

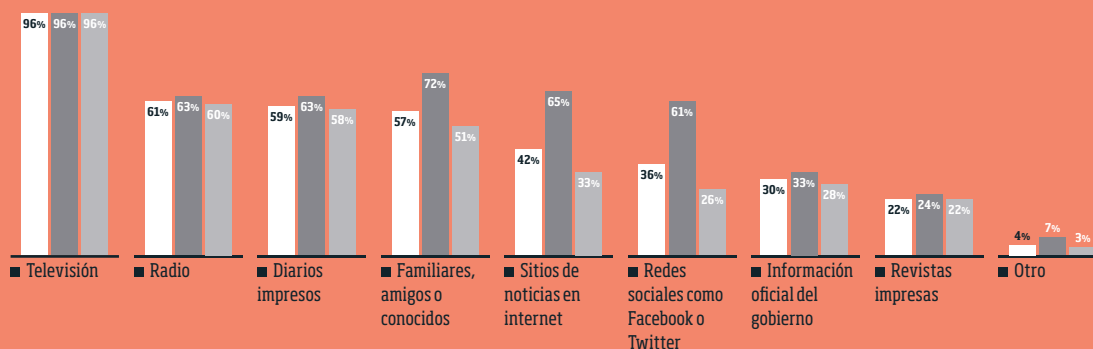
2

Uso de redes sociales y movilizaciones juveniles



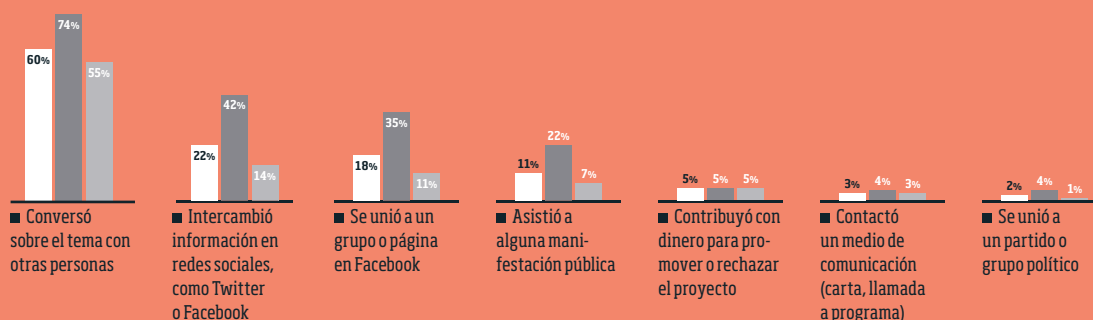
¿A través de cuáles de los siguientes medios se ha informado usted acerca del debate sobre el proyecto Hidroaysén?

(Sólo quienes responden afirmativamente; base: sólo quienes han oído hablar del proyecto; n=1.505)

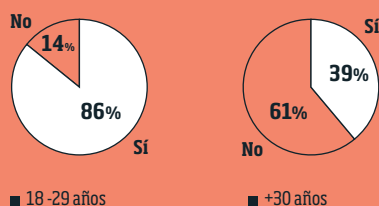


En relación con el debate sobre el proyecto Hidroaysén, ¿usted...?

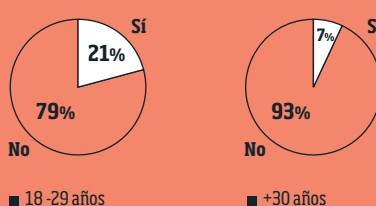
(Sólo quienes responden afirmativamente; base: sólo quienes han oído hablar del proyecto; n=1.505)



¿Actualmente está o no está registrado en Facebook?



¿Tiene o no tiene una cuenta de Twitter actualmente?



