

DESENREDANDO EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

EL QUE EN VARIAS PARTES DEL MUNDO LA DIFUSIÓN DE LAS REDES SOCIALES ONLINE COMO FACEBOOK Y TWITTER HAYA OCURRIDO AL MISMO TIEMPO QUE LA MASIFICACIÓN DE LAS PROTESTAS CIUDADANAS—LÉASE PRIMAVERA ÁRABE, LOS INDIGNADOS ESPAÑOLES, OCCUPY WALL STREET, LAS MANIFESTACIONES POR LA EDUCACIÓN, LA DESCENTRALIZACIÓN Y EL MEDIO AMBIENTE EN CHILE, POR NOMBRAR ALGUNOS CASOS—ABRIÓ EL DEBATE—DENTRO Y FUERA DE LOS CÍRCULOS ACADÉMICOS—SOBRE EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA.





SEBASTIÁN VALENZUELA

Periodista, Pontificia Universidad Católica de Chile; M.A. y Ph.D. en Comunicaciones de la Universidad de Texas en Austin, Estados Unidos. Profesor Asistente de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile; investigador asociado del Centro Nacional de Investigación para la Gestión Integrada de Desastres Naturales (CIGIDEN) y editor en jefe de *Cuadernos.info*. Sus áreas de especialización abarcan la comunicación política, las redes sociales online, la opinión pública y el periodismo. Sobre estos temas ha escrito una veintena de artículos en revistas académicas y capítulos de libros, todos disponibles en <http://uc-cl.academia.edu/Valenzuela>. Actualmente es columnista en la sección #Voces del diario La Tercera.

savalenz@uc.cl

Como suele ocurrir cuando se masifica un nuevo medio de comunicación, aquí se suelen enfrentar dos visiones. Por un lado, están los escépticos, aquellos que no creen que los medios sociales alteren los determinantes de la participación y protestas ciudadanas. Malcolm Gladwell, autor de *Tipping Point* y *Blink*, escribió un polémico artículo en la revista *New Yorker* diciendo que “la revolución no será tuiteada” puesto que las redes sociales como Twitter no son condición necesaria ni suficiente para impulsar el activismo de los ciudadanos. Después de todo, argumentó, la revolución francesa no necesitó de redes sociales online para tomarse La Bastilla.

Sin embargo, desde la vereda del frente, un cúmulo de evidencia empírica está mostrando que los medios sociales pueden jugar un rol protagónico en el comportamiento político de los ciudadanos. El caso más elocuente es el experimento que desarrolló durante las elecciones estadounidenses de 2010 Cameron Marlow, el sociólogo de Facebook, con James Fowler, el gurú del análisis de redes sociales, junto a otros investigadores y que fue publicado el año pasado en *Nature*^[1]. Mediante un ensayo aleatorio controlado de movilización política a un grupo de 61 millones de usuarios (sí, leyó bien), se demostró que los mensajes de Facebook pueden tener un efecto significativo en la expresión política, la búsqueda de información electoral

y, lo más relevante, llevar a la gente a votar. Los resultados más específicos están a la vista en la **Figura 1**. En el panel (a) hay una reproducción de los mensajes que recibieron los participantes del experimento, y en el panel (b) una estimación de los efectos en la participación en las elecciones.

