



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

128
abril-julio 2015

Movimientos sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO
CIESPAL, Ecuador

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE
CIESPAL, Ecuador

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS
CIESPAL, Ecuador

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID
UNIMINUTO, Colombia

Anabel CASTILLO BASTIDAS
CIESPAL, Ecuador

Ana María DURÁN
Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO
Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ
Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO
UNIMINUTO, Colombia

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO
UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
CIESPAL / Universidad de La Frontera, Chile

José Rafael MORÁN
CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ
Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA
CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN
FLACSO, Ecuador

Isabel RODRÍGUEZ,
Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Abel SUING,
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO
CIESPAL, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

UNQ. Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cecilia PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE. España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Guillermo Maldonado

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

La ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

11 TRIBUNA

- 13 ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?
Jesús Martín-Barbero

31 MONOGRÁFICO

Movimiento sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red

- 33 **Introducción**
Iria Puyosa

- 37 **Las redes sociales como catalizador del movimiento estudiantil chileno en 2011**
Salomé Sola-Morales, Ricardo Rivera Gallardo

- 53 **El movimiento #YoSoy132 en Xalapa (México): la construcción de la acción colectiva y el estado de la participación en un contexto local de heterogeneidad y conflicto social**
Armando Chaguaceda Noriega, Héctor Manuel Ortega

- 69 **Procesos de enmarcamiento y estrategias comunicativas de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil en las protestas de 2011 en Colombia**
Edwin Cruz Rodríguez

- 85 **Internet y redes sociales: artefacto tecnológico ¿o locus digital para la movilización política?**
Verbena Córdula Almeida, Tainan Barbosa de Souza Piantavinha, Vilmária Bispo dos Santos

- 101 **Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã**
Denis Porto Renó

- 113 **Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red**
Silvia Lago Martínez

131 ENSAYO

- 133 **Comunicación y democracia en el siglo XXI: el reto de la formación**
Raisa Urribarri

- 149 **Cultura da Telenovela: circulação, apropriação e práticas de consumo da telenovela em redes sociais digitais no Brasil**
Erika Oikawa, Lourdes Ana Pereira Silva, Sara Alves Feitosa
- 165 **Emergencia Indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir. Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas**
Claudio Andrés Maldonado Rivera, Carlos Reyes Velásquez, Carlos del Valle Rojas
- 183 **La función política de la televisión e internet en contextos de movilización social: el caso chileno**
Lorena Mónica Antezana Barrios
- 197 **Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político**
Iria Puyosa

215 INFORME

- 217 **La publicidad radiofónica en internet. Características, potencialidades y principales formatos**
Teresa Piñeiro-Otero
- 237 **Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/Brasil**
Simone Luci Pereira
- 253 **Comunicación, democracia y consumo mediático: el despertar de las audiencias juveniles**
Laura Lizeth Campos Guido, Juan Antonio Garza Sánchez
- 269 **Análisis de las videotecas on-line de las principales televisiones en la República del Ecuador**
Jorge Caldera-Serrano, Roberto Freire-Andino
- 287 **Protestar é preciso: o MST e os “500 anos” do Brasil na imprensa portuguesa**
Alexandre Barbalho

301 RESEÑAS

La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales

Ramón COTARELO y
José Antonio OLMEDA (Editores)

Editorial: Centro de Estudios Políticos y
Constitucionales. Madrid, España

Año: 2014

Páginas: 501

ISBN: 978-84-259-1591-8

El libro nace de las II Jornadas de Ciberpolítica, organizadas desde el departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED, coordinadas por los profesores Juan Pizarro Miranda y Sebastián Zambelli, en colaboración con el Centro de Estudios Políticos y Constitucionales y el Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Sociología. El Palacio de Godoy, sede del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, acogió del 27 al 29 de mayo de 2013 a numerosos especialistas procedentes de la sociología, la politología, la comunicación, la psicología, la informática, las matemáticas y la economía, en estas jornadas de debate sobre el impacto de internet y las redes sociales en las sociedades democráticas. Los estudios, informes e investigaciones producto de estas jornadas, fueron recogidos por los Catedráticos de Ciencias Políticas y de la Administración de la UNED, Ramón Cotarelo y José Antonio Olmeda, y plasmados en este libro, *La Democracia del Siglo XXI. Política, medios de comunicación, Internet y redes sociales*.

El libro contiene 21 capítulos que se organizan en cuatro partes. La primera parte plantea cuestiones teóricas relativas al gobierno y el voto electrónico, la transparencia de la información financiera pública en la web, la participación en las cibercampañas electorales, la construcción del nuevo espacio público y la democracia e internet.

José Antonio Olmeda, en *Gobierno electrónico, ciberpolítica y democracia*, analiza la implantación de las prácticas de administración electrónica en una muestra de países con regímenes políticos democráticos y no-democráticos y sus repercusiones políticas.