Generación movilizada

FELIPE HEUSSER

Presidente Ejecutivo de la Fundación Ciudadano Inteligente

El 2011 quedó en la retina de todos por la idea de una generación movilizada, que tanto en las calles como en internet fue capaz de vencer el status-quo y desafiar a los sistemas de educación y mercado, e incluso al régimen político. Esta generación ganó portadas en los diarios, personajes del año, canciones dedicadas, videos y entrevistas en televisión. Pero más allá de esto, la generación movilizada pinceló las primeras líneas de un cuadro alternativo y crítico a las democracias poco participativas y transparentes, a las débiles políticas para proteger el medio ambiente, al lucro exacerbado, a la creciente desigualdad económica y a la falta de integración y armonía social. La idea de una generación movilizada sedujo a las masas, pero más allá del embrujo, ¿existe realmente tal generación? ¿Qué tan distinta es de la generación de tribus urbanas y adictas a la tecnología y medios sociales que comúnmente se nos presenta en los medios de comunicación? El estudio de participación juvenil de la Universidad Diego Portales nos entrega algunas pistas interesantes para comprender el comportamiento de una generación diversa, disruptiva y difícil de clasificar. Los bajísimos niveles de confianza en las instituciones políticas contrastan con la altísima valoración de la cultura pop, y la confianza depositada en los medios de comunicación social. Esta generación le cree a la tele, a la radio, y crecientemente al contenido que se comparte en

internet y las redes sociales. No es de extrañar que las estadísticas de participación física de los jóvenes en algún tema de interés público aumenten dramáticamente si éstas incluyen al terreno digital. Son cada vez más los jóvenes que están dispuestos a manifestar su opinión, escribirla y compartirla a través de las redes sociales, aún cuando éstas no tienen impacto frente a la autoridad. Gran parte de la generación movilizada no vota ni le interesaría hacerlo, no simpatiza con ningún partido político y sin embargo es profundamente política, posee discurso, pero se mueve en aguas poco tradicionales que no permiten su clasificación bajo los moldes tradicionales de participación política. Es una generación que se moviliza a destiempo y sin coordinaciones jerárquicas. La desconfianza en las instituciones públicas la invita a crear sus propias instituciones, clanes o cofradías, y desde ellas se relacionan con "lo público", siendo internet la clave de organización, incidencia y comunicación social. La idea de una generación des-ideologizada es incorrecta. Su agenda está cruzada por un componente de libertad más intenso que el que caracterizó a generaciones anteriores. Como generación nacida en democracia, el clamor liberal va mucho más allá del terreno político, e incluye el plano de las libertades sociales e individuales, que de algún modo intentan refundar los comportamientos conservadores de una sociedad

chilena que no permite cualquier forma de pensar o vestir. La generación movilizada desafía nuestros contratos sociales, las políticas acordadas por otros gobiernos, y a muchos preocupa que lo hagan "desde afuera". Es de vital importancia para la clase política y organizaciones de la sociedad civil enfocar la vista y afinar el oído para integrar la cosmovisión que acompaña a la generación movilizada. Intentar leerla con cánones tradicionales será infructuoso y sólo conducirá a interpretaciones equívocas y estereotipos de héroes idealistas o villanos individualistas. La generación movilizada que sale a las calles y postea su opinión en redes sociales es la misma que se agrupa en clanes o proyectos de interés común. Es la misma que llena conciertos, que sueña con llegar a la televisión y que es celosa de su libertad de decir, hacer y vestir. Es también la generación tecnológicamente nativa, que consume y vive en los medios a los que deposita buena parte de su confianza. Abandonar los estereotipos tradicionales que buscaban clasificar a los jóvenes bajo patrones añejos, e incorporar más cotidianamente el uso de las tecnologías de la información para interactuar en un hábitat que les es nativo, será vital para las pretensiones de políticos, instituciones públicas y ONG de seducir y, al mismo tiempo, dejarse seducir por los códigos de la generación movilizada. 📶

La protesta en la era de Facebook: Manifestaciones juveniles y uso de redes sociales en Chile 2009-2011