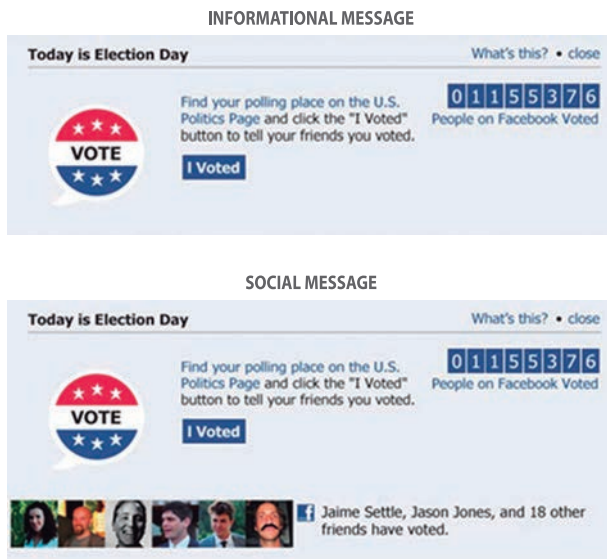
A medida que van apareciendo estudios de este tipo, se ha hecho cada vez más aparente que la pregunta de interés no es si los medios sociales inciden o no en la participación ciudadana, sino cómo inciden y bajo qué condiciones esta influencia es mayor o menor. Entender esto ha sido una de mis motivaciones principales en los últimos años, lo que se ha visto plasmado en trabajos de autoría propia así como en colaboraciones con colegas de la Universidad de Texas en Estados Unidos, la Universidad Diego Portales y mi *alma mater*, la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica.

MECANISMOS DE INFLUENCIA

Hay varios procesos conducentes a la participación política (entendiendo participación ampliamente, como votar en elecciones, protestar en la calle o unirse a causas ecológicas) que pueden activarse gracias a los medios sociales. →

[1] Bond, Fariss, Jones, Kramer, Marlow, Settle & Fowler.(2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*.489, 295–298. doi:10.1038/nature11421.

a



b

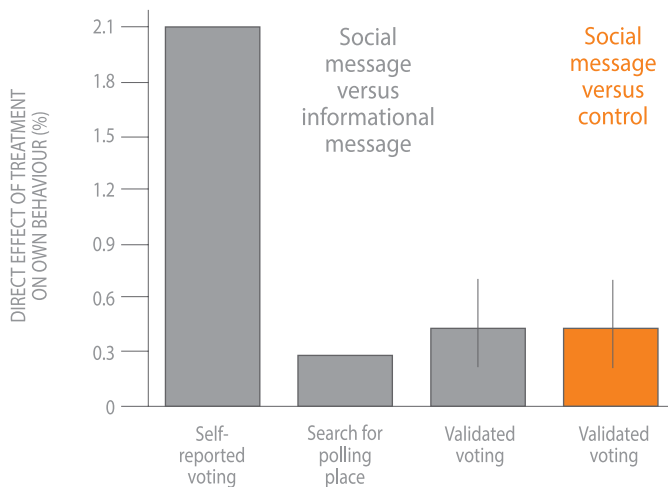


FIGURA 1. LOS RESULTADOS DEL EXPERIMENTO A 61 MILLONES DE USUARIOS DE FACEBOOK DESARROLLADO POR BOND ET AL. (2012).

Entre ellos, consumir noticias sobre causas políticas y sociales, recibir información directamente relacionada con una movilización (cuándo y dónde se realizará una protesta, por ejemplo), bajar aplicaciones de Facebook o Twitter que permiten unirse a una causa (botón Me Gusta, Twibbons, etc.) y crear espacios para la discusión política y la deliberación ciudadana.

El conocimiento adquirido durante décadas de investigación por las Ciencias Sociales respecto

de qué motiva a la gente a participar también es aplicable al mundo de las redes sociales online. Una idea central de la teoría de la elección racional^[2] (Downs, 1957) es que para poder comprometerse activamente con la política se necesitan recursos, como tiempo, dinero y habilidades cognitivas. Por lo tanto, cualquier herramienta que reduzca estos costos aumentará la probabilidad de participar en política. Facebook, Twitter y otras tecnologías de comunicación son parte de estas herramientas, porque hacen más fácil

para los ciudadanos obtener y compartir información, sin limitaciones geográficas o de horario. Incluso, algunos autores han promocionado el potencial de los medios sociales para atraer a personas que normalmente están marginadas del activismo político tradicional, como los jóvenes. Esto significa que los servicios sociales de Internet pueden dar voz e identidad a segmentos de la población relativamente excluidos, de modo que puedan organizarse colectivamente.

