

Cómo citar este artículo

Manchola Perdomo, J. C. (2018). Análisis del papel de las redes sociales en procesos democráticos, tomando como ejemplo las campañas realizadas en estos medios para el plebiscito de aprobación del Acuerdo de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC. *Revista Reflexiones y Saberes*, 5(8), 18-27.

| Análisis del papel de las redes sociales en procesos democráticos, tomando como ejemplo las campañas realizadas en estos medios para el plebiscito de aprobación del Acuerdo de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC

Julio César Manchola Perdomo

Locutor y productor de Radio y Televisión, Colegio Superior de Telecomunicaciones
Locutor y periodista Electrónico, Corporación Técnica de Colombia
mancholaprensa@gmail.com

| Resumen

El presente artículo, derivado de un proyecto de investigación que lleva el mismo título, examina el papel que han desempeñado las redes sociales en los procesos democráticos, y de modo particular, el caso de las campañas virtuales implementadas en Colombia a favor y en contra del Acuerdo de Paz entre el Gobierno y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Lo anterior, se realiza a partir de la identificación del nivel de influencia de los medios digitales como nuevos escenarios para la participación ciudadana, su incidencia en la creación de conocimiento y su carácter determinante para visibilizar actores sociales y lograr movilizaciones masivas en el plano real.

Palabras clave: Democracia participativa, Movilización, Proceso de paz en Colombia, Redes sociales, TIC.

| Abstract

This article is based on the research project with the same name, which examines the role played by social networks in democratic processes, such as the virtual campaigns implemented in Colombia, for and against the agreement of peace between the government and the Revolutionary Armed Forces of Colombia, FARC. All this is based on the identification of the level of influence of digital media as new scenarios for citizen participation, its impact on the creation of knowledge and its determinant character to make visible social actors and achieve massive mobilizations on the real plane.

Keywords: Participatory Democracy, Mobilization, Peace Process in Colombia, Social Networks, ICT.

| Introducción

El presente artículo tiene como propósito compartir el camino seguido y los frutos del desarrollo del proyecto de investigación “Análisis del papel de las redes sociales en procesos democráticos, tomando como ejemplo las campañas realizadas en estos medios para el plebiscito de aprobación del Acuerdo de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC”, elaborado en el marco de la asignatura Proyecto de investigación del programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Católica del Norte.

Con el fin de concretar las etapas y resultados del proyecto de investigación en mención, este artículo presenta el norte propuesto para el mismo, es decir el planteamiento del problema y objetivos; la conversación con autores, retomando algunas referencias descritas en el marco teórico y conceptual; el camino seguido, consistente en la metodología; y el resultado final, que resume las conclusiones y recomendaciones generadas.

Internet representa una de las más grandes revoluciones en el mundo, en tanto supone una nueva manera de actuar, pensar y relacionarse en la sociedad. Los cambios suscitados por estas tecnologías de la información se dan en todos los campos: desde la interacción personal, hasta la manera cómo los grandes emporios ejecutan sus negocios. Ya lo decía Castells (2002) sobre Internet:

Se constituye un paradigma de un nuevo tipo en el que todos los procesos de la sociedad, de la política, de la guerra, de la economía pasan a verse afectados por la capacidad de procesar y distribuir energía de forma ubicua en el conjunto de la actividad humana. (párr. 3).

Dentro de esta red, que no deja de sorprender con las herramientas y posibilidades que ofrece, encontramos los medios sociales (*social media*); además de ser una ventana ilimitada de información, internet ha evolucionado hasta dar a los usuarios la posibilidad de compartir entre ellos y ser generadores de contenidos y conocimientos.

Entre estos *social media* se encuentran las redes sociales; permiten “hacer amigos”, al tiempo que han impactado los ámbitos educativo, corporativo y político, entre otros. En lo que atañe a los procesos democráticos, Arturo Carrasco Ruiz (2012) afirma lo siguiente sobre estas redes:

Sirven para incentivar una nueva socialización política pues permiten dar a conocer diversos temas que pueden ser de interés común. Esto es claro para todos porque el que busca información en Internet la encuentra sin mucho esfuerzo, basta dar una vuelta por YouTube o Facebook para corroborarlo.

Son capaces de, además de informar, generar un mayor interés y participación social en algunos asuntos en específico, como los asuntos políticos, que pueden desembocar en manifestaciones (que rebasan el mundo virtual). (p. 3).

