

Gestiones y forma de organización de activistas universitarios de colectivos estudiantiles para la movilización social. De las redes sociales digitales y otros espacios

Management and form of organization of university activists of student collectives for social mobilization. From digital social networks and other spaces

Luz María Garay Cruz¹

Resumen: Esta ponencia es uno de los primeros productos que se han obtenido de una investigación (con enfoque cualitativo) en proceso “Alfabetización digital, redes sociales digitales y activismo universitario”² que tiene entre sus objetivos identificar y analizar los usos y las estrategias de organización y comunicación que han desarrollado jóvenes estudiantes que gestionan redes sociales de sus organizaciones o colectivos que atienden problemáticas sociales y cómo éstas complementan las acciones en territorio físico.

Abstract: This paper is one of the first products that have been obtained from a research (qualitative approach) in process "Digital literacy, digital social networks and university activism" which has among its objectives to identify and analyze the uses and strategies of organization and communication that have developed young students who manage social networks of their organizations or groups that deal with social problems and how they complement actions in physical territory.

Palabras clave: jóvenes; movimientos sociales; ciudadanía; redes sociales digitales.

Introducción, notas metodológicas y categorías (síntesis)

Como se ha mencionado, esta ponencia es uno de los primeros productos que se han obtenido de la investigación en proceso “Alfabetización digital, redes sociales digitales y activismo universitario” que tiene como objetivo identificar y analizar los procesos de alfabetización digital que han desarrollado jóvenes estudiantes que gestionan redes sociales digitales como parte de la estrategia de comunicación de sus organizaciones o colectivos que atienden problemáticas sociales y los usos que hacen de las redes sociodigitales y otros entornos de la Red. También se

¹ Doctora en Ciencias Políticas y Sociales, Comunicación, Universidad Pedagógica Nacional, Tecnologías digitales y jóvenes, alfabetización y literacidad digital, jóvenes activistas, mgaray90@hotmail.com.

² Proyecto individual registrado en el Área Académica 4 Tecnologías de información y modelos educativos de la UPN-Ajusco.

busca conocer y analizar las estrategias de comunicación e interacción que han desarrollado a partir de la incorporación de las tecnologías digitales, específicamente en el ámbito de la movilización social.

Categorías de análisis (Síntesis)

En la investigación antes mencionada se retoman dos categorías que se han trabajado en investigaciones previas interacción-apropiación y redes sociales digitales.

A partir de planteamientos realizados por Leontiev, Siles, Covi y otros autores; en este trabajo se conceptualizan los procesos de apropiación de los recursos tecnológicos como aquellos que determinan, en buena medida, el tipo de interacción que los sujetos establecen en las redes sociales digitales, las condiciones en que se llevan a cabo y el cambio cultural que opera en ellos, el cual va más allá del objeto apropiado.

En cuanto a la participación social (que se percibe en este caso de la investigación sobre recursos tecnológicos, derivada de los procesos de apropiación e interacción), podemos entenderla como todos aquellos actos de presencia individual o grupal en un proceso de toma de decisiones. En la actualidad, el concepto está estrechamente ligado a reivindicaciones ciudadanas, así como a procesos de toma de decisiones públicas con el objeto de incidir en la resolución de problemas colectivos. Entendida de este modo, la participación tiene un fuerte componente de acción, elemento fundamental para los procesos de interacción.

En este punto es clave tomar en cuenta y analizar las voces de los actores de colectivos y organizaciones para saber cómo están pensando y empleando a las redes sociales digitales como parte de sus repertorios de organización y movilización, en especial frente al embate mediático.

Redes sociales digitales

Existen diferentes disciplinas que abordan el tema y posturas diversas respecto a la definición de red social, no obstante en trabajos previos se ha retomado la perspectiva de Dabas (2001,2007) debido a que se centra en la dinámica de interacciones constantes de los actores con su entorno, así como con sus comunidades y grupos de referencia. Toda red social constituye una trama interpersonal a la que podemos pertenecer como seres humanos; se integra de una red micro-social que inicia con la familia como grupo primario y se extiende a todo el entorno sociocultural

en el que nos desenvolvemos hasta enlazarse a toda una red social a la que moldeamos y nos moldea, es decir la interacción en otros grupos (secundarios) como la escuela, la colonia, la iglesia etcétera nos va sumando como integrantes de múltiples redes que forman parte de nuestra vida social.

Si trasladamos este punto de vista a las redes sociales digitales, podemos afirmar que pueden ser entendidas como el conjunto de interacciones de esta red física, histórica en toda sociedad y en la biografía de los sujetos, que ahora se desarrollan en una plataforma digitalizada, un nuevo espacio social, que permite interacciones virtuales. La importancia de las redes sociales digitales reside en la dinámica de interacciones que facilita, al aprovechar la nueva dimensión espacio-temporal que ofrecen.

Es necesaria también una definición de medios de comunicación para poder analizar la relación que existe entre ellos y las redes sociales digitales, los estudios sobre los medios de comunicación colectiva se han realizado desde diversas perspectivas (funcionalismo, materialismo o teoría crítica, estructuralismo) y se han escrito numerosas definiciones al respecto, lo que es importante retomar en este trabajo es que los medios de comunicación colectiva son empresas que producen noticias, es decir que supervisan el entorno y establecen agendas informativas a partir de lo que sus líneas editoriales e intereses corporativos establecen como importante y responde a sus intereses.

En el caso de México, los medios están fuertemente vinculados con los intereses de grupos de poder político y empresarial. Evidentemente el deber ser de los medios es otro, su tarea debería ser informar oportunamente y de la manera más clara a la ciudadanía, deberían ser plurales e incorporar información sobre diversas temáticas y grupos sociales, pero entre el deber ser y la práctica existe una diferencia importante. Eso es lo que tratan de visibilizar diversos grupos y colectivos que quieren romper esos cercos informativos que afectan a la toma de decisión y de opinión de la gente.

