

Nuevos Movimientos Sociales y uso de las TIC.

El caso colombiano del 4 de febrero del 2008.

Doctoranda Judith Cortés Vásquez

ITESM Campus Querétaro

Palabras clave

Internet ,comunidades virtuales, participación online, caso colombiano.

¿Cómo es posible convocar a una movilización social vía Facebook y convertirse en la mayor movilización en un país con un bajo acceso a internet y con una tradición de participación y movilización social escasa? Este será el tema a tratar a partir de la convocatoria hecha por un grupo de jóvenes vía Facebook y que terminó reuniendo a más de quince millones de ciudadanos en 153 poblaciones en Colombia y en el extranjero.

En este trabajo se presentan elementos esenciales para comprender la relación de los nuevos movimientos sociales y el uso de las nuevas tecnologías en busca de objetivos precisos y dinámicos. Se hablará de nuevos movimientos sociales, uso de las TIC para objetivos sociales y se presentan las bases de la investigación sobre la marcha del 4 de febrero del 2008 en Colombia.

Introducción

Cada vez es más común encontrarse con eventos sorprendentes que se generan y cobran vida en interacciones online-offline, es decir en procesos que se dan en paralelo en ambientes virtuales y no virtuales, tales son los saltos que se hacen de un mundo a otro, que en algunos casos, la línea que los separa termina siendo difícil de distinguir. El uso que se hace de las nuevas tecnologías para producir movilizaciones de grupos humanos con diferentes metas, se convierte en el punto focal que guía el siguiente documento. Comprender qué sucede con la comunicación y la participación en el marco de estos hechos, será el principal objetivo de esta investigación que se maneja como parte de la tesis doctoral del programa de Comunicación, Cambio Social y Desarrollo ofrecido por la Universidad Complutense de Madrid.

El objeto material de estudio se centra en lo ocurrido el 4 de febrero del 2008, en más de 153 ciudades de Colombia y el exterior una marcha multitudinaria estimada en 15 millones de personas que se sumaron a la convocatoria hecha por el grupo "Un millón de voces contra las FARC" desde la plataforma de Facebook para movilizarse y manifestarse en contra de este grupo guerrillero. El impacto de esta convocatoria alcanzó niveles que ni los mismos organizadores se llegaron a imaginar.

La participación online puede analizarse a partir de diferentes visiones que van desde lo político hasta lo tecnológico, en este estudio el evento será abordado desde lo específicamente comunicativo. Se busca entender el fenómeno comunicativo presente en este movimiento para estudiar qué pasa con la participación online y offline de los nuevos movimientos sociales y conocer el uso que los participantes hacen de las nuevas tecnologías.

Este caso ha sido seleccionado por el impacto mediático y su interrelación con otros medios, sus dimensiones, alcance, el uso de la plataforma y la presencia global del evento. Resulta muy interesante conocer si al final, ¿fue la capacidad de la plataforma de Facebook la que generó la respuesta de la sociedad, o existen otros factores que afectaron esta movilización?, ¿cuál medio de comunicación fue el que tuvo mayor influencia en la decisión de participar?

Para poder comprender lo ocurrido será necesario establecer las condiciones tanto políticas como de orden público que determinaron el surgimiento y crecimiento de este grupo. En este sentido, el análisis que se haga permitirá comprender las condiciones contextuales en las cuales surge la propuesta, pero no será el eje central de análisis. Más allá de las posturas políticas que motivaron las acciones colectivas, este estudio busca comprender los hechos a la luz de las acciones comunicativas y el uso de las TIC.

Entre los objetivos que se esperan alcanzar con este trabajo están:

- Analizar las prácticas comunicativas ante el fenómeno de la participación online o e-participación.
- Estudiar qué sucede en las interrelaciones comunicativas de mundos virtuales y no virtuales que llevan a movilizaciones sociales importantes.
- Comprender los cambios producidos en el uso de los medios y su impacto en la participación de los nuevos movimientos sociales.

Estudiar el uso de las TIC en función del logro de los objetivos sociales de los nuevos movimientos, no sólo permite entender cómo se generan y establecen las formas de interacción comunicativa sino que permite conocer los modelos, las formas, las estructuras que mejor se ajustan en la búsqueda del logro de los objetivos de las agrupaciones sociales.