Los procesos políticos y democráticos que se dan en el mundo “real” llegan a ser parte de los contenidos y de las discusiones generadas en redes sociales, y al mismo tiempo, esa información y participaciones que se dan en lo virtual pueden ser parte de las conversaciones en lo real, y hasta generar movilizaciones, participación y acciones. Un caso de especial interés por la relevancia que plantea para la democracia colombiana y el devenir del conflicto armado del país, así como por el uso de las redes sociales en las campañas realizadas, fue el plebiscito que el 2 de octubre de 2016 se realizó con el fin de refrendar el acuerdo firmado el 26 de septiembre del mismo año entre el Gobierno nacional y la guerrilla de las FARC.

Con una de las votaciones más bajas en el país, los contradictores del acuerdo, es decir, “el No”, ganó con el 50,23 % de los votos, contra el 49,76 %. Pero la gran ganadora de la jornada fue la abstención, que superó el 60 % del poder votante. Lo curioso del caso es que, pese a ser una de las abstenciones más representativas en Colombia en un proceso electoral, el proceso de paz ha sido una de las temáticas que ha generado participación, discusión y polémica en lo presencial y en lo virtual; en este último espacio, especialmente en redes sociales. En otras palabras, el auge en redes sociales no se vivió en las urnas, aunque después de los resultados de la votación se convocaron manifestaciones multitudinarias en el país.

| El norte de la investigación

Habida cuenta de la mencionada incidencia de las redes sociales en la política y en la democracia, así como lo ocurrido en Colombia en torno al plebiscito por la paz votado el 2 de octubre, las campañas que por el Sí y el No se generaron en redes sociales, los mensajes difundidos, el abordaje que hicieron algunos actores sociales influyentes y el papel que jugaron estos medios virtuales al momento de la decisión y en días posteriores a la misma, se postularon las siguientes preguntas:

- » ¿Cómo fue el carácter determinante de las redes sociales en las campañas por el Sí y por el No en el plebiscito por la paz votado el 2 de octubre en Colombia?
- » ¿Cómo desde la sociedad del conocimiento las redes sociales inciden en los procesos democráticos actualmente?
- » ¿Cómo fue la transformación de lo social frente al plebiscito mediante el uso de las redes sociales, por parte de algunos actores sociales?
- » Teniendo en cuenta el caso de estudio, ¿logran las redes sociales movilizar de la misma manera en procesos formales como los electorales, así como en los informales (marchas realizadas posterior a los resultados)?

Con el fin de trazar el camino para realizar la investigación y cumplir con el propósito que pretende la misma, se planteó un objetivo general: caracterizar la incidencia de uso de redes sociales (Facebook y Twitter), por parte de actores sociales influyentes, en el plebiscito de refrendación del Acuerdo de Paz entre el Gobierno y la guerrilla de las FARC.

Para alcanzarlo, se propusieron los siguientes objetivos específicos:

- » Describir las posturas de los actores sociales más representativos por las campañas del Sí y del No para el plebiscito adelantado el 2 de octubre de 2016 en Colombia.
- » Identificar, a través de un análisis de contenido, cómo se construyeron los mensajes de las dos posturas del plebiscito del 2 de octubre, una semana antes y una después de las elecciones.
- » Analizar la incidencia de las redes sociales en un proceso democrático decisivo para Colombia -el plebiscito para aprobar el Acuerdo de Paz con las FARC-, tanto en el proceso formal (el electoral) como en los informales (marchas posteriores a los resultados).

| Conversación con autores

Parte importante de todo proyecto de investigación es el sustento teórico y conceptual que constituye su marco de referencia. Uno de los estudiosos que desde el campo de las ciencias sociales ha abordado el fenómeno de Internet y las transformaciones que ha supuesto es Manuel Castells (2001), quien afirma lo siguiente:

La creación y desarrollo de Internet es una extraordinaria aventura humana. Muestra la capacidad de las personas para trascender las reglas institucionales, superar las barreras burocráticas y subvertir los valores establecidos en el proceso de creación de un nuevo mundo. A su vez, sirve para respaldar la idea de que la cooperación y la libertad de información pueden favorecer la innovación en mayor medida que la competencia y los derechos de propiedad. (p. 23).

Castells (2001) expresa, además, que Internet “es una extensión de la vida tal como es” (p. 139); en tanto, las relaciones que se dan en lo presencial traspasan al plano virtual, y la manera en que las personas actúan en el cara a cara, es generalmente la misma que en Internet. Además, “la interacción social en la red, en general, no tiene un efecto directo sobre la configuración de la vida cotidiana, más allá de añadir la interacción on line a las relaciones sociales previamente existentes” (Castells, 2001, p. 140). En este sentido, se podría decir que aquellas relaciones y discusiones sobre asuntos políticos, democráticos y otros de participación ciudadana que se dan en lo presencial, son los mismos que se tratan o amplían en las redes sociales, por ejemplo.