Es en este punto en donde cobra sentido el trabajo que se presenta, pues los jóvenes activistas con los que se realizaron las entrevistas tienen perspectivas muy diversas sobre los medios de comunicación pero todos coinciden en su mal manejo de información o en sus miradas poco objetivas sobre los hechos que informan y señalan la necesidad de usar las redes sociales para romper con esas prácticas o al menos luchar contra el poder de los medios.

El enfoque metodológico de este trabajo es cualitativo pues lo que interesa es dar voz a los actores sociales que están participando en distintas movilizaciones sociales y conocer su opinión y concepción sobre el rol y utilidad de las redes sociales digitales como un instrumento de comunicación de apoyo a sus actividades y también conocer su proceso de alfabetización digital para lograr incorporar los recursos digitales en sus prácticas de activismo como parte de los medios de difusión y comunicación que emplean.

Se realizaron 30 entrevistas a profundidad con jóvenes estudiantes universitarios en un rango de edad que va de los 18 a los 33 años y que participan de manera activa en colectivos y organizaciones estudiantiles y hacen uso (incluso administran) las redes sociales y otros entornos digitales.

Se realizó una entrevista semi-estructurada, el método que se siguió fue el criterio de “Suficiencia comparativa”, propuesto por Guillermo Orozco (2011). Este criterio no es un muestreo estadístico, el límite estará dado por la redundancia informativa de lo que se busque. Por lo tanto el investigador a priori deberá tener criterios de selección a los sujetos a entrevistar y tener claridad en los objetivos que tiene, de manera que en los resultados existan mayores posibilidades de encontrar diferencias importantes. En el caso de esta investigación nuestros criterios eran muy claros, debían ser jóvenes universitarios que gestionaran las redes sociales digitales de colectivos, organizaciones o agrupaciones que estuvieran relacionadas con problemáticas sociales: defensa de la educación, defensa de los derechos humanos, equidad de género, feminismo y temas similares.

La búsqueda de informantes se realizó de la siguiente manera, primero se inició una búsqueda de colectivos estudiantiles que tuvieran entre sus intereses lo temas antes mencionados y se mandaron mensajes solicitando entrevistas, la respuesta en términos generales fue positiva aunque hubo necesidad de explicar con detalle de que se trataba el trabajo y en algunos casos mandar vínculos de algunos de los trabajos previos que he realizado sobre los jóvenes y las tecnologías, pero una vez que se lograron esos primeros contactos los mismos jóvenes me fueron recomendando con otros colegas de ellos.

Inicialmente se identificó a una estudiante que participa de manera muy activa en dos páginas de *Facebook* “UPN en Movimiento” y “Movimiento Estudiantil en Lucha” y ese fue el inicio de un grupo de entrevistas. Más adelante fue gracias a la recomendación de un colega de la

Universidad Pedagógica Nacional que me contactó con varios activistas estudiantiles que logré una segunda parte de las entrevistas.

Medios de comunicación y redes sociodigitales, miradas y usos diferenciados desde los colectivos.

Mucho se ha escrito sobre las redes sociales digitales y se ha analizado acerca de su papel en movimientos políticos, ciudadanos y sociales. Grupos de investigadores a nivel nacional e internacional han estado atentos al desarrollo de la participación de los jóvenes en los escenarios digitales, la gestión de la comunicación de sus colectivos y agrupaciones y sus acciones para hacer visibles problemáticas sociales que los atañen directamente o que consideran importante visibilizar y compartir entre la sociedad. “Las redes sociales reconfiguran el espacio imaginario en donde tienen lugar las prácticas políticas en las democracias contemporáneas. Se trata de canales de comunicación interactiva a partir de los cuales actores sociales resignifican su vínculo con lo político” (MENESES, 2014: 26)

Las redes sociales digitales son, sin duda potenciadoras de la participación política, la deliberación ciudadana y la articulación de las movilizaciones sociales (MENESES, 2014) y son por supuesto escenarios digitales que permiten a los jóvenes internautas exponer sus visiones, opiniones y concepciones del mundo, que en ocasiones forman parte de un contradiscurso que hacen frente al discurso de los medios de comunicación, entre otras cosas.

En este texto se reconoce que las acciones vía redes digitales han conseguido visibilizar no solo a grupos minoritarios o discriminados que están organizados en colectivos y agrupaciones, también se han visibilizado sus estrategias de acción y participación; por lo tanto es necesario analizar cómo se generan esas estrategias, su continuidad en el tiempo y cómo se vinculan con el campo de conocimiento de la comunicación.

Se partió inicialmente del supuesto de que apoyados en recursos digitales, algunos sectores de la juventud están alzando su voz para expresar reclamos, puntos de vista, mostrar producciones culturales, compartir, organizarse, entretenerse o comunicarse. Estas interacciones repercuten más allá de las prácticas culturales de su generación, por lo que es necesario estudiar la dinámica de esos procesos, tipificarlos y valorar su importancia social, en especial cuando esos

sectores de jóvenes están participando en movilizaciones sociales, colectivos y organizaciones que tienen interés en problemáticas sociales.

Teniendo ese supuesto como punto de partida se presentaron algunas interrogantes, por ejemplo ¿Qué papel juegan las redes sociales digitales en sus acciones colectivas? ¿Qué temas quieren visibilizar y porqué? ¿Qué opinan los activistas sobre los medios de comunicación colectiva-empresarial? Esas y otras preguntas dieron paso a la investigación que está en proceso.