Para muchas organizaciones sociales, comprender la manera como funciona la comunicación en las acciones colectivas, resulta realmente importante, más allá de describir las situaciones de movilización y acción colectiva, es clave generar modelos explicativos que den luz para comprender los mecanismos de relación e interacción que determinan el tipo y tasa de participación de los individuos en procesos sociales.

Estos fenómenos interdisciplinarios, ofrecen diferentes modelos explicativos a partir de variadas áreas del saber, así que brindar una explicación desde el área de la comunicación, puede contribuir al mejor entendimiento de las complejas acciones que se suman cuando hablamos de nuevos movimientos sociales.

2 Planteamiento Metodológico de la investigación

A continuación se presenta la propuesta metodológica para este estudio. Para poder alcanzar los objetivos de esta investigación, se estudiarán los siguientes aspectos.

- La percepción y apreciación que tienen los miembros del grupo estudiado sobre la participación online y offline y las interrelaciones con otros medios masivos de comunicación
- El uso que hacen de la plataforma de Facebook y sus aplicaciones.
- La percepción del logro de los objetivos por parte de los participantes.
- El perfil de los participantes en este evento

Este análisis se hará utilizando la encuesta online, que se aplicará mediante la misma plataforma, de tal manera que se pueda manejar de forma similar el lenguaje y medio seleccionado para el estudio. La técnica de la encuesta ha sido seleccionada en función de las características que ofrece el grupo a estudiar.

Para este estudio se ha seleccionado el tipo de encuesta online, buscando utilizar los mismos medios en los que se generó el proceso de participación. Uno de los principales retos en la utilización de la encuesta por internet, es la tasa baja de respuesta propia de estos medios, para esto se espera contar con el apoyo de miembros activos del grupo de Facebook. Igualmente, se trabajará con el universo de usuarios de la plataforma de Facebook tomando como población a los usuarios miembros del grupo "Un millón de voces contra las FARC" nacido el 4 de enero del 2008, que para el 26 de abril del 2008 era de 358.190 miembros y que a 11 de mayo del año 2009 contaba con 445.448 miembros.

Del total de miembros del grupo de Facebook "Un millón de voces contra las FARC" al 11 de mayo del 2009 que es de 445.448, se tomará una muestra representativa de para poder hacer los cruces necesarios para este estudio y obtener resultados con una validez estadística significativa.

2.1 Los puntos a evaluar

Se han seleccionado las siguientes variables, teniendo presente los objetivos generales de la investigación que se pueden agrupar en las siguientes esferas:

- **Perfil de usuarios.** Incluye el perfil de los miembros del grupo y los usos que hacen de la plataforma de Facebook y sus aplicaciones.
- **Percepción de logro:** La percepción del logro de los objetivos por parte de los participantes.
- **Participación.** La percepción que tienen los miembros del grupo estudiado sobre la participación online y offline.

Variable Perfil de Usuarios.

Se busca poder conocer el Perfil de miembros del grupo, teniendo presente las siguientes características.

- Sexo
- Nacionalidad

- Edad
- Nivel educativo
- Lugar de residencia

Variable Relación con la plataforma

Establecer la Antigüedad como usuario de Facebook y conocer los servicios usados en la plataforma son características importantes para poder conocer la relación de los usuarios con los instrumentos ofrecidos por el medio seleccionado. (video, fotos, muro, foros de discusión)

Variable Motivación

Uno de los puntos más importantes dentro de este trabajo, es conocer cuáles son los motivos para participar en este tipo de eventos, tanto en lo relacionado con los procesos online y offline. Existe todo un contexto socio político muy particular en el cual se gesta la convocatoria y resulta de gran trascendencia establecer las situaciones que impactaron en mayor medida la decisión tomada por quienes decidieron sumarse al grupo. Igualmente, existen otro tipo de motivos que influyen en la decisión de participar y conocerlos permitirá comprender los procesos de convocatoria y movilización.