Adicionalmente, varios autores y estudios han abordado la incidencia de Internet en la democracia, la cual va más allá de lo electoral; solamente el hecho de permitir la discusión libre y ser un espacio de construcción colectiva donde la información y el conocimiento no está en manos de unos pocos, sino de todos los que ingresan a la red, lo convierte en un espacio democrático. Asimismo, se observa cada vez más la manera como las TIC, y entre ellas las redes sociales, son empleadas en procesos democráticos, electorales y de movilización ciudadana, entre otros.

Ravneet Singh (2011) señala que el interés en incluir las tecnologías de la información en la democracia se debe a dos aspectos: primero, la alta tasa de penetración en Internet y el auge de las redes sociales; y segundo, el deterioro del interés de la ciudadanía por la política tradicional y la democracia. Sobre este último aspecto se evidencia desconocimiento de los procesos democráticos y gran desconfianza entre los políticos, los partidos y las instituciones.

Como aspecto positivo se señala que las TIC han fomentado la participación de quienes no podían hacerlo, al tiempo que han generado mayor necesidad de compromiso entre el Gobierno y el público en general.

La “democratización” de las TIC también ha abierto oportunidades para los ciudadanos y las partes interesadas a fin de poner en marcha nuevos canales de medios de comunicación basados en las TIC, tanto para difundir información como para servir de intermediarios entre el gobierno y los ciudadanos en la construcción y divulgación de información y los asuntos públicos. (Zambrano, 2011, pp. 147-148).

Sin embargo, otros autores manifiestan que el uso de las TIC no garantiza la participación ciudadana en procesos electorales, por poner solo un ejemplo. Contradicen a Castells en tanto afirman que lo ocurrido en el espacio virtual no siempre genera acciones en el presencial. Así, pese a que la tecnología facilita la discusión, el debate, e incluso el desarrollo de procesos electorales, no incrementa por sí misma la participación de la ciudadanía en los mismos.

No hay ninguna relación de causa a efecto, pero el declive de la participación electoral en el cierre del siglo XX y el inicio del actual se ha producido en un momento en el que las innovaciones tecnológicas marcan casi todas las etapas de un proceso electoral. Tampoco juega de manera autónoma para aumentar la confianza en los actos electorales, transmitir seguridad sobre la corrección de los resultados electorales o afianzar la legitimidad de los órganos electorales. (Romero, 2011, pp. 57-58).

En resumen, si bien los medios digitales como las redes sociales constituyen en sí una herramienta para la participación ciudadana en términos de opinión, e incluso de movilización social generada desde la ciudadanía, no siempre el interés demostrado en estos espacios se traduce en participación en los procesos democráticos electorales. En otras palabras, el debate en las redes sociales no ha logrado fortalecer el interés perdido por parte de la ciudadanía en la política. “Por lo tanto, las redes sociales pueden cambiar la forma en que interactuamos y nos conectamos. Lo que no pueden hacer es obligarnos a participar” (Zambrano, 2011, p. 150).

| El camino seguido

Para el desarrollo de la investigación se escogió un enfoque mixto que contempla las metodologías cualitativa y cuantitativa; la primera, se hace necesaria para reflexionar sobre el carácter determinante de las redes sociales y la transformación de lo social, a la luz del proceso electoral en Colombia del plebiscito para aprobar el Acuerdo de Paz entre el Gobierno y las FARC; y la segunda, permite establecer una medición numérica de publicaciones analizadas en redes sociales.

Se realizó una investigación de tipo descriptivo y transversal, ya que se escogieron cuentas en Facebook y Twitter de personajes o influencers de las campañas por el Sí y el No. Para cada campaña se seleccionaron los representantes principales, más otro político de influencia y un periodista de reconocimiento nacional, a saber:

- Por el Sí:
 - » Juan Manuel Santos, presidente de la República
 - » Claudia López, congresista
 - » Daniel Samper, periodista

- Por el No:
 - » Álvaro Uribe Vélez, congresista y expresidente de la República
 - » Alejandro Ordóñez, exprocurador
 - » Salud Hernández, periodista

El análisis se hizo sobre las publicaciones y reacciones generadas una semana antes de las elecciones y una después, es decir, del 26 de septiembre al 9 de octubre de 2016; para ello se aplicó un análisis de contenido.