La forma específica en que la gente usa los medios sociales también es importante. Cuando los investigadores miden el uso de Facebook o Twitter como tiempo destinado a su uso, o frecuencia de uso, hacen caso omiso de las múltiples audiencias, motivaciones y experiencias que el medio posibilita, y, en general, tienden a encontrar un efecto bastante menor en la participación de los individuos. Por el contrario, cuando los investigadores reconocen los diferentes usos de las redes sociales (por ejemplo, con fin informativo frente a un fin recreativo), tienden a encontrar una relación más positiva entre redes sociales y mayor participación política.

En general, el uso de las plataformas sociales relacionadas con la adquisición de información y construcción de comunidad se asocia positivamente con la participación política. Por el contrario, los patrones de uso relacionados con el entretenimiento y la distracción (por ejemplo, juegos y películas) se asocian negativamente con activismo. Por lo tanto, es importante comprender que no es la tecnología *per se* lo que puede afectar el comportamiento ciudadano, sino las formas específicas como los individuos utilizan la tecnología.

Para estudiar la validez de estos planteamientos, resumo tres trabajos que he realizado al respecto, uno en Estados Unidos y otros dos en Chile, todos basados en modelos estadísticos estructurales de datos sobre uso de medios sociales y participación obtenidos a través de encuestas a muestras representativas de población. En el primer caso, queríamos constatar si usar las redes sociales como un servicio

[2] Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Nueva York: Harper & Row.

para mantenerse informado de la actualidad y recibir noticias estaba asociado a mayor participación política y cívica. En un estricto test de esta hipótesis, encontramos que controlando por variables demográficas, exposición a noticias en otros medios online y tradicionales, y frecuencia y tamaño de las redes de discusión interpersonales, buscar información de actualidad en sitios como Facebook era un predictor significativo del capital social de las personas, así como de su comportamiento político y cívico^[3]. La **Figura 2** muestra el detalle del modelo estructural identificado.

Habiendo constatado que una de las explicaciones de por qué el uso de medios sociales puede conducir a participación, nos interesaba examinar otros mecanismos de influencia. Y es así que con Andrés Scherman y Arturo Arriagada, de la Universidad Diego Portales, analizamos encuestas en 2010 y 2011 a muestras representativas de adultos en el Gran Santiago, Valparaíso y Concepción para analizar más a fondo los mecanismos de influencia política de las redes sociales online^{[4],[5]}. Primero, como lo ilustra la **Figura 3** para los datos de 2011, encontramos que controlando por una serie de variables alternativas, la frecuencia con la que los usuarios emplean medios sociales como Facebook, Twitter y YouTube tiene una relación positiva— aunque no homogénea— con diferentes actos participativos. En segundo lugar, constatamos que no todos los mecanismos de influencia analizados son igualmente conducentes a participación en protestas y otros actos políticos. A diferencia del caso estadounidense, la función informativa no era tan significativa como el que los medios sociales sean usados para la expresión y conversación política. Como ilustra el modelo estructural en la **Figura 4**, la asociación entre uso de medios sociales y el índice de participación en protestas está íntegramente mediada por las tres variables que analizamos.