Variable Tipo de participación

Para este trabajo, se manejarán dos formas o tipos de participación:

Online. Entendiendo por esta todos los procesos participativos que se dan en la plataforma de Facebook, el tipo de interacción que se desarrolla en la web.

Offline. En este tipo de participación se incluyen todas las acciones de participación realizadas por los miembros en los espacios no virtuales, es decir, en las acciones en relación con el evento que se ejecutaron en el entorno físico de los miembros. Básicamente nos referimos a la participación en la marcha del 4 de febrero y de las juntas o reuniones físicas que se pudieron tener en algunas zonas para organizar la marcha.

Variable Percepción de logro

La participación tanto online como offline, genera percepciones únicas en función de los logros obtenidos por las acciones colectivas. Para obtener información sobre este tópico, se manejarán tres aspectos:

El mayor logro alcanzado. Estudiando aquí cuál consideran fue el principal logro de la acción convocada.

El impacto de la acción del grupo: Cómo perciben la acción del grupo en la condición de miembros de la agrupación “Un millón de voces contra las FARC”.

Su impacto en el tiempo. Después de más de 16 meses, cómo perciben el impacto de lo ocurrido el 4 de febrero del 2008.

Variable Apoyo de otros medios

Si bien, este evento fue convocado inicialmente utilizando Facebook, el apoyo recibido de los diferentes medios de comunicación resultó determinante en la convocatoria y movilización final. Conocer cómo la gente se enteró de la movilización y la existencia del grupo, cuál de los medios de comunicación fue el que más impacto tuvo tanto para dar a conocer al grupo como para la movilización del 4 de febrero. (radio, televisión, prensa escrita, internet, boca a boca).

Número de registros en las aplicaciones de Facebook del Grupo Un millón de voces contra las FARC

Actividad	26 de mayo 2008	11 de mayo 2009
Fotos	3099	4233
Videos	82	139
Foros de discusión	3149	3663
El muro	50304	57981
Miembros	358.192	445.448

Tabla 1. Número de registros en las aplicaciones de Facebook del Grupo Un millón de voces contra las FARC. Propia autoría 2009.

2.2 Hipótesis

Se parte de las siguientes consideraciones para ser manejadas en el estudio: ¿cómo es el cambio histórico analizando? qué hay antes, durante y después de las convocatorias (SC), de los movimientos sociales (SS) y la percepción de acciones colectivas (SE) vinculadas al uso de las TIC en sus dimensiones sociales (servicios de conexión y acceso), comunicativas (convocatorias y apelaciones interpersonales) y cognitivo-emotivas (eliminando barreras especiales y temporales online). La estrecha interrelación de las partes y las mutuas afectaciones que se dan entre éstas, permitirá conocer la evolución y desarrollo de algunos movimientos sociales que haciendo uso especial de herramientas de comunicación, persiguen objetivos puntuales de transformación social.

Hipótesis 1. Las transformaciones en lo sistemas comunicativos (SC) (uso de nuevas herramientas) que se enmarcan en transformaciones sociales (SS) (nuevos movimientos sociales) y bajo un contexto de conocimientos compartidos sobre la realidad (Conocimiento) afectan de manera significativa los procesos de participación (online – offline).

Hipótesis 2. Las convocatorias virtuales terminan siendo actos simbólico-expresivos de gran impacto en el imaginario colectivo, gracias al apoyo que reciben de otros medios de comunicación masiva, conformando acciones sin límites espacio-temporales, con eventos locales e impacto global

3 Modelo de análisis

Una propuesta inicial de análisis estaría conformado por elementos como: ciudadanos, problemáticas sociales, participación, instrumentos de comunicación, resolución de problemas, percepción de logro.

Las relaciones entre estos elementos, establecen un panorama complejo de interrelaciones que se esperan ser comprendidas con los resultados de la investigación. Una primera aproximación hablaría de:

Los ciudadanos que ante una problemática social buscan información que obtienen a través de uno o varios medios de comunicación masiva, y que eventualmente tal información les lleva o

no, a participar en acciones colectivas, buscan dar solución a problemáticas específicas. Esta búsqueda de soluciones puede o no tener consecuencias evidentes generando en los participantes una percepción de logro a corto o largo plazo. Esto puede representarse de la siguiente manera.