De manera adicional, con el fin de entender la forma cómo las redes sociales pueden o no influenciar la política, la democracia y la participación ciudadana, e intentar explicar lo acontecido en Colombia, se realizó una investigación de casos que recoge sucesos en diferentes lugares del mundo, incluido Colombia, sobre el uso de las TIC en este tipo de procesos. Los casos contemplados fueron los siguientes:

- » Elecciones presidenciales en Colombia de 2010
- » SMS: Hello Garci en las Filipinas
- » Blogósfera: revolución en Egipto
- » El EZLN y el primer movimiento social informativo en México
- » El crowdsourcing de código abierto: Ushahidi

Para la aplicación de las metodologías escogidas y el análisis de resultados, se establecieron las siguientes variables:

- » Incidencia de las redes sociales Facebook y Twitter en el plebiscito de refrendación del
- » Acuerdo de Paz entre el Gobierno y la guerrilla de las FARC.
- » Nivel de participación en las redes sociales y el ámbito real.
- » Construcción de los mensajes de ambas posturas: votos por el sí y el no.
- » Influencia de las TIC en procesos democráticos formales (como los electorales), versus
- » procesos informales como los de movilización social.

La información recolectada con la aplicación de las técnicas cualitativa y cuantitativa se consolidaron en matrices diseñadas para este Proyecto, y posteriormente en una matriz final de resultados que permitió establecer las conclusiones y recomendaciones producto de todo el proceso de investigación.

| Conclusiones y recomendaciones

El análisis de contenido y de los casos seleccionados permitió concluir lo siguiente:

- » Las redes sociales fueron un canal para compartir y fomentar con miles de usuarios el discurso de ambas posturas (sí y no), despertar sentimientos y emociones en los usuarios de las redes a favor o en contra del proceso, y posiblemente para determinar su elección, se haya materializado o no el día de la votación. Lo anterior, porque el día de las elecciones, con una de las abstenciones más altas en la historia de Colombia, se demostró que este interés de la ciudadanía por la temática se quedó en el espacio virtual y no llegó a las urnas.
- » La campaña del Sí en las cuentas analizadas, previa a las votaciones, generó poca interacción con la ciudadanía, en comparación con las publicaciones que se realizaron después de los resultados del plebiscito. Si bien no puede determinarse a ciencia cierta el porqué de este fenómeno, puede retomarse lo expresado por los autores y los estudios consultados para el proyecto de investigación, los cuales indican que las redes sociales resultan efectivas para movilizaciones generadas desde la ciudadanía, mas no para aquellas incitadas desde la institucionalidad. En este sentido, podría decirse que la indignación ciudadana por el triunfo del No movió más que las campañas que invitaron a votar por el Sí.
- » La campaña del No basó su discurso en razones —verdaderas o falsas— para que la ciudadanía votara en contra del Acuerdo de Paz; mostró consecuencias catastróficas para el país en caso de aprobarse el acuerdo, tales como “entregar el país a las FARC”, mayores impuestos, impunidad, entre otras. Por su parte, la campaña por el Sí se basó en invitar a la acción (al voto positivo), pero no difundió razones o beneficios para los ciudadanos. Podría decirse entonces que estos últimos requieren más que una invitación, deben convencerse con argumentos que toquen sus sentimientos y necesidades.
- » Los mensajes de las cuentas de los promotores del Sí analizadas mantuvieron un tono positivo, incluso propositivo, aún después de los resultados no favorecedores. Los del No mostraron un tono acusativo, basado en la denuncia, trágico y hasta peyorativo y agresivo. El miedo condujo el voto del No, razón por la cual podría haber resultado efectivo el tono de su discurso.
- » La interacción tanto en Facebook como en Twitter se generó entre los seguidores de las cuentas o usuarios de estos medios; los dueños de las cuentas no respondían a los usuarios salvo en casos excepcionales. Tampoco acudieron a la creatividad con la posibilidad de recursos que dan los medios digitales para buscar campañas más efectivas. No podría establecerse por qué los “influenciadores” se quedan en la labor informativa; probablemente, como lo demuestran los estudios consultados, en Colombia el uso de Internet en la política es reciente, así como las investigaciones respecto al tema, y falta mucho camino por recorrer en cuanto a su uso en procesos democráticos, con el fin de alcanzar campañas más creativas y efectivas.
- » De acuerdo a las fuentes consultadas, la abstención en procesos democráticos como los electorales en Latinoamérica se debe, principalmente, a la desconfianza por parte de la ciudadanía hacia la política y sus representantes; en este aspecto, Colombia cuenta con altos índices de abstención, como los demostrados en el plebiscito del 2 de octubre de 2016. No se ha logrado establecer por qué la participación electoral continúa siendo tan

baja, cuando la participación en línea, en torno a temas sobre procesos democráticos y electorales sí resulta de interés para los usuarios. Se presume que la desconfianza hacia la institucionalidad no ha logrado superarse.