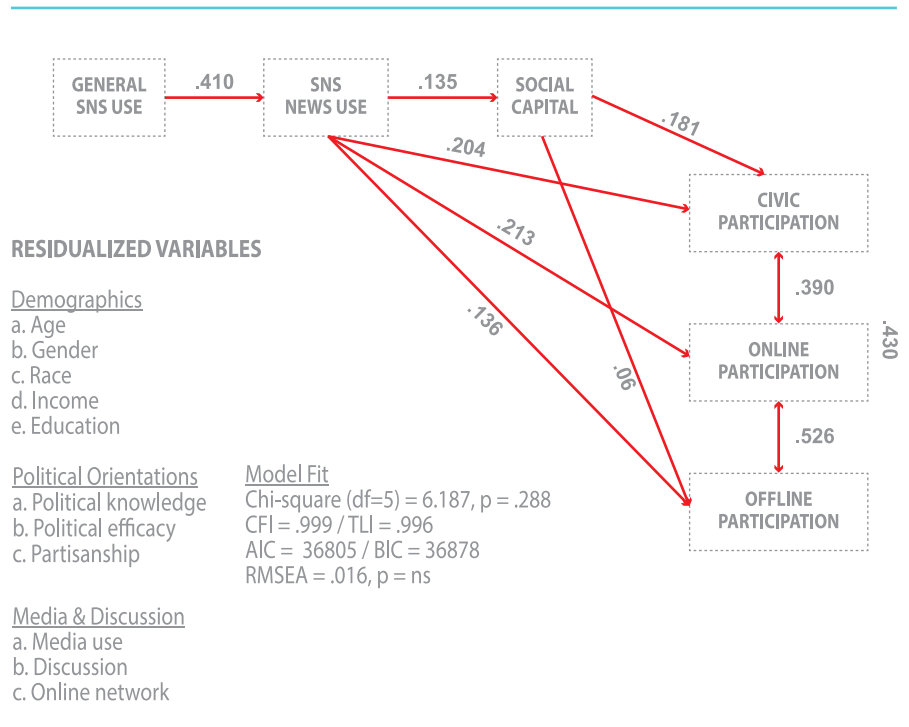


FIGURA 2. EL MODELO ESTRUCTURAL IDENTIFICADO POR GIL DE ZÚÑIGA, JUNG Y VALENZUELA (2012).

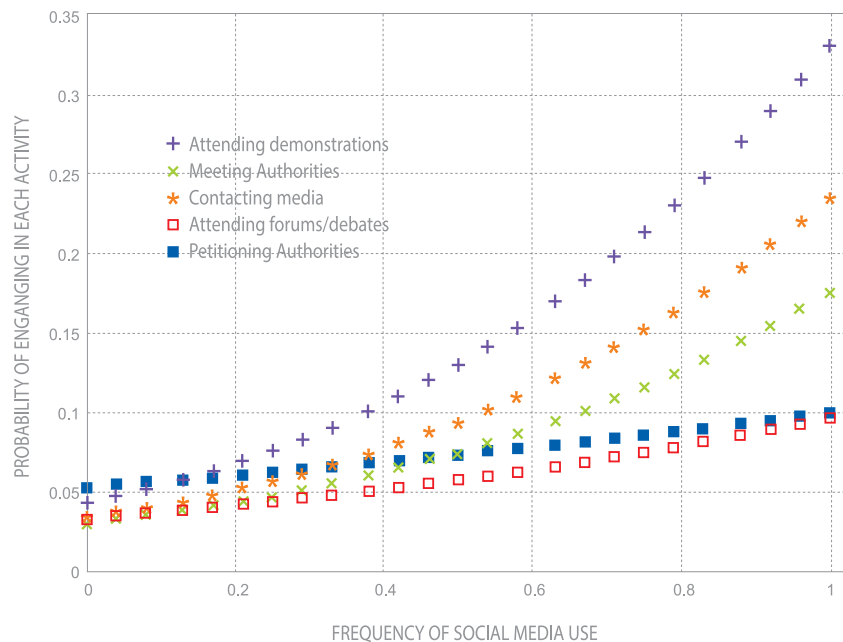


FIGURA 3. PROBABILIDADES DE PARTICIPAR EN DIFERENTES ACTOS DE PROTESTA SEGÚN FRECUENCIA DE USO DE MEDIOS SOCIALES, CONTROLANDO POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS, POLÍTICAS E INFORMATIVAS.

[3] Gil de Zúñiga, H., Jung, N. and Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319-336. doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x.
[4] Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62, 299-314. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x.
[5] Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57, 920-942. doi:10.1177/0002764213479375.