En este texto se presentan algunas reflexiones a partir de datos obtenidos en un acercamiento a 30 estudiantes universitarios (activistas) que emplean las redes sociales digitales para la organización de las acciones de sus colectivos estudiantiles frente a problemáticas locales y nacionales. Se destaca la concepción que tienen sobre el derecho a la información, el papel de los medios en la cobertura de problemáticas sociales y la apropiación que han hecho de las redes sociales digitales como un elemento clave en la gestión comunicativa, organización e interacciones entre ellos, lo anterior nos permite reflexionar acerca de la dimensión real que tienen las tecnologías digitales en algunos movimientos sociales, colectivos y agrupaciones -en este caso estudiantiles- y la manera en que ellos se han apropiado de las redes y otros entornos digitales.

De acuerdo con Rovira (2017) los sujetos quienes participan en movilizaciones y protestas se habilitan y convierten en enlazadores de mundos, cosa que es totalmente cierta y con la cual estoy de acuerdo pues son los activistas los que están tomando decisiones sobre qué es lo que quieren decir, cómo lo quieren decir y se convierten entonces en “comunicadores eficaces e inmediatos de sus propias acciones, periodistas de su aparición pública, cronistas involucrados, streamers, narradores situados y fotógrafos capaces de denunciar y mostrar la violencia policial (Rovira, 2017, p. 13) y actualmente ven potenciadas esas acciones a partir del uso de los entornos digitales, entre ellos las redes sociodigitales.

Las redes sociales digitales forman parte de los recursos comunicativos que son empleados por los colectivos y organizaciones sociales interesados en visibilizar problemáticas que afectan a sus comunidades locales, regionales, nacionales y globales según sea el tipo de organización. Escenarios digitales como el Face Book, Twitter y You Tube son utilizados como elementos clave para sus estrategias de comunicación.

La decisión de uso de esos entornos digitales depende en gran medida del tipo de

organización o colectivo, algunos grupos los usan para mostrar y compartir información que consideran relevante sobre algún tema o problemática social y que no es atendida por los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) o por que consideran que la información no es veraz y está manipulada por intereses del gobierno y los empresarios.

Otras organizaciones y colectivos usan los entornos digitales para ofrecer espacios de consulta y ayuda a comunidades que están buscando reconocimiento y respeto pero que no pueden o quieren mostrarse físicamente en marchas o mítines, tal es el caso por ejemplo de algunos colectivos de diversidad sexual que trabajan con comunidades homosexuales y transgénero.

En ambos casos, las redes sociales digitales funcionan para los colectivos según sus intereses y es innegable que forman parte ya desde hace un par décadas de los medios empleados para la difusión de información, la convocatoria a actividades y como un medio eficiente para la organización interna de los grupos, es evidente que no son las únicas herramientas que se emplean, pero si han tomado un papel clave para la comunicación y la organización de los movimientos sociales.

Sobre cómo se ha generado el vínculo entre la comunicación, los medios, las tecnologías y los movimientos sociales, mucho se ha descrito y analizado en los libros sobre el desarrollo de los medios, por ejemplo Thompson (1993) plantea que la producción y circulación de formas simbólicas¹ en las sociedades modernas es inseparable de las actividades de las industrias de los medios y de los desarrollos tecnológicos. Define la transmisión cultural como un proceso por el cual las formas simbólicas se transmiten de productores a receptores y pone de relieve una serie de características de este proceso que permiten comprender mejor el desarrollo de la comunicación colectiva o masiva pero que también puede ser útil para comprender el desarrollo e inserción de las tecnologías digitales y su relación con la transmisión de la cultura (Thompson, 1993, p. 182). Tres de los puntos centrales desarrollados por Thompson tienen que ver con: la producción, circulación y almacenamiento de las formas simbólicas, factores que evidentemente se han modificado a partir del desarrollo de las tecnologías digitales.

Una constante en la reflexión sobre los medios está vinculada a los contenidos de los mensajes informativos (producción) y de entretenimiento que difunden (circulación), existen investigaciones y revisiones teóricas que han señalado que los contenidos tienen necesariamente

una carga ideológica que refleja intereses de corte político y empresarial y responden en muchas ocasiones a los intereses de los gobiernos en turno.

Existe una basta literatura sobre los llamados “efectos” de los medios y la posibilidad de influencia que tienen sobre los sujetos-audiencia y de manipular la opinión; en los primeros años de estudio de la Comunicación (1960) se hablaba de la corriente funcionalista (Hovland, Katz, Laswell y otros) y se hacía especial énfasis en los efectos mediáticos y la vulnerabilidad de los sujetos-audiencias frente a los medios, también se realizaron investigaciones y ensayos desde la perspectiva de la economía política, que señalaba la importancia de saber y analizar a los medios como empresas, conocer las redes de negocios detrás de éstos y por supuesto su vinculo con las instituciones del Estado (Marx, Althusser, Gramsci). Ambas corrientes centraban su foco de atención en los emisores más que en los sujetos y a éstos los consideraban como sujetos fácilmente manipulables e influenciables, como “masa” una connotación negativa que señala que los sujetos son uniformes, sin identidad y conforman masas homogéneas.

Décadas después y con el surgimiento de la escuela de estudios culturales ingleses se va cambiando la concepción de la audiencia y los sujetos que la integran ya son considerados como entes sociales con cargas socio históricas e inmersos en contextos sociales concretos.

Retomando algunas ideas planteadas por Huertas Bailén (2002), es necesario recordar que los investigadores en Comunicación se han aproximado al público mediático considerándolo de tres formas: 1) Como masa 2) Formado por distintos grupos 3) Constituido por distintas personas. A lo largo del tiempo el concepto se ha ido matizando y se ha encontrado con posturas de total rechazo, esto se entiende por el desarrollo de la sociología, la psicología y la misma comunicación que han ofrecido y aportado nuevas ideas para considerar a los sujetos receptores de los mensajes mediáticos ya que se ha destacado de entrada la imposibilidad de que la mal llamada masa pueda reaccionar de manera uniforme cuando realmente está compuesta por diversos grupos y por sujetos con diferencias psicológicas individuales.