Gráfica 1. Propuesta Modelo de Análisis. Propia autoría 2009.

Para fundamentar el trabajo de investigación se cuenta con una fundamentación teórica que aborda los ejes principales que dan estructura y los elementos de análisis necesarios para abordar el tema. Entre ellos están:

Nuevos movimientos sociales: saber ¿cómo surgen, cómo se caracterizan, cómo se generan procesos identitarios y qué tipo de relaciones se establecen con las TIC?.

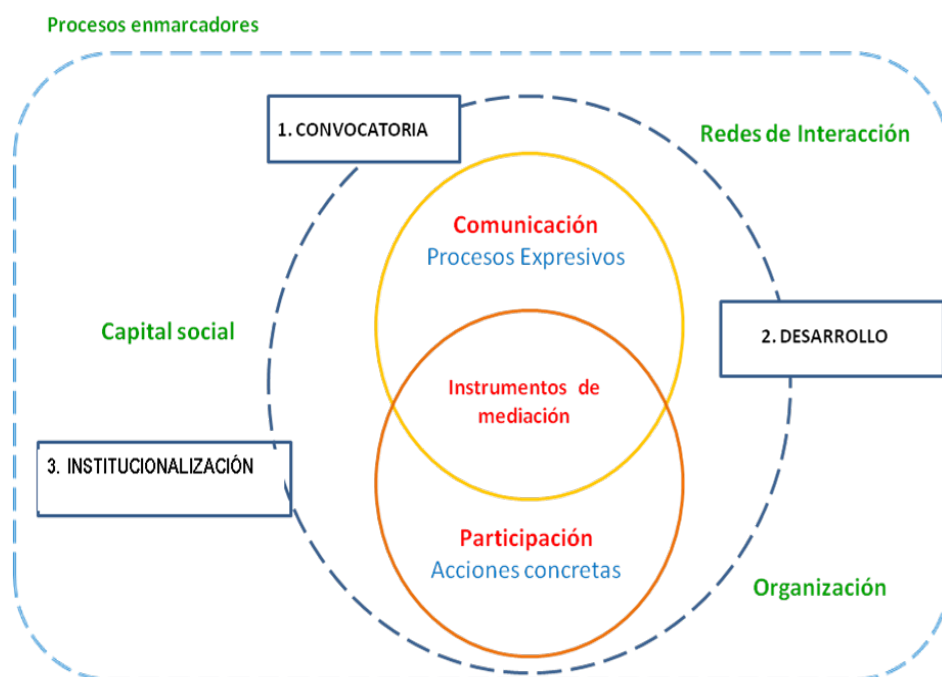
Participación: las acciones colectivas demandan la participación activa de sus miembros, tanto en línea como de forma presencial (online-offline). Esta participación diferenciada será uno de los conceptos centrales para poder comprender lo ocurrido el 4 de febrero del 2008 y los procesos identitarios que están en el trasfondo de la conformación de los nuevos movimientos sociales. Es necesario contar con los conocimientos que expliquen la manera como se generan

las relaciones de identidad, la manera como se transforman y constituyen posibilitando así movilizaciones sociales importantes.

Comunicación: Como se indicó al inicio del documento, se busca abordar lo sucedido a la luz de los modelos de comunicación. Este será el principal reto y conocer la manera como se dan los procesos de comunicación buscando en los diferentes modelos comunicativos el que mejor explique las relaciones e interacciones de los componentes del proceso.