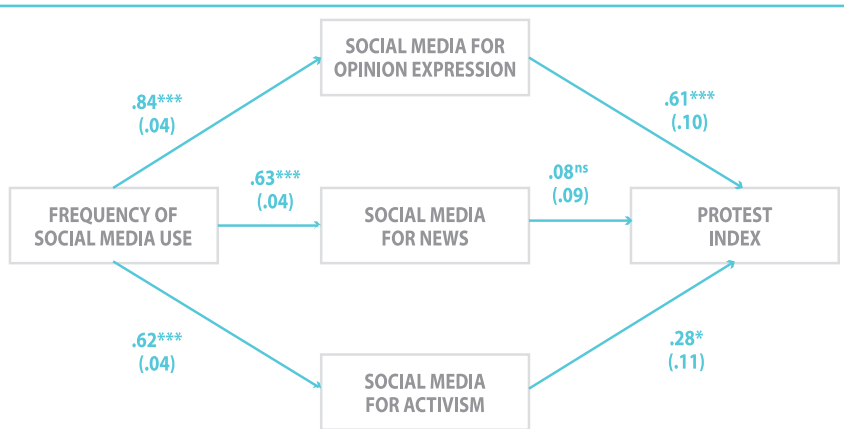


FIGURA 4. MODELO ESTRUCTURAL PARA EXPLICAR LOS MECANISMOS POR LOS CUALES EL USO DE LAS REDES SOCIALES ONLINE SE RELACIONA CON ACTIVISMO Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

EL CASO ESPECIAL DE LOS JÓVENES

Según datos de comScore, 94% de los chilenos en Internet (esto es, 6,8 millones de personas) están en las redes sociales. La penetración de las redes en el segmento de 18 a 29 años es igualmente fuerte, lo que es importante dado el protagonismo del movimiento estudiantil chileno que emergió en 2011 y que ha sido foco de debate respecto del rol participativo de los medios sociales. Según las encuestas de Periodismo UDP y Feedback, el tiempo promedio que diariamente pasan los jóvenes usando redes sociales online aumentó de 1,6 a casi 2,5 horas entre 2009 y 2012.

Sin embargo, no todas las plataformas han tenido igual crecimiento. Facebook domina por órdenes de magnitud el segmento de 18 a 29 años en Chile, tanto en proporción de usuarios como en cantidad de jóvenes que se conectan diariamente (ver **Figura 5**).

La conclusión que se obtiene de estos datos es que si hay alguna relación entre el mayor uso de las redes sociales y las movilizaciones de los jóvenes, esto tiene que pasar fundamentalmente por Facebook. Esto es importante de destacar porque, a pesar de la popularidad de Facebook,

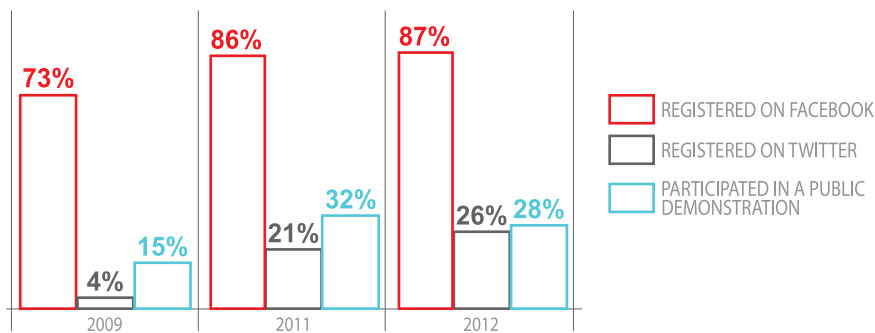


FIGURA 5. EVOLUCIÓN DEL USO DE MEDIOS SOCIALES Y PARTICIPACIÓN EN PROTESTAS ENTRE LOS JÓVENES 18-29 AÑOS EN CHILE.

el que Twitter sea una plataforma pública y abierta ha hecho que parte importante de la investigación empírica sobre estos temas se centre en Twitter. Destaco esto porque a veces la imposibilidad de obtener o procesar datos de un medio relativamente privado como Facebook, puede que nos lleve a conclusiones erradas cuando se analiza exclusivamente Twitter y su impacto en participación.

