

Los medios digitales y las redes sociales modificaron los escenarios de protestas

El Ciudadano · 29 de junio de 2015

La irrupción de los medios digitales y la utilización estratégica de las redes sociales modificaron el escenario de las protestas sociales.



@arturoLedeZma 2015

Por esa vía se lograron convocatorias multitudinarias y surgiendo como alternativas a los medios de comunicación tradicionales a los que les disputa el «control del mensaje», consideró la especialista argentina Yanina Welp, investigadora en Ciencias Políticas de universidades europeas.

«La proliferación de blogs, redes sociales digitales (Twitter, Youtube o Facebook) y herramientas de construcción colaborativa en red (como las wikis) implicaron alternativas a la concentración global de la propiedad de medios y establecieron una comunicación más transversal en pos de dar respuesta a una demanda colectiva», indicó Welp.

La especialista e investigadora en Ciencias Políticas de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, España, y de Zurich, Suiza, dio una conferencia sobre «los medios digitales, la protesta y el control del mensaje» convocada por la Universidad de Buenos Aires.

Welp citó como claros ejemplos de como las redes sociales y los medios digitales lograron potenciar una demanda colectiva «que estaba en otra parte» al movimiento «Yo soy 132» de México y al partido político español «Podemos».

El primero, en el año 2012, puso en jaque al PRI mexicano que llevaba a la presidencia a Enrique Peña Nieto, mientras que el ahora partido «Podemos» de España surgió tras las movilizaciones de Indignados contra la política económica española.

En el primero de los casos un grupo de estudiantes cuestionó al candidato Peña Nieto durante una conferencia en una universidad hasta lograr que se fuera de la sala. Los medios, Televisa y TV Azteca, reflejaron que el postulante había sido víctima de un boicot.

«Pero los estudiantes consiguieron videos en los que se ve a a Peña Nieto irse por sus propios medios y que todo había sido producto de una manipulación informativa de los principales medios de comunicación mexicanos que pusieron en víctima al candidato», detalló Welp.

«Los estudiantes recibieron 300 videos, editaron 131 y los pusieron en Youtube. Se viralizaron rápidamente y fue tal la respuesta que se organizaron manifestaciones y protestas sociales. Consiguieron fuerza y la reelección de Peña Nieto estuvo en duda hasta el último día», explicó

La académica, quien también es Directora Regional para América Latina en el Centre for Research on Direct Democracy (C2D), indicó que este nuevo escenario en el discurso político «hay que tenerlo en cuenta porque surge como alternativa y canalizador de una demanda social».

«Los estudiantes mexicanos se enteraron por las redes que poseían el mismo descontento y consiguieron fuerza a partir de la respuesta que fueron obteniendo. Ganaron territorialidad frente a una demanda que estaba pero que surgió en el campo de lo virtual», sostuvo Welp.

En el caso de Podemos, lo que allí hubo fue «una utilización estratégica de las redes sociales (Twitter, Facebook, Youtube) y la televisión digital por parte de universitarios que canalizaron las protestas de los Indignados», explicó la experta.

Sostuvo además que «fue tal la fuerza y la llegada en la gente que, prescindiendo de los medios tradicionales, Podemos, tras surgir en enero del año pasado, se inscribió como partido político en marzo y en mayo ya había conseguido cinco escaños en la Unión Europea».

«Se convirtió en un actor muy fuerte de la política en España, haciendo un uso muy importante de la TV Digital. Logró evitar así la filtración de los mensajes que se hacían en los canales de comunicación habituales», detalló la profesora.

Welp destacó que «la disputa por el control del mensaje se evidencia cada vez más fuerte en el escenario y en el discurso político. Un espacio virtual no puede construir por sí solo una protesta o un movimiento social, la demanda colectiva tiene que estar puesta en otra parte, pero la irrupción de las redes genera una tensión entre lo virtual y lo territorial».

La licenciada en Ciencias Políticas detalló que «en el caso mexicano está muy explícito el tema de la territorialidad porque Yo soy 132 surgió desde las redes hacia la calle».

«Pero advirtió que que en este tipo de movimientos también se generan tensiones entre la horizontalidad y los liderazgos. En muchos casos los movimientos en las redes sociales entran en tensión a la hora de transmitir su mensaje político y se condiciona la posibilidad de éxito», sostuvo Welp.

Precisó que como contrapartida «logran una notable velocidad en la difusión de la demanda y en la llegada a los adherentes pero se vuelve un poco lenta en la comprensión de la propuesta».

Welp aseveró, además, que la gente «se moviliza porque tiene un problema y las redes ayudan a conectarlas, por eso en países como China esta prohibido y controlado el uso de las redes. Las redes sociales generan fuerza, una fuerza que obliga a una apertura de los medios», aseguró .

En cuanto a la territorialidad, la investigadora aseguró que la gente que se moviliza convocada por una red social «le pone el cuerpo a su demanda, y entiende que debe materializar su protesta en la calle que es muy distinto que poner un like en Facebook desde la computadora de su casa. La gente no sale a la calle si no cree que el objetivo es importante».

Welp citó como ejemplo de esto el caso en la Argentina de la marcha #Niunamenos contra la violencia de género y los femicidios que logró sólo en la ciudad de Buenos Aires la convocatoria de 200.000 personas.

visto en **Ventana Política**

Fuente: [El Ciudadano](#)