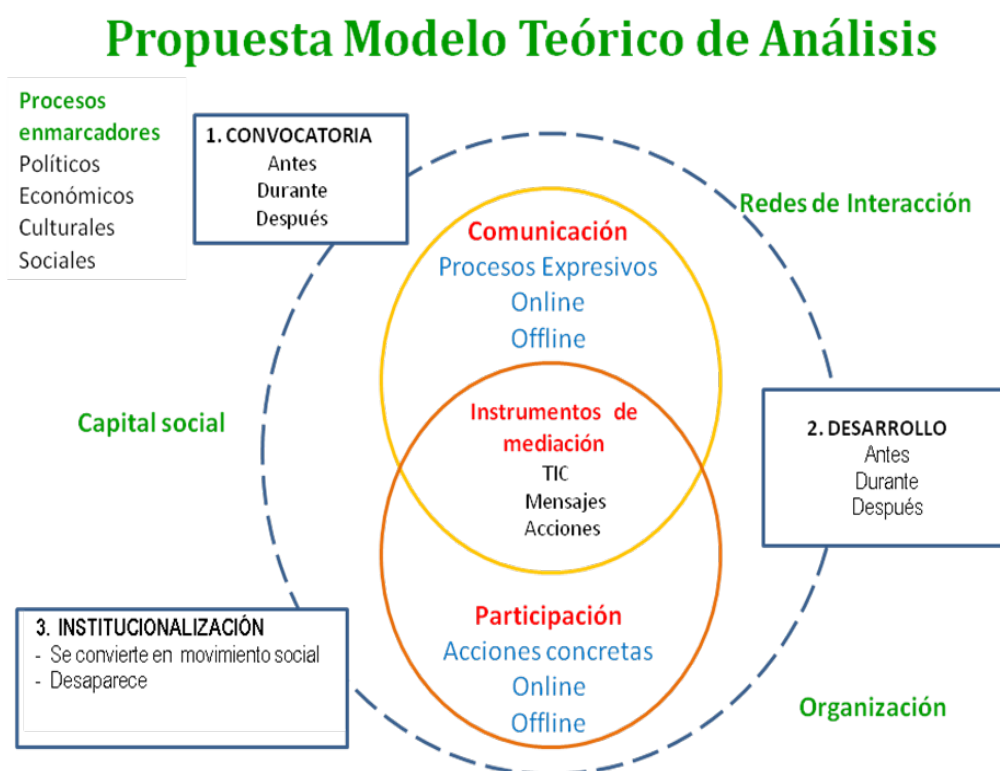
Para poder comprender las interrelaciones presentes entre estos sistemas, presento un modelo inicial que sirve como punto de partida para establecer relaciones claves para comprender la manera como las nuevas tecnologías, las movilizaciones sociales y la participación logran interactuar. Teniendo como referencia el modelo de mediación dialéctica de la comunicación "la reproducción de situaciones comunicativas se ajustan a prácticas cognitivas que la hacen posible: pero también que dichas prácticas sociales y cognitivas se reproducen, a su vez, por medio de las situaciones comunicativas que les resulten más pertinentes" (Piñuel y Lozano, 2006. p. 313)

Propuesta Modelo Teórico de Análisis



Gráfica 2. Propuesta Modelo Teórico de Análisis. Propia autoría 2009.

Este modelo presenta las etapas básicas de desarrollo de las convocatorias y movilizaciones, que se deben analizar en tres instancias esenciales: antes, durante y después como se presenta en el siguiente esquema. La comunicación-participación aparece como centro motor de este proceso y los conceptos de redes de interacción, organización y capital social o conocimiento, hacen posible el desplazamiento de las acciones, encuadradas en los denominados procesos enmarcadores que son los detonadores de acciones sociales determinadas. Desglosando este modelo un poco más, tenemos:



Gráfica 3. Propuesta Desglosada del Modelo Teórico de Análisis. Propia autoría 2009.

3 El caso 4 de febrero en Colombia

Para poder comprender cómo se gestó la mayor movilización ciudadana de Colombia, ocurrida el 4 de febrero del 2008, se presenta a continuación un contexto de los acontecimientos previos y de los resultados generales de la misma.

Actualmente la población de Colombia según los datos ofrecidos por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) para el año 2007 fue de 45'888.592 habitantes,

distribuidos en un 51.4% de mujeres y un 48.6% de hombres. En la marcha convocada participaron más de 12 millones de personas que se manifestaron en diferentes ciudades en más de 40 países.