El estudio de Manuel Pedro Rodríguez Bolívar, *Accountability y transparencia de información financiera pública en la web*, analiza algunos modelos de buenas prácticas para la difusión de información on-line económica, tanto desde el punto de vista financiero como presupuestario, que sirven como esquema de evaluación de transparencia informativa por parte de las administraciones públicas; asimismo recopila estudios nacionales e internacionales, que recogen las metodologías aplicadas para evaluar la rendición de cuentas y la información financiera, las cuales las distintas administraciones han ido incorporando a sus páginas web como política de mejora de su transparencia informativa y presupuestaria. Según Rodríguez Bolívar, la mejora de la transparencia de la información podría servir como herramienta para restaurar la confianza de los ciudadanos en la administración, facilitando una mayor interacción entre ambas partes. El uso de las TIC es un componente fundamental en este proceso.

Victor Sampetro Blanco, José Manuel Sánchez Duarte y Eva Campos Domínguez, en *Participación ciudadana en las cibercampañas electorales. Debates teóricos y una aproximación tipológica*, abordan el uso de internet con fines políticos por parte de los jóvenes. A través de grupos de discusión realizados la semana posterior a la campaña electoral de las elecciones generales de marzo de 2008, los autores elaboran una detallada tipología de usuarios en cibercampaña (ciberactivistas).

El capítulo de Josep María Reniu Vilamala, *Demasiados talones para un solo Aquiles. Los riegos del voto electrónico*, se centra en los problemas para la implantación de la informatización del voto. En su trabajo, Reniu Vilamala, presenta las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades sobre la viabilidad del proceso de implementación del voto electrónico.

Leyre Burguera Ameave, en *Subjetividad instantánea en la ficción del nuevo espacio público*, proporciona un análisis sobre la construcción de la comunicación política, el aumento de los contenidos autoproducidos y su presencia en la web, realizando una reflexión en torno a la identidad que se crea a través de internet y sus repercusiones sociopolíticas.

Sebastián Zambelli aporta un capítulo, titulado *Democracia e Internet. Apuntes para la reflexión*, en el que relaciona los componentes primigenios del concepto de democracia (isegoría, isonomía e isomoiría), con las cinco características más relevantes del fenómeno de internet (multilateralidad, interacción, gratuidad, inmediatez y difusión).

En la segunda parte del libro se abordan las nuevas formas de compromiso y participación política, el activismo, tanto en términos generales como a través de los nuevos movimientos sociales; así como también la aparición de mecanismos innovadores de reproducción social.

Desde un punto de vista ciberpesimista, o ciberrealista, como lo denominan algunos autores, Luis Arroyo, en *¿La ciberutopía era esto? Sofactivismo, tribalismo, nueva censura y trivialización del espacio público*, se centra en los efectos de las nuevas tecnologías. Bautiza al clickactivismo como sofactivismo, definiéndolo,

de un modo un tanto irónico, como “la participación en los asuntos públicos que se ejerce en el ciberespacio, a golpe de un click de pantalla, sin levantarse de la silla” (p. 141). Otros efectos, según el autor, son el tribalismo (pues internet no ha favorecido el intercambio de ideas y reflexiones políticas, sino que tiende a realimentar la compartimentación de posiciones), la nueva censura (todo lo que se hace en internet es supervisado por las instituciones) y la trivialización del espacio público. En definitiva, según Arroyo, al igual que los medios tradicionales no cambiaron la esencia de la política, tampoco lo hará internet.

Profundizando en estas nuevas formas de participación política, Ismael Peña-López, en *Casual politics: del clickactivismo a los movimientos emergentes y el reconocimiento de patrones*, contempla que no solo se puede considerar el clickactivismo desde el punto de vista del emisor, sino también desde la perspectiva del receptor, aquel a quien se dirige el conjunto de clicks emitidos por los ciudadanos, y desde la posición del tomador de decisiones.

Ramón Cotarelo, en *Las ciberorganizaciones. Los ciberpartidos*, muestra en qué medida internet está incidiendo sobre un aspecto esencial de la democracia como son los partidos políticos.

Carmen Haro, Víctor Sampedro y José Manuel Sánchez analizan, en el capítulo *Activismo digital en campaña electoral: del movimiento por la vivienda digna al movimiento 15M*, los sitios web utilizados por los movimientos sociales en España en 2008 y 2011, con el fin de analizar los márgenes de información, protección e interacción de las webs de estos movimientos sociales.

Javier Gil García estudia los nuevos modelos mediáticos generados por el empleo masivo de las nuevas tecnologías e infraestructuras de la comunicación por parte de la población y la figura emergente del “prosumidor” en *La emergencia de prosumidores y el desarrollo de nuevos modelos mediáticos: El caso de Toma la Tele*.

La tercera parte del libro incluye una serie de estudios sobre la movilización sociopolítica a través de las tecnologías de la información y la comunicación, comparando este proceso con los medios tradicionales y analizando el papel de las redes sociales en la organización de los movimientos sociales.

