las tecnologías de la comunicación podrían enfocarse desde esta hipótesis.
- Las posibilidades de internet para la actuación política y social, sería interesante que fueran analizadas desde el punto de vista de actores pequeños con gran alcance de acción. Por ejemplo, las posibilidades de grupos como “Anonymous” o grandes empresas como “Google”, “Yahoo”, “Facebook”,

“wikileaks”, el caso de “Edward Snowden “¹o el actualmente inexistente “Megaupload”, de entrar en la esfera económica y política internacional.

Bibliografía y páginas web

- Castells, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*, Alianza Editorial, Madrid, 2012.
- Meilán, Xabier (2009), *Causas y consecuencias del consumo de información político en España (2000-2009)*, Opiniones y Actitudes nº 68, CIS
- Robles, J. M & Ganuza, E. (2011). “Internet y Deliberación. Dos ideas para comprender cómo afrontan los Indignados la participación política”. *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, nº 38, pp. 243-262. Madrid.
- Anduiza, E., Cantijoch, M., Gallego, A., Salcedo, J. (2010): *Internet y Participación Política en España*. Opiniones y Actitudes nº63, CIS.
- Google Trends <http://www.google.com/trends/?hl=es>

¹ Véase: <http://www.publico.es/internacional/456918/un-exagente-de-la-cia-filtro-a-la-prensa-el-ciberespionaje-de-eeuu#>