La convocatoria lanzada el 4 de enero del 2008 por parte de un joven ingeniero de Barranquilla, Oscar Morales Guevara, quien utilizó la plataforma de Facebook creó el grupo denominado "Un millón de voces contra las FARC". En las primeras doce horas de abrirse el grupo, como lo narran sus creadores, se unieron 1500 personas, al día siguiente fueron 4.000, y actualmente son más de 444.000 miembros. De las conversaciones del grupo que se conformó, surgió la idea de convocar a una gran marcha en contra de las FARC para realizarse un mes después de la creación de la agrupación. Así, surge la idea de la marcha. En distintas ciudades colombianas y en el extranjero, se organizaron voluntarios para coordinar las marchas en cada una de sus poblaciones. Para esto se utilizaron diferentes herramientas de internet, entre ellas, los correos de Google, Google Docs, Google Chat, MSN Messenger, Skype y las redes personales de quienes se fueron sumando. También se unieron administradores de blogs y se gestaron otros grupos que se sumaron a la marcha final.

A la par, la noticia de la marcha empezó a aparecer en los diferentes medios de comunicación masiva en Colombia y en el extranjero, así la prensa, la radio y la televisión fueron dando difusión al evento y se sumaron de forma activa en la promoción del mismo. El rol jugado por la radio y la televisión fue decisivo en los resultados de la marcha.

Lo ocurrido el 4 de febrero superó todas las cuentas optimistas que sus organizadores pudieran haber imaginado. Pero previo a esta fecha, se dieron varios eventos de orden público y político que influyeron de forma definitiva para que la gente se motivara a participar. Por citar uno de ellos, la liberación de secuestrados el 18 de diciembre del 2007, cuando fueron puestas en libertad Consuelo González y Clara Rojas quienes habían permanecido en poder de la guerrilla de las FARC por más de seis años. Durante este periodo, Clara Rojas había tenido en cautiverio un hijo llamado Emmanuel a quien separaron de su madre a los pocos meses de nacido por encontrarse muy enfermo, pero que nunca liberaron. El 1 de enero del 2008 el gobierno de Colombia, presentó los resultados de una investigación en donde establecía que el niño Emanuel no se encontraba en poder de las FARC sino que había sido abandonado dos años atrás y recuperado en una sede de Bienestar Familiar a quienes un campesino había entregado el niño por no poder hacerse cargo de él. En ese momento se destaca una serie de eventos y acciones del grupo guerrillero que fueron rechazadas duramente por la opinión pública. De forma similar a

este suceso, acontecieron varios hechos que influyeron de manera importante en la aceptación de la propuesta hecha por el grupo.

“Colombia, el sexto país del mundo con más presencia en Facebook y el segundo latinoamericano, después de Chile, tiene 3,8 millones de usuarios, pero la gran mayoría usa la red social solo para reencontrarse con viejos amigos, para subir fotografías o charlar con sus contactos. Muchos ignoran que esta red social tiene 52.000 aplicaciones disponibles, que cada día surgen unas 140 nuevas y que si bien Facebook es el principal servicio de publicación de fotografías en Internet, con más de 10.000 millones de fotos publicadas, tiene mucho más de dónde sacarle provecho.” (Jaramillo, Mauricio. El tiempo, 2008)

Se estima que *Facebook* creció más del 1.000% en un año, de junio de 2007 a 2008, pasando de un millón de usuarios a 12 millones aproximadamente en América Latina; teniendo Chile (3,3 millones), Colombia (3,1 millones) y México (1,3 millones) la mayor cantidad de usuarios. Estas cifras hacen de *Facebook* una de las redes sociales más populares de la región, junto con *MySpace*, *Hi5*, *Fotolog* y *Orkut*, el más popular en Brasil.

Características del Grupo “Un millón de voces contra las FARC”

Tipo de grupo: Es un grupo público. Todos pueden unirse e invitar a otros a unirse.

Los administradores y creadores de este grupo son oficialmente cinco colombianos a saber: Oscar Morales Guevara (Creador), Héctor Pardo, Miguel Andrés Fierro Pinto, Marítza Castrillón y Juan F Garzón. El tamaño del grupo a fecha del 26 de mayo del 2008 era de 358.190 miembros. El tipo de grupo ha sido señalado como de linterés común-las políticas. Si bien la plataforma de Facebook ofrece diferentes aplicaciones, este grupo trabaja con un número reducido de las mismas. De esta manera podemos encontrar lo siguiente.