Pareciera y habría que reflexionar al respecto, que la audiencia es un concepto flexible y cambiante y es difícil hablar de su evolución, pero si podemos decir que el estudio del receptor ha seguido una línea constante de crecimiento, y desde mi punto de vista, de mejora ya que hemos pasado de tratar a la audiencia como masa y se han abarcado las particularidades grupales y personales.

Lo anterior ha significado el trabajo de numerosos investigadores que nos han llevado de una visión totalmente funcionalista que planteaba la existencia de una audiencia masa pasiva, a una perspectiva teórica que establece la idea de las audiencias activas y la teoría de McQuail de los usos y gratificaciones de los medios, hasta un auge a partir de los 90's de los Estudios Culturales, corriente inglesa que ha tenido mucha aceptación en América Latina, y hemos comenzado a discutir y tratar de entender conceptos tales como: comunidades interpretativas y hábitos de consumo mediático, entre otros.

Actualmente el contexto es más complejo pues hace al menos dos décadas un nuevo reto se presenta en el espectro mediático: las computadoras, la fibra óptica, la Internet (radio en Internet, Televisión en Internet) y el sin fin de posibilidades de uso que se puede hacer de esta tecnología y evidentemente esto ha impactado a los colectivos sociales, la organizaciones y los movimientos sociales.

Si bien ya sabemos y estamos de acuerdo en que los sujetos-audiencias son sujetos con biografía socio histórica y están insertos en contextos sociales específicos, que no son fácilmente manipulables y que han desarrollado ciertas habilidades como audiencias activas, todavía estamos lejos de poder generalizar a las audiencias críticas. Sin embargo si existen sujetos que han desarrollado habilidades de recepción que les permiten identificar discursos de manipulación, mentiras y contradicciones en los medios y más aún, son capaces de apropiarse de esos discursos y modificar el sentido de los mismos. Los jóvenes participantes en esta investigación cuentan con varias de las habilidades críticas que antes se han mencionado.

No podemos negar el poder de los medios, en tanto son aquellos que nos permiten “supervisar” el entorno y conocer otros lugares, estar informados de aquello que pasa en lugares distantes, finalmente estamos inmersos en proceso de “Masmediacion”, el conocimiento del mundo está Massmediado, de acuerdo con Thompson (1998).

En ese sentido y tomando en cuenta lo anterior, es clave comprender como se da seguimiento a ciertos eventos noticiosos, como se construyen los discursos sobre problemas sociales y por supuesto (en este caso) entender como es que se representan y que se dice de las movilizaciones sociales. En este punto es clave comprender algunas cosas que plantea Guiomar Rovira (2017) acerca de cómo los movimientos sociales generan en su acción un espacio de visibilidad de agravios y exigencias, salen a la calle para mostrar su enojo, plantear sus demandas

y sumar fuerzas, la autora plantea que la única manera de lograr el éxito de una movilización política es logrando que la gente la vea y tome posiciones a su favor, para ello, dice Rovira, es necesario comunicar y yo agregaría es necesario aparecer en los medios y generar nuevos espacios en los entornos digitales para ser vistos y comunicar las exigencias, propuestas y demandas.

Rovira (2017, p. 25) señala que cada vez que aparece un medio de comunicación se activa un discurso redentor de la comunicación para la emancipación y los activistas han visto siempre en los medios una herramienta clave para subvertir el sistema y acabar con la opresión; Internet no puede ser la excepción, aunque la discusión en este caso es más compleja por las propias características tecnológicas y el desarrollo que han tenido los diversos entornos digitales que integran la Red.

Queda claro que la Red se presenta como un espacio susceptible de ser usado por los activistas, sin embargo es necesario reconocer que con el desarrollo de distintos entornos y plataformas digitales el mercado entró en acción y comenzó a cooptar a los usuarios a través de servicios que aparentan ser gratuitos pero que en realidad son grandes maquinarias almacenadoras de datos que se convierten en mercancía intangible pero valiosa para distintos nichos de mercado que pagan grandes cantidades de dinero para generar más dinero, aunque esto no necesariamente es importante para algunos activistas, pues ven en los entornos digitales una oportunidad para ser visibles, hay que entender que para la gente la idea de la “facilidad” y “gratuidad” para compartir información, videos, fotos es sumamente atractiva, pues es sencillo y eficiente y los activistas no son necesariamente la excepción y han hecho de la Red y sus entornos, herramientas y escenarios que forman parte de sus repertorios de acción colectiva.

Sumado a lo anterior, otros universitarios activistas tienen conciencia de la importancia del derecho a la información y reconocen que los medios de comunicación tradicionales no siempre manejan la información de manera veraz y neutra, suelen emitir opinión o construir historias falsas, verdades a medias y en el peor de los casos grandes mentiras en torno a los problemas sociales y/o las movilizaciones colectivas; es por eso que hacen uso de medios digitales como las redes, blogs, páginas web y otros.

Uno de los argumentos de los jóvenes activistas del movimiento #YoSoy132 que tuvo lugar en México era justamente la democratización de los medios

El movimiento #Yosoy132 en México surge en mayo de 2012, a dos meses de las elecciones Presidenciales que se llevaron a cabo el primero de julio y donde fue electo Enrique Peña Nieto, abanderado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

El #YoSoy132, se constituyó como un movimiento novedoso tanto en su estructura organizativa, como en sus formas de acción política. Surgió en un acto político en la Universidad Iberoamericana, se difundió y se propagó en las redes sociales digitales y se da una especie de hibridación entre la organización del movimiento y las redes, mismas que impactan en sus estructuras organizativas abiertas, horizontales, rizomáticas, distintas a la organización tradicional de los movimientos sociales, al menos al inicio. Se desarrolló una acción política dual, en dos frentes, de las redes sociales a la calle, del mundo on-line al mundo of-line.