Las encuestas de Periodismo UDP y Feedback también nos han permitido hacer análisis de tendencia del comportamiento político de los jóvenes, particularmente en los modos de protesta y expresión política directa^[6]. Como podría esperarse, la proporción de jóvenes que se manifestó en la vía pública se mantuvo constante entre 2009 y 2010, en torno al 16%, pero tuvo un abrupto salto en 2011, cuando más de un tercio de los encuestados dijo haberlo hecho. Otros actos de acción política directa, como la firma de peticiones y la participación en foros y debates de interés público también aumentaron en 2011, pero en ningún caso más del 15% participó en ellos. Sumando la cantidad de jóvenes que dijeron haber realizado una o más de estas actividades en los últimos doce meses, se concluye que el 45% de los jóvenes expresó en 2011 su parecer político mediante un acto concreto que va más allá de la mera conversación con familiares, amigos y compañeros de trabajo. En 2009, el porcentaje fue de 34%. Claramente, en 2011 la movilización juvenil fue un fenómeno masivo, que no es posible de reducir a una élite de dirigentes y activistas estudiantiles.

¿Qué relación encontramos entre el uso de las redes sociales y la movilización de los jóvenes en Chile? Una correlación simple entre ocho distintos indicadores de uso de plataformas sociales y haber participado en manifestaciones públicas (marchas, protestas, etc.) arroja que la relación es positiva y estadísticamente significativa en todos los casos. Por ejemplo, para el tiempo total de uso de redes, la correlación con protestar en la vía pública es de +0,23. La

[6] Valenzuela, S. (2012). La protesta en la era de Facebook: Manifestaciones juveniles y uso de redes sociales en Chile 2009-2011. En A. Scherman (Ed.), Jóvenes, participación y medios 2011 (pp. 20-29), Santiago, Chile: Centro de Investigación y Publicaciones de la Facultad de Comunicación y Letras de la Universidad Diego Portales.

frecuencia de uso de Facebook (+0,22), Twitter (+0,17) y YouTube (+0,27) reflejan un patrón similar. En un análisis más riguroso basado en modelos de regresión multivariada, se confirmó la relación entre mayor uso de redes sociales online y mayor probabilidad de participar en protestas y marchas sugerida inicialmente con las correlaciones simples.

Otro hallazgo interesante fue que entre 2009 y 2011, la relación entre uso de Facebook y protestar en las calles se hizo más sólida. Por ejemplo, un joven que dijo usar Facebook todos los días en 2009 tuvo 16,5% de mayores probabilidades de participar en manifestaciones en la vía pública que otro joven con un uso de Facebook de tres veces por semana. Haciendo la misma comparación con los datos de la encuesta de 2011, esa brecha aumenta a 25,3%.

CONCLUSIÓN

LOS MEDIOS SOCIALES, AL IGUAL QUE INTERNET, SON UN BLANCO EN MOVIMIENTO, EN EL SENTIDO DE QUE SU RÁPIDA MASIFICACIÓN Y SU CONTINUA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA OBLIGAN, A QUIEN INVESTIGA SUS EFECTOS EN LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA, A CUESTIONAR CONSTANTEMENTE LA VALIDEZ DE LOS ESTUDIOS EMPÍRICOS SOBRE EL TEMA. PERO LO QUE LAS INVESTIGACIONES MÁS RIGUROSAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES HAN ENCONTRADO, ES QUE TEÓRICA Y EMPÍRICAMENTE, LOS MEDIOS SOCIALES SON CONDUCTENTES A MAYOR PARTICIPACIÓN CUANDO SE ESTUDIA ESTA INFLUENCIA EN TÉRMINOS DE MOTIVACIONES Y FUNCIONES RELACIONADAS CON EL MUNDO POLÍTICO Y CÍVICO. ■