Número de registros en las aplicaciones de Facebook del Grupo Un millón de voces contra las FARC

Actividad	26 de mayo 2008	11 de mayo 2009
Fotos	3099	4233
Videos	82	139

Foros de discusión	3149	3663
El muro	50304	57981
Miembros	358.192	445.448

Tabla 2. Número de registros en las aplicaciones de Facebook del Grupo Un millón de voces contra las FARC. Propia autoría 2009.

Actualmente, el grupo cuenta con su propia organización, la Fundación Millón de Voces www.millondevoces.org y su nueva dirección en Facebook "One million voices against FARC" y continúa trabajando en cooperación con grupos afines a sus propios intereses.

Conclusiones.

Vivir este momento de grandes transformaciones en el mundo de la comunicación, ofrece una oportunidad única para hacer una revisión de las teorías que han explicado estos fenómenos, pero sobre todo, brinda la oportunidad de buscar formas alternativas de comprender las interacciones, los roles y las formas diferentes de aprovechar las nuevas tecnologías. El reto de comprender los usos y formatos de comunicación, abre a quienes estamos en este proceso de formación como investigadores, un abanico de oportunidades muy amplio en el que las conexiones con diferentes áreas del saber se hacen evidentes.

Si bien cada vez existen mayores registros sobre estudios de casos y documentación de experiencias particulares, continuamos analizando estos hechos con teorías que explicaron muy bien los hechos de los medios masivos de comunicación en un momento determinado, pero que no alcanzan a abordar todos los nuevos factores y aspectos que la nueva realidad establece. De ahí la importancia de buscar formas distintas de análisis, probar modelos y tratar de ir un paso más allá en la búsqueda de propuestas explicativas.

Referencias Bibliográficas

CASTELLS, Manuel. *La Galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad.* Barcelona. Plaza y Janes, 2001.

CASTELLS, Manuel. *La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura. Vol.1 La sociedad red.* Madrid, Alianza Editorial, 1997.

IBARRA, Pedro Y GRAU, Elena; "Anuario de Movimientos Sociales. Una mirada sobre la red"; Barcelona, Icaria Editorial y Getiko Funazioa, 2000.

IBARRA, Pedro Y GRAU, Elena; "Nuevos escenarios, nuevos retos en la red"; Barcelona, Icaria Editorial, 2002.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis y LOZANO, Carlos. *Ensayo general sobre la comunicación*. España, Paidós, 2006.

Número de registros en las aplicaciones de Facebook
del Grupo Un millón de voces contra las FARC

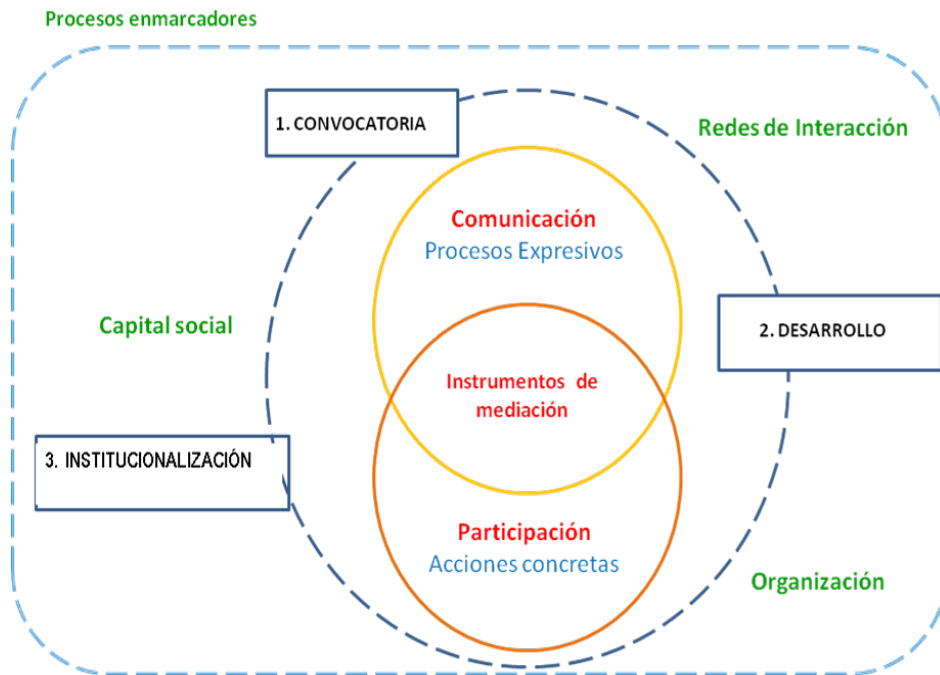
Actividad	26 de mayo 2008	11 de mayo 2009
Fotos	3099	4233
Videos	82	139
Foros de discusión	3149	3663
El muro	50304	57981
Miembros	358.192	445.448