El movimiento, desde muy temprano, se alejó de las tradicionales dicotomías políticas de izquierda o derecha, estas geografías políticas que están lejos de generar identidades políticas estables. Contrario a esto, el #YoSoy132 expresó su pluralidad ideológica, sin otra afiliación más que el rechazo a la política tradicional representada en los partidos, cada vez más alejados de la sociedad; realizó un fuerte cuestionamiento a la democracia electoral y su responsabilidad en la generación de una política vertical, fincada en el poder; mostró su rechazo a poderes fácticos como el mediático, que lejos están de ser regulados por las instituciones. (GARCIA, 2017)

De ahí, que una de las primeras banderas del #YoSoy132 haya sido, la exigencia de democratización de los medios de comunicación en México, donde persiste un duopolio televisivo, que se ha convertido en un contrapoder político muy poderoso.

Así lo señala Claudia, una joven estudiante de Derecho en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, que forma parte de una pequeña célula del movimiento estudiantil #YoSoy132 que tuvo un momento de mucha fuerza en México en 2012 y del cual actualmente sobreviven células en distintas partes del país y se mantienen trabajando pero en asuntos más locales y cercanos a sus problemáticas inmediatas.

Pues creo que es importante porque las redes sociales las hemos ocupado como un medio de comunicación alternativo. Luego, cuando hacemos brigadas en plazas públicas, normalmente lo hacemos en la plaza de armas, llevamos volantes con información que no sale ni en la televisión ni en periódicos oficiales. Así que llevamos los volantes, la gente

los ve; llevamos cartulinas, tendedores informativos y dicen: “¿A poco esto está pasando?” Por ejemplo, ahora con tantas desaparecidas, desaparición de muchachas durante dos meses que estuvo muy fuerte la situación, y comentan “no, es que salió el gobernador a decir que aquí no pasa hacer nada” y les decimos: “miren, vean lo que en realidad está pasando”. Algo muy importante y la base del 132 era “la democratización de los medios”, así como también medios alternativos y que la gente esté enterada de lo que está pasando, ¿no? Siento yo, un paso muy importante para un cambio totalmente estructural es la conciencia de las personas, una parte de la concientización de la población. Es en lo que nos hemos enfocado: podemos hacer más actividades culturales, pero lo principal es estarle llevando información a las personas, para que se enteren de lo que en verdad está ocurriendo; tanto aquí, como en otros estados. Por ejemplo, cuando pasó lo de Duarte, de reporteros: también, una semana completa difundiendo la información porque no salía en la televisión. Las redes nos ayudan mucho a eso, es en donde podemos explayarnos difundiendo nuestras propias notas, los volantes donde difundimos lo que en verdad está pasando. (Claudia, Célula #132SanLuisPotosí)

Los jóvenes que estuvieron a cargo de la comisión de medios del movimiento #YoSoy132 jugaron un papel clave para la organización de actividades y convocatorias, para la difusión en las redes y dar visibilidad en los entornos digitales al movimiento, al respecto uno de los actores clave, César Ruíz refiere lo siguiente.

Tengo 29 años, o sea que todavía soy joven de acuerdo a la UNESCO, estudie carreras simultaneas estudie Ciencias Políticas en la UAM Iztapalapa y aquí en la UNAM Estudios Latinos Americanos que es una Licenciatura disciplinaria bastante interesante, que está en la Facultad de Filosofía y Letras, fundamentalmente me dedico al periodismo aunque estudie otras cosas y el cambio de rumbo de mi profesión tiene que ver con los eventos del 2012 sobre todo del 132 y que yo pertencí, dentro del movimiento, a la parte más vinculada al tema de comunicación que era el mesa de medios, que nos dedicábamos a desarrollar uno de los principales planteamientos centrales del movimiento, que era la democratización del sistema de medios.

Este movimiento 132 fue el primero que organizó un debate organizado (SIC) por la sociedad civil, fue el primero que puso en la mesa de discusión un ley que el mismo movimiento escribió que fue la ley Telecom del #YoSoy 132. Sí lo buscas hay una ley que nosotros redactamos, tiene muchos errores pero en ese momento era bastante buena y propusimos un documento de exigencias mínimas entre los puntos para democratización al país en tema de medios. Eventualmente cada quien tomo su curso pero la mesa de medios si fue crucial para darle contenido a la democratización de los medios porque en el argumento que nos daban era “Cómo van a democratizar a Televisa”, la salida que encontramos tiene que ver más con un sistema de medios democráticos que fluya a medios privados como Televisa que se organicen medios públicos y medios sociales y esa es la esencia, muy retomada del caso argentino de sistemas de medios más democráticos. (César, activista del #YoSoy132)

Como podemos ver en los testimonios de los dos jóvenes activistas (César y Claudia) del movimiento #YoSoy132 el discurso sobre la democratización de los medios tiene distintas concepciones, para Claudia (recordemos que es más joven, está en San Luis Potosí y estudia arquitectura) es importante dar a conocer información que no sale en los medios empresariales o privados, para ella es importante que la gente se entere de la verdad en ámbitos locales y nacionales y para ello su colectivo emplea las redes sociales digitales como el Facebook, su concepción es más empírica a partir de su propia experiencia como parte de una audiencia mediática.