- » Los casos analizados de otros países que evidencian movimientos sociales conformados o fortalecidos desde las redes sociales y otras herramientas virtuales, y la convocatoria organizada en redes sociales para marchar por un “acuerdo ya”, después de que el texto del plebiscito no fuera aprobado por votación, demuestra que estas herramientas de comunicación digital resultan efectivas para procesos de movilización social que nacen desde la ciudadanía, mas no se comprueba para aquellos generados desde la institucionalidad. Lo anterior coincide, además, con los argumentos de los autores consultados en el marco de referencia.

A partir de estas conclusiones, se plantearon las siguientes recomendaciones:

- » Los discursos a favor o en contra de alguna postura o en torno a cualquier idea, además de exponer su planteamiento, deben dar argumentos o razones a la ciudadanía para que los siga. No quiere decir esto que se deba acudir siempre al miedo, como se evidenció en el análisis realizado, sino conectar con las necesidades y sentimientos de la gente para, a partir de ellos, demostrar cómo la idea que se defiende puede responder o solventar los mismos.
- » El contacto en redes sociales debe ser continuo y cercano a la gente. El caso estudiado demostró que resulta efectiva una alta frecuencia en la publicación de contenidos que mantenga a los usuarios en interacción constante, como ocurrió en mayor medida en la campaña por el No.
- » Las TIC hacen posible emplear una serie de recursos (videos, audios, infografías, concursos, encuestas, entre otros) que, bien aprovechados y con una mirada estratégica, pueden resultar innovadores y generar los resultados esperados. Para lograr campañas más efectivas, que convoquen en torno a ideas, es necesario ir más allá de su carácter informativo y abrir espacios reales de participación y construcción social del conocimiento de modo creativo. Para empezar, los dueños de las cuentas deben, al menos, tratar de responder los comentarios que ellos mismos suscitan.
- » Las redes sociales, y en general, la comunicación, deben ser coherentes con la acción; en tanto, la confianza de la ciudadanía hacia la democracia y la política no logre fortalecerse, será muy difícil que cualquier campaña incremente la participación en los procesos electorales. Dado que las redes sociales sí han mostrado ser efectivas en procesos de movilización social generados desde la ciudadanía, los políticos o voceros de campañas podrían aliarse con ciudadanos del común para que sean ellos quienes lideren iniciativas y convoquen a sus pares. También, pueden emplear más testimonios ciudadanos que generen mayor identificación con la gente.

| Referencias

- Carrasco, A. (2012). *Democracia y redes sociales*. Recuperado de https://www.academia.edu/1917214/DEMOCRACIA_Y_REDES_SOCIALES
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid, España: Areté.
- Castells, M. (2002). *La dimensión cultural del Internet*. Recuperado de <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html>
- Romero, S. (2011). Apuntes sobre la participación política y los organismos electorales en América Latina en tiempos de nuevas tecnologías. En Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo e Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en Jalisco (comps.), *Tecnología y participación ciudadana en la construcción democrática* (pp. 39-60). México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo e Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en Jalisco. Recuperado de <http://www.iepcjalisco.org.mx/sites/default/files/Libro%20Tecnologia.pdf>
- Singh, R. (2011). Democracia electrónica en América Latina en la intersección de la democracia inclusiva y la web 2.0. En Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo e Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en Jalisco (comps.), *Tecnología y participación ciudadana en la construcción democrática* (pp. 25-38). México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo e Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en Jalisco. Recuperado de <http://www.iepcjalisco.org.mx/sites/default/files/Libro%20Tecnologia.pdf>
- Zambrano, R. (2011). Nuevas tecnologías y gobernabilidad democrática: ¿hacia una participación más inclusiva? En Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo e Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en Jalisco (comps.), *Tecnología y participación ciudadana en la construcción democrática* (pp. 143-172). México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo e Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en Jalisco. Recuperado de <http://www.iepcjalisco.org.mx/sites/default/files/Libro%20Tecnologia.pdf>