Tabla 1. Número de registros en las aplicaciones de Facebook del Grupo Un millón de voces contra las FARC. Propia autoría 2009.



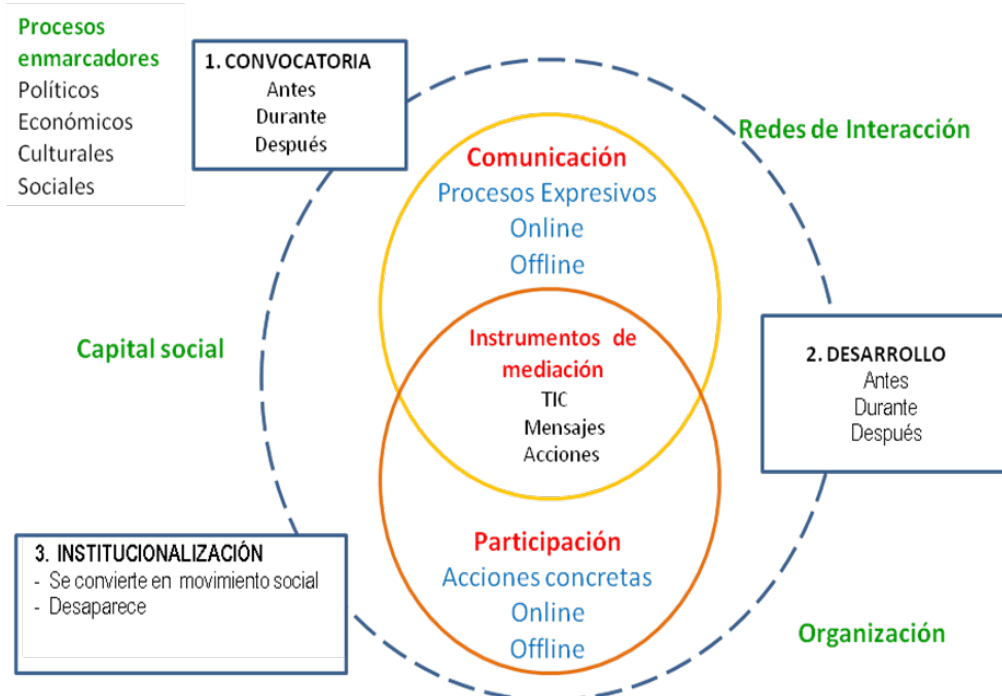
Gráfica 1. Propuesta Modelo de Análisis. Propia autoría 2009.

Propuesta Modelo Teórico de Análisis



Gráfica 2. Propuesta Modelo Teórico de Análisis. Propia autoría 2009.

Propuesta Modelo Teórico de Análisis



Gráfica 3. Propuesta Desglosada del Modelo Teórico de Análisis. Propia autoría 2009.

**Número de registros en las aplicaciones de Facebook
del Grupo Un millón de voces contra las FARC**

Actividad	26 de mayo 2008	11 de mayo 2009
Fotos	3099	4233
Videos	82	139
Foros de discusión	3149	3663
El muro	50304	57981
Miembros	358.192	445.448

Tabla 2. Número de registros en las aplicaciones de Facebook del Grupo Un millón de voces contra las FARC. Propia autoría 2009.