Por su parte César tiene una formación en ciencias sociales, es de mayor edad y estaba en la Ciudad de México en donde surgió el movimiento, que más adelante se propagó en otras partes del país y su concepción sobre la democracia de los medios está más vinculada a conceptos como derechos, ley de medios, sistemas, medios públicos, medios privados y sistema de medios democráticos; es evidente que su formación universitaria es un factor clave en esta concepción de los medios y su democratización, sumado por supuesto a su experiencia como parte de la audiencia mediática de televisoras como Televisa.

Ambos jóvenes han desarrollado habilidades críticas frente a los medios, cuestionan la información, saben que no se maneja la verdad, no hay imparcialidad y hay engaño en la

información y reconocen como algo clave el hecho de que la gente esté bien informada y enterada de lo que sucede en su entorno local y a nivel nacional, ambos coinciden en la necesidad de hacer visibles los problemas, las demandas y propuestas de los colectivos pero también es importante tener medios más plurales.

A casi seis años del movimiento #YoSoy132 han acontecido varias cosas en relación con los medios de comunicación en nuestro país, en junio de 2013 Peña Nieto presentó la reforma constitucional en materia de medios, misma que se aprobó por consenso en las cámaras, dicha legislación debía haberse aprobado en diciembre del mismo año para reglamentar, aprobar las Leyes Secundarias, sin embargo, el proceso se pospuso al menos en tres ocasiones debido a desacuerdos entre las fuerzas políticas. A diferencia de la reforma constitucional que se aprobó por consenso, estas leyes quedaron avaladas por mayoría y causaron constantes tensiones entre las bancadas; el resultado final de esta reforma no fue del todo satisfactoria para los ciudadanos, lo que parecía una reforma clave para la democratización de los medios al final se diluyó con una serie de leyes secundarias y reglas de operación que siguen beneficiando en mayor medida a las grandes empresas mediáticas y dejan desprotegidos a los medios públicos, evidentemente se han generado críticas y nuevamente movilizaciones que exigen, demandan la democratización de los medios, tal como lo han hecho los jóvenes del movimiento del #YoSoy132.

Mientras el escenario de medios privados sigue igual que en sexenios anteriores, se han gestado ciertos cambios derivados de la inserción de las tecnologías digitales que han dado como fruto la aparición de medios que podemos llamar alternativos digitales, no necesariamente todos derivados de los movimientos sociales, pero sí como resultado de esas prácticas de exclusión y control de la libertad de información que son la constante en los medios comerciales. Ejemplo de lo anterior es el caso de la periodista Carmen Aristegui quien fue despedida de MVS Radio y creó un espacio en Internet, un noticiero que justo este mes de enero de 2018 cumple un año de emisiones.

La visibilidad, qué dicen y cómo lo dicen. Colectivos estudiantiles.

Thompson define el poder simbólico de los medios como “la capacidad de intervenir en el curso de eventos, influenciar acciones de otros y crear acontecimientos mediante la producción y transmisión de formas simbólicas” (1998, p.16)

La visibilidad mediada o nueva visibilidad es una forma de poder simbólico, pues configura la percepción de la realidad para la gente, el mismo autor menciona que el conocimiento del mundo está *mass* mediado, mientras que lo invisible será retratado como no existente y por lo tanto sin influencia. Para los movimientos sociales la visibilidad es clave y los jóvenes activistas han desarrollado estrategias de comunicación y difusión que les permiten hacerse visibles y por lo tanto lograr hacer visibles los agravios, las demandas, las propuestas de sus colectivos y organizaciones.

Para los movimientos sociales la visibilidad es clave y en este trabajo se entiende en dos sentidos:

1. Las tecnologías digitales le dan visibilidad a grupos sociales marginales, sus problemas y conflictos; es una realidad que gracias a la existencia de esos entornos como las redes sociales: *Facebook, You Tube, Blogs* y otros que son “libres”, “gratuitos” y sin “censura” (aunque ya sabemos que eso no es real, pero los jóvenes activistas no reparan en ello, lo que perciben es la facilidad de uso que dichos entornos les ofrecen) pueden dar voz a distintos actores y sujetos, dar espacio a sus propias voces.

Jonás, pasante de la Licenciatura en Psicología, integrante de “Libre Soy. El poder de nuestra voz” colectivo que atiende problemáticas de diversidad sexual y homosexualidad en la ciudad de Puebla, nos dice lo siguiente en relación con las redes sociodigitales y los medios:

Esta onda de la tecnología tiene sus pro y sus contras nos ayuda mucho a difundir y visibilizar problemáticas pero al mismo tiempo nos genera mucho problema justamente por esa visibilidad nos empiezan a identificar a gente que participa en distintos colectivos y movimientos . Algo que hemos platicado sobre las noticias por ejemplo es que los medios de comunicación generalmente comparten y publican lo que quieren lo que les conviene como de que mensaje quieran dar y muchas veces la información que vemos en las redes es como de ese sentido amarillistas de sin perspectiva de género muy discriminador sobre el tema de los servicios principalmente de temas de odio y pues la información que dan es otra o simplemente no la dan la ocultan justo porque no es conveniente para el gobierno en gestión de ahí que de repente tratamos de incidir en impulsar nuestros temas o noticias desde Facebook pero cuando tratamos de insistir con la

atención a mujeres que no se les está dando seguimiento y calidad del estado o cuando nos están dando los medicamentos de forma oportuna en el seguro social para los del VIH ahí lo que hacemos es publicarlo en twitter, etiquetar a las instancias o a personas responsables empezamos a retwittear y así es como vamos teniendo un poco de respuesta por la autoridades y lo que piden justo es que no se les visualice eso es lo que hacen desde los medios de comunicación ahora lo que se hace es por medio del abogado de la organización que dan una respuesta lo más pronto posible para que no se visibilice que no están haciendo por medios de comunicación que no hacen bien su chamba o algo está pasando y se trata de resolverlo más pronto. (Jonás, activista de Libre Soy. El poder de nuestra voz)

2.- Por otro lado están los medios de comunicación tradicionales, la visibilidad que obtienen los movimientos sociales en el momento en que aparecen en ellos es importante pues saben que si se les menciona existen y pueden tener cierto poder e influencia , pero si no, simplemente se hacen invisibles y desaparecen.