La relación entre la movilización sociopolítica y las nuevas formas de participación virtual con la irrupción de las NTIC es abordado por Ramón Adell en *La interacción de los espacios físicos y virtuales en la movilización sociopolítica*, mostrando cómo la aparición de las NTIC no descinde la movilización clásica, sino que ésta asciende a niveles nunca alcanzados, produciendo un cambio de comportamientos y roles respecto a las protestas clásicas por parte de los organizadores, los participantes, los cuerpos de seguridad y los medios de comunicación.

La red de investigadores DataAnalysis 15M se centran en el papel de las redes sociales en la organización de los movimientos sociales. Pablo Aragón, Javier Toret, M. Luz Congosto y David Laniado, en *Datanalysis 15M: topología del sistema-red 15M*, muestran la evolución de las redes de difusión de contenidos en cuatro fases claves del Movimiento 15M, que los autores denominan sistema-red 15M.

Marce Esteve del Valle y Rosa Borge estudian los elementos interactivos de las páginas web de los partidos políticos catalanes y la participación de los internautas a través de los social media (Facebook) de los partidos, mostrando la adaptación de éstos a la sociedad red, desde un punto de vista interno, generando transformaciones organizativas motivadas por el uso de las TIC, y desde un punto de vista externo, aumentando la comunicación en sus militantes y simpatizantes.

En *Huelga general, medios de comunicación y Twitter: opinión pública en un contexto de movilización*, Palmira Chavero compara la evolución del uso de las redes sociales (Twitter) y los medios convencionales (diarios), en las dos últimas huelgas generales realizadas en España (2010 y 2012). El trabajo revela cómo se ha ampliado el uso de las redes sociales a todos los estratos sociales y cómo Twitter se utiliza como herramienta de llamada a la movilización más que como un instrumento de debate; concluyendo que la evaluación del éxito o fracaso de una huelga se continúa dirimiendo en el espacio mediático convencional.

José Manuel Robles, Stefano de Marco y Mirko Antino, en su artículo sobre *Movilización social a través de las redes sociales. La política con internet y la política en internet*, muestran cómo para el uso de los blogs políticos y sociales, la información que proviene de redes sociales de información pesa más que la que proviene de los medios tradicionales.

La cuarta y última parte del libro versa específicamente sobre la nueva dinámica de interacción entre redes sociales y campañas electorales, muy especialmente Twitter y su capacidad de predicción.

Las nuevas tecnologías en las campañas electorales son abordadas por Antonio Garrido en su capítulo *Networking y Crowdsourcing en las modernas campañas digitales*. Plantea un aproximación a las campañas digitales, centrándose posteriormente en los términos *networking* o activismo en la red, y *crowdsourcing*, como apertura de las campañas a toda una serie de iniciativas de acciones de apoyo que se van generando desde fuera de las propias campañas y que los propios candidatos absorben y asimilan dentro de sus acciones. Si bien Garrido considera que las campañas digitales funcionan mejor en sistemas presidenciales que en sistemas parlamentarios, establece que toda campaña que pretenda ser efectiva debe integrar las acciones de campaña en el medio digital, crear una identidad digital de los candidatos y un sistema propio de gestión de contenidos.

Montse Fernández Crespo en el capítulo *Metodología para el análisis de las redes sociales*, presenta las técnicas empleadas en las últimas investigaciones sobre redes sociales y la capacidad predictiva del análisis de datos de estas redes, con el objetivo de “ayudar a encontrar un método acertado en el análisis de redes sociales para futuros investigadores” (p. 384).

Oscar Luengo en su trabajo *Twitter vs medios tradicionales ¿Ha ampliado Twitter un espacio ciudadano real de intercambio de información?* pretende demostrar cómo los patrones de búsqueda de información de los ciudadanos se han derivado hacia las redes sociales en detrimento de los medios tradicionales de comunicación. Analiza la cobertura que tuvo la muerte del presidente Hugo

Chávez en los diarios y televisión españoles y algunos medios europeos, y la actividad en Twitter durante esos días. El trabajo muestra que la presencia de acontecimientos internacionales relevantes se traduce en una demanda de información muy intensa, produciendo una retroalimentación entre Twitter y los medios tradicionales –si bien la información de estos foros es finalmente monopolizada por las grandes empresas de comunicación.

El último capítulo, *La autonomía y la horizontalidad de la comunicación política del 15M durante el 12 de mayo de 2012*, de Francisco Collado, desarrolla un análisis de la cartelería con mayor impacto publicada en la red para la convocatoria del 15M, con el fin de identificar las funciones que persigue y las cuestiones que plantea el 15M, y mostrar en qué medida son distintos a los presentes en la agenda de los partidos políticos. Para Francisco Collado, el 15M es un movimiento horizontal –y por tanto, los modelos de comunicación vertical no son válidos actualmente para abordar una realidad tan compleja– así como autónoma, pues su agenda es distinta a la de los partidos y los medios de comunicación.

Pilar ANTOLÍNEZ MERCHÁN

Universidad Camilo José Cela / pantolinez@ucjc.edu