SEBASTIÁN VALENZUELA

Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile

Introducción

Lamentar la falta de participación y compromiso político de la juventud chilena se hizo un lugar común en los análisis electorales de los últimos 20 años. Las cifras, al menos, son contundentes. En la primera vuelta de los comicios presidenciales de 2009 –por poner un ejemplo– sólo el 21% de la población entre 18 y 29 años estaba inscrita para votar (Instituto Nacional de la Juventud, 2010). Pero, tal como lo dejaron en claro las movilizaciones estudiantiles de 2011, la abstención electoral no es sinónimo de abstención política. Es más, los escolares y universitarios no necesitaron votar para conseguir dominar la agenda política; bastó que se organizaran, condujeran marchas callejeras y se tomaran varios planteles educacionales. El “gigante dormido” parecía que finalmente comenzaba a despertar.

Quienes dudan de la masividad de las protestas juveniles sólo tienen que ver los resultados de la Encuesta Jóvenes, Participación y Consumo de Medios 2011, que indican que el 33% de los jóvenes de Santiago, Concepción y Valparaíso entre 18 y 29 años asistió a una marcha o manifestación pública vinculada al conflicto estudiantil. A modo de comparación, esto duplica el porcentaje de jóvenes que participó en una manifestación callejera en 2009. Y si de motivación se trata, más del 80% de ellos conversó del conflicto estudiantil con otras personas, lo que contrasta notoriamente con el interés por la participación política convencional. Por ejemplo, menos de la mitad de estos jóvenes se manifestó dispuesto a votar en las presidenciales de 2013.

Estos datos son consistentes con una hipótesis central de este capítulo, que tiene que ver con las diferentes maneras de entender y ejercer la ciudadanía que evidencian las generaciones más jóvenes respecto de las generaciones

mayores. La preferencia de los jóvenes por la protesta y la participación no convencional son síntomas de un fenómeno más amplio, en el que la participación motivada por el deber cívico es reemplazada crecientemente por la participación motivada por metas de autorrealización personal y colectiva. Como se verá, parte importante de este nuevo tipo de compromiso político transcurre en las redes sociales online, que han creado y facilitado nuevas formas de comunicación y organización colectiva. Puesto de otra forma, puede que los jóvenes estén desconectados de los ámbitos políticos tradicionales, como elecciones y partidos políticos, pero están conectados con la esfera pública, y lo están en parte gracias al uso que hacen de Facebook, YouTube y otras plataformas sociales.

Para explorar estas ideas, el presente capítulo se ordena de la siguiente forma. Primero expondré el nuevo concepto de ciudadanía que manifiestan los ciudadanos más jóvenes. Luego examinaré el rol que ocupan las redes sociales online en el ejercicio político de este segmento, como una forma de vincular el uso de nuevas tecnologías comunicativas con la participación política. Para ilustrar estas tendencias de forma empírica, usaré los datos de las tres encuestas “Jóvenes, Participación y Consumo de Medios” realizadas en 2009, 2010 y 2011 por la Escuela de Periodismo UDP y Feedback. En la última sección planteo algunas conclusiones generales sobre la relación entre redes sociales online y movilización juvenil.

Del deber cívico a la autorrealización política

Cuando expertos y autoridades lamentan la baja participación juvenil en los procesos electorales, suelen tener en mente un modelo específico del “buen ciudadano”. Concurrir a votar,

estar informado de los asuntos de gobierno por los medios de comunicación y participar en partidos políticos, sindicatos u otro tipo de organizaciones intermedias que buscan el bienestar común son algunas de las manifestaciones más evidentes de este estilo de ciudadanía (Dalton, 2008). Sin embargo, es precisamente el paradigma del “deber cívico” el que refleja cada vez menos a la juventud chilena. Por ejemplo, menos de la mitad de los encuestados por el Instituto Nacional de la Juventud (2009) dijo que ser ciudadano significaba “cumplir con las leyes del país”. Algo similar ocurre en otros países occidentales, como lo reflejan estudios previos (e.g., Bennett, 2008; Dalton, 2008). Además, hay evidencia sólida que indica la existencia de una profunda desconfianza en las formas más institucionalizadas de participación política y en la información de los medios y el gobierno por parte de los jóvenes (Hughes & Guerrero, 2009; Martínez, Silva, & Hernández, 2010; Norris, 1999). El sentido de deber cívico es menor, optándose por la autorrealización de metas individuales. En vez de votar, los jóvenes han encontrado nuevas formas de expresión y protesta pública, tales como:

- El consumo de bienes y servicios con motivaciones políticas y sociales (por ejemplo, boicotear ciertas marcas, comprar productos ecológicos, etc.);
- La participación en actividades voluntarias o de corte netamente social (por ejemplo, trabajos comunitarios, grupos ambientalistas, participación en grupos de superación de la pobreza, etc.);
- Mayor identificación con movimientos político-culturales internacionales, tales como Greenpeace, Amnistía Internacional y otros.

Quizá el rasgo más distintivo de este nuevo tipo de ciudadano autorrealizado es su involucramiento en redes de acción comunitaria y local, basadas en contactos personales (amistades) y promovidas por tecnologías interactivas, tales como las redes sociales online (Park, Kee, & Valenzuela, 2009; Raynes-Goldie & Walker, 2008; Valenzuela, Park, & Kee, 2009). Un reciente informe sobre la juventud iberoamericana reflejó este nuevo sentir ciudadano:

“[Para los jóvenes] el espacio de referencia no [es] la nación ni el Estado-nación, sino el vínculo más directo entre espacios locales y movilizaciones

globales. No aspiran allí a ver cumplidas reivindicaciones materiales (empleo, ingresos) o de poder (cuotas en partidos, representación parlamentaria), sino que se movilizan por causas más genéricas y universalmente compartibles, como la paz mundial, los derechos humanos, la justicia, la defensa del medio ambiente, y otras” (CEPAL & OIJ, 2007, p. 273).

Evidentemente, dependiendo del modelo de ciudadanía que se use para entender el compromiso de los jóvenes con los asuntos públicos, se llegará a conclusiones radicalmente diferentes sobre los niveles de participación política juvenil. Usando el paradigma del “deber cívico”, los nuevos ciudadanos poco y nada aportan al sistema democrático y, por tanto, ponen en jaque la salud de las democracias americanas. Usando el modelo de “autorrealización”, en cambio, los jóvenes ciudadanos usan nuevas formas para conectarse con el quehacer público y político. En consecuencia, la incapacidad de los gobiernos para atender sus demandas explicaría su falta de confianza en autoridades, partidos políticos y otras instituciones democráticas tradicionales.

A mi juicio, este segundo modelo es el más apropiado para caracterizar a las nuevas generaciones de ciudadanos chilenos. Primero, porque es menos reduccionista que el modelo de deber cívico. Considera no sólo el activismo netamente político como una forma válida de ejercer la ciudadanía, sino otras formas, tales como la participación en organizaciones sociales agrupadas en torno a asuntos de interés común. En segundo lugar, parece más coherente con el mayor uso de las tecnologías interactivas y las redes virtuales por parte de los jóvenes. A pesar de las brechas digitales y socioeconómicas, tanto en Chile como en otros países occidentales los jóvenes han logrado organizarse colectivamente utilizando internet y telefonía móvil (CEPAL & OIJ, 2007; Rojas & Pérez, 2009). El movimiento de los indignados, Occupy Wall Street, la movilización de los estudiantes secundarios en Chile en 2006, las marchas en contra del proyecto HidroAysén y las protestas de los universitarios en 2011 son sólo algunos ejemplos de concertación colectiva en los que las nuevas tecnologías digitales han tenido un rol importante. Por ello, es clave tener un mejor conocimiento de qué aspectos de las nuevas plataformas sociales son las que con-

tribuyen a que los jóvenes ejerzan este nuevo tipo de ciudadanía.

Internet y participación juvenil: revisión de la literatura

Internet es un blanco en movimiento, en el sentido de que su rápida masificación y su continua evolución tecnológica obligan a quien investiga sus efectos en la participación política a cuestionar constantemente la validez de los estudios empíricos sobre el tema. No sorprende, entonces, que la literatura sobre el impacto de internet en la esfera política y cívica sea relativamente contradictoria. Para algunos, los *ciberoptimistas*, internet disminuye los costos de comunicación, asociación y participación; en consecuencia, los medios interactivos pueden contribuir a movilizar a la juventud política y cívicamente (Rheingold, 2000). Para otros, los *ciberpesimistas*, el uso de internet desplaza actividades necesarias para la participación política, tales como el involucramiento en organizaciones de base y la pertenencia a grupos cívicos, deportivos, vecinales y de otra índole (Nie, 2001).

El debate entre optimistas y pesimistas está lejos de extinguirse, en parte porque hay evidencia empírica que apoya ambas visiones. Nie (2001) encontró que los usuarios de internet tienen menos interacciones cara a cara. En un estudio longitudinal, Kraut y su equipo (1998) encontraron que el uso frecuente de internet estaba relacionado con mayor alienación social. Por otra parte, las discusiones políticas online suelen derivar en intercambios agresivos y ataques personales, sobre todo cuando los comentaristas son anónimos (Hill & Hughes, 1998). Además, el tráfico de los sitios web de los organismos gubernamentales, medios de comunicación y asuntos públicos en general es relativamente bajo comparado con el tráfico de sitios de entretenimiento (Hindman, 2009).

No obstante, hay amplia evidencia que sugiere que internet es una herramienta positiva para la promoción de la participación política. Una idea central de la teoría de la elección racional (Downs, 1957) es que para poder comprometerse activamente con la política se necesitan recursos, tales como tiempo, dinero y habilidades cognitivas. Por lo tanto, cualquier herramienta que reduzca estos costos aumentará la probabilidad de participar en política. Internet es parte de estas herramientas por

que hace más fácil para los ciudadanos obtener y compartir información, sin limitaciones geográficas o de horario. Por ejemplo, usando una encuesta representativa del electorado estadounidense, Kenski y Stroud (2006) encontraron que tener acceso a internet y consumir información sobre la campaña presidencial del año 2000 entre George W. Bush y Al Gore estaba correlacionado con mayor eficacia política y participación, incluso después de tomar en cuenta variables socio-demográficas, identificación política, interés en la campaña y consumo de medios tradicionales. En Chile la situación es similar, al menos en el segmento juvenil, donde se ha visto que el consumo de información online y Facebook es predictivo de un mayor compromiso político (Scherman & Arriagada, 2010).

Incluso, algunos autores han promocionado el potencial de internet para atraer a personas que normalmente están marginadas del activismo político tradicional, como las mujeres y los jóvenes (Best & Krueger, 2005). Esto significa que los servicios de internet pueden beneficiar a segmentos de la población que tradicionalmente están marginados del proceso político, dándoles una voz e identidad que les permite organizarse colectivamente. De ser así, los medios digitales y el uso de internet en general pueden ayudar a cerrar las brechas en el ejercicio político de la ciudadanía.

Es muy probable que la realidad sea más matizada de lo que los pesimistas y optimistas de internet sugieren. Esta tercera vía de los efectos de internet en la participación pública sugiere que el impacto de las tecnologías digitales está condicionado por las características sociales y psicológicas de los usuarios (Bimber, 2001, 2003), así como por la forma específica en que se usa internet (Kwak, Shah, & Holbert, 2004; Shah, Kwak, & Holbert, 2001). Puesto de otra forma, internet puede incrementar el activismo político principalmente entre aquellas personas que tienen una predisposición psicológica y material para participar más activamente. Por ejemplo, Xenos y Moy (2007) encontraron que en las elecciones estadounidenses del año 2000 el interés político moderó los efectos del uso de internet sobre la participación política; la asociación entre medios digitales y mayor activismo fue notoria únicamente entre las personas con mayor

Las preferencias de los jóvenes por la protesta y la participación no convencional son síntoma de un fenómeno más amplio, en el que la participación motivada por el deber cívico es reemplazada crecientemente por la participación motivada por metas de autorrealización personal y colectiva.



interés en la elección. Para los que tenían poco o ningún interés en la política, el uso de la Web no tuvo ningún efecto visible en la cantidad de actos participativos (por ejemplo, votar, atender mítines políticos, etc.).

La forma específica en que la gente usa los medios digitales también es importante (Kwak, Shah, & Holbert, 2004; Shah, Cho, Eveland, & Kwak, 2005; Shah, Kwak, & Holbert, 2001). Cuando los investigadores miden el uso de internet como tiempo destinado a su uso o frecuencia de uso, hacen caso omiso de las múltiples audiencias, motivaciones y experiencias que el medio posibilita y tienden, en general, a encontrar un efecto negativo en la participación de los individuos (Nie & Hillygus, 2002).

Por el contrario, cuando los investigadores reconocen los diferentes usos de internet (por ejemplo, informativo versus recreativo), tienden a encontrar una relación positiva entre ciertos motivos para usar internet y mayor participación política (Park, Kee, & Valenzuela, 2009; Raacke & Bonds-Raacke, 2008). En general, el uso de los nuevos medios relacionados con la adquisición de información y construcción de comunidad (por ejemplo, noticias en línea, blogs políticos y comunidades virtuales) se asocia positivamente con la participación política. Por el contrario, los patrones de uso relacionados con el entretenimiento y la distracción (por ejemplo, juegos y películas en línea) se asocian negativamente con activismo (Norris & Jones, 1998). Por lo tanto, no es la tecnología *per se* lo que puede afectar a los ciudadanos, sino las formas específicas en que los individuos utilizan la tecnología.

Esto explica por qué las actividades en línea pueden aumentar el activismo político de ciertos usuarios al mismo tiempo que reducir el ac-

tivismo de otros usuarios. Cuando los jóvenes pasan tiempo en internet que de otra manera podrían usar para socializar y conocer otras personas, es probable que su participación política disminuya. Pero si el tiempo en la Web desplaza actividades como ver *reality shows* en televisión, el efecto neto de internet podría ser positivo. Este cuerpo de la literatura sugiere que un factor central en la mediación de los efectos de internet sobre la participación y el capital social está relacionado con el uso de internet para asuntos públicos, tales como campañas de información, noticias y mensajería interactiva política.

Redes sociales y movilizaciones: el caso chileno

Entre los servicios de internet, las plataformas sociales (léase Facebook, Twitter y YouTube, por nombrar algunas) son los servicios que más crecimiento y controversia han generado en los últimos años. Según datos de comScore, tres de cada cuatro usuarios de internet del mundo visitan las redes sociales. En Chile, la proporción es aún mayor: 94% de los chilenos en internet (esto es, 6,8 millones de personas) están en las redes sociales. La penetración de las redes en el segmento de 18 a 29 años es igualmente fuerte. Según las encuestas de Periodismo UDP y Feedback, el tiempo promedio que diariamente pasan los jóvenes usando redes sociales online aumentó de 1,6 a 2,3 horas entre 2009 y 2011.

Sin embargo, no todas las plataformas han tenido igual crecimiento. Facebook domina por órdenes de magnitud el segmento de 18 a 29 años en Chile, tanto en proporción de usuarios (85% al 2011) como en cantidad de jóvenes que se conectan diariamente (60% al 2011). A modo de comparación, estos porcentajes son más que los

usuarios de Twitter, YouTube y Fotolog combinados. La conclusión que se obtiene de estos datos es que si hay alguna relación entre el mayor uso de las redes sociales y las movilizaciones de los jóvenes, esto tiene que pasar fundamentalmente por