Como ejemplo de lo anterior, los activistas nos señalan lo siguiente:

En México todavía estamos luchando mucho por lo que es la visibilidad, yo lo que busco en las cosas que comparto es sobre todo para la construcción de la identidad de las personas bisexuales, es decir como reconocermes y como cuidar el estigma de ser o vivir como una persona transexual; que desmitifican imágenes que tengan una cierta positividad hacia decir que eres una persona bisexual algo que no tenga el estigma.”(Alba, activista del Colectivo Bisibles)

De acuerdo con Rovira (2017) el trabajo de Stephen Wray sobre el activismo político en Internet, es uno de los trabajos clave para comprender los usos de la Red como canal de comunicación y como espacio para la disrupción, Wray habla de cinco modalidades:

- 1) El activismo informático, que no es más que el uso de Internet, como medio de comunicación entre activistas, más allá de las fronteras o limitantes geográficas

- 2) La “infoguerra” de base, que es un uso intensivo de Internet para comunicarse y actuar como una fuerza común a nivel transnacional, haciendo de la información la principal arma de la lucha
- 3) La desobediencia civil electrónica, que recurre a la tradición de acción directa, pacífica y la desobediencia civil tomando prestadas las tácticas de infiltración y bloqueo de estos movimientos anteriores y aplicándolos de forma experimental a Internet
- 4) El “hackactivismo” (mezcla de hacker y activista como táctica para acceder y alterar los sitios de la red, romper las barreras que impiden el acceso a la información
- 5) La resistencia a la guerra: la posibilidad de impedir un acontecimiento bélico desde la manipulación informática (Wray citado en Rovira, 2017 p. 119-120)

De acuerdo con Candon (2011) en Internet, los actores con escasos recursos como los movimientos están en principio en igualdad de condiciones que los actores poderosos para crear medios de comunicación afines a sus intereses. No quiere decir esto que la igualdad sea completa ya que existen costes de personal, servidores, software, producción , pero si permite a los movimientos disponer de una posibilidad muy superior a la que existe en los medios tradicionales (Candon, 2011, p. 249)

Alma, pasante de la carrera de Lenguas Modernas, integrante del colectivo “Vida Plena. No dejarse es incluirse A.C.” de la ciudad de Puebla, que tiene entre sus objetivos fortalecer la sensibilización, educación, fortalecimiento y difusión de los Derechos Humanos que contribuyan a la erradicación de la homofobia, la discriminación por orientación o preferencia sexual y/o por VIH/sida, para elevar el bienestar y la calidad de vida en las poblaciones de hombres gay, hombres que tienen sexo con hombres y sujetos que forman parte de la comunidad LGBTTTI, nos señala lo siguiente al respecto:

Para darle mayor visualización (sic) al trabajo del colectivo. Sabemos la situación precaria en la que trabajamos, pocos recursos humanos y materiales con quienes contamos; pero quienes llevamos la parte operativa (por situaciones de vida las otras dos no pueden estar de tiempo completo). Decidimos usar las redes porque muchas chicas viven en el closet,

muchas de ellas trabajan toda la semana; ¿Cuándo tienen tiempo de ver noticias y demás, decidimos que era una buena forma para llegar a las chicas de manera presencial para que supieran de nuestros eventos. Y decidimos crear espacios para mujeres no heterosexuales, porque vimos que había espacios para hombres homosexuales, hombres trans, pero no había espacios para mujeres no heterosexuales (Alma, activista del Colectivo Vida Plena)

Siguiendo con las propuestas y análisis de Candon (2011) uno de los usos de la Red por parte de muchos colectivos sigue siendo muy tradicional de publicación y convocatoria, quedando en el primer nivel de la propuesta de Wray que señala que el uso de los recursos digitales es muy instrumental y similar al uso de otros recursos.

Es evidente que para hacer uso de los entornos digitales es necesario contar con ciertas habilidades digitales que les permitan generar los contenidos haciendo uso de las herramientas que los mismos entornos digitales les facilitan y aprovechando todas las ventajas de la convergencia digital, eso es clave pero también es importante (como siempre) tener definido qué es lo que quieren decir, tener claros los propósitos y objetivos de sus mensajes.

Pero no todo tiene que ver con habilidades digitales o al menos no se trata de que un solo sujeto tenga todas las habilidades, los jóvenes tratan de distribuir tareas y asignarlas a aquellos que han desarrollado más distintas habilidades comunicativas y manejo de medios, eso nos señala Atzelbi, una joven estudiante de Filosofía y participante activa del Comité Estudiantil Metropolitano (CEM)

Por mis habilidades y por la cosa (correctora de estilo) a la que me dedico, pues es natural que buena parte de mis responsabilidades sean el escribir y sintetizar acuerdos, sintetizar demandas, entonces sí, buena parte de las cosas que se publican, sobre todo, las que no son como comentarios y las que son convocatorias nuestras pasan porque alguien me escribe: “Oye Atzelbi, rífatelo un textito para subir con el cartel, rífatelo un textito para subir con el gift o escribí esto, revísalo porque ya lo voy a subir, etcétera”. Ese es mi rol.

Para la parte visual, hay otros compañeros que se encargan de eso y ahí mi parte y la de todos los demás, pero mía también que soy muy crítica, pues es decirle aquí súbele, esto se ve muy chiquito, esto se ve muy grande. Además, insisto, es por lo que me dedico

a la vida de trabajo y también ahí aprendo cosas, pero el mensaje político que está mandando con la imagen, pues si nos toca a todos pedir correcciones, señalar, pero no es mi tarea hacerlo porque además soy pésima. (Atzelbi, estudiante de filosofía, activista del CEM)

Por otro lado la decisión sobre los contenidos que se comparten en las redes sociales digitales también implican un trabajo de organización que se ha modificado en algunos colectivos, tradicionalmente se organizan comisiones que llevan el trabajo de comunicación y difusión y hay sesiones de asambleas y comisiones, esto no necesariamente ha cambiado en todos los casos, pero si se han integrado nuevas prácticas comunicativas que han agilizado el trabajo en ese sentido, todo depende de la organización y estrategia de los colectivos, de nuevo Atzelbi nos comenta sobre la organización del trabajo en el CEM.

Tenemos distintos mecanismos de comunicación. Tenemos una reunión semanal en donde nos reunimos todos para hacer discusiones, balances, planes de trabajo o definiciones de alianzas con algunas organizaciones. Toda la vida política se decide en las reuniones, pero sí hemos utilizado como herramienta para la comunicación sobre todo la más urgente el Whatsapp y el Facebook.

Algunas cosas si están en Facebook, pues las pones en el grupo de Facebook y etiquetas a quien ya sabes que es el responsable, le dices sube esto, si son imágenes sobre todo, quien las está haciendo la sube primero a nuestro grupo secreto, para que revisemos y todos opinamos y ya luego se suben. A veces es por el Whatsapp o a veces estamos en la reunión está la computadora y ahí mismo le dices. (Atzelbi, activista del CEM)

Acerca del uso de entornos digitales hay colectivos que han pasado del uso de redes sociales digitales a la creación de medios nativos digitales que justamente buscan mostrar otros enfoques informativos distintos a los medios de comunicación , y entramos al terreno de la llamada comunicación alternativa, Rovira señala lo siguiente:

Los movimientos y los colectivos activistas conciben sus propios medios de comunicación como un espacio necesario contra las ideas hegemónicas. Nancy Fraser habla de

“contrapúblicos subalternos” para referirse a estos espacios discursivos paralelos donde fluyen contra-discursos de los grupos sociales subordinados (Rovira, 2017: 86)

Uno de los ejemplos de estos medios de los movimientos sociales es Tercera Vía, un periódico digital formado por jóvenes universitarios activistas que participaron en el movimiento #YoSoy132, uno de sus fundadores nos dice lo siguiente:

Tercera Vía es un medio digital, que se encarga con perspectiva de género, de difundir temas que le gustan a la juventudes, como movimientos sociales, como temas de género, como lo que no te cuentan otros medios en general, que es mucho más local, iniciativas locales, la idea central es todo eso traducirlo a contenidos que sean fácilmente movilizables (SIC), por eso hacemos frecuentemente gifts, imágenes, de hecho eso es lo que nos ha resultado, un gift no da más resultado que un artículo convencional con sus límites, con su lógica, todo esto es lo que nos ha dado mucho más empuje estamos por llegar a los cien mil seguidores que para nosotros está muy bien, para lo que somos. (Cesar, activista de #YoSoy132 y fundador de Tercera Vía)

Finalmente podemos decir que las investigaciones acerca del uso de las tecnologías digitales, los entornos de la Red y las redes sociodigitales son necesarias para seguir abonando al campo de estudio de los movimientos sociales y sobre todo para dar voz a los actores que participan en ellos, saber cómo se organizan, que piensan y como generan acciones a partir de los recursos tecnológicos es un elemento clave para comprender los movimientos sociales en la actualidad. Cada colectivo, grupo y organización de los movimientos sociales tienen miradas distintas sobre las tecnologías digitales y van adecuando su uso a las necesidades que ellos tienen y eso es justamente lo que hay que visibilizar para aprender cada vez más sobre ellos.

Son muchas las vertientes de investigación que se van generando y ese es un reto que los interesados en el tema, tanto académicos como activistas, no debemos perder de vista pues los cambios en las dinámicas de las movilizaciones sociales y el uso de las tecnologías digitales son permanentes.

Referencias

- Candon, José., (2011) *Internet en Movimiento: Nuevos Movimientos Sociales y Nuevos Medios en la Sociedad de la Información*. Tesis Doctoral. España, Universidad Complutense de Madrid
- Dabas, Elina (2001) *Redes sociales digitales: Niveles de abordaje en la intervención y organización en red*, consultado en www.santafe.gov.ar el 15 de diciembre de 2017.
- García, Sergio (2017) *Reconfiguración del espacio público y movimientos tecnopolíticos en Latinoamérica. Comparación del #Yo Soy 132 y el movimiento estudiantil chileno*. Tesis Doctoral, México. UNAM
- Huertas, Amparo. (2002) *La audiencia investigada*. Barcelona. Gedisa
- Meneses, María, (2015) *Ciberutopías. Democracia, redes sociales, movimientos-red*, D.F., México. Porrúa-ITESM.
- Orozco, Guillermo., (2011) *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México, Tintable.
- Rovira, Guiomar. (2017) *Activismo en red y multitudes coenctadas. Comunicación y acción en la era de Internet*. D.F., México. UAM-Icaria
- Thomson, Jhon., (1993) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. D.F. México. UAM
- Thomson, Jhon., (1998) *Los media y la modernidad*. Barcelona. Paidós

Notas _____

¹ Thompson emplea el concepto de formas simbólicas para referirse a fenómenos significativos, que van desde las acciones, gestos y rituales, hasta los enunciados, los textos, los programas de televisión y las obras de arte (1993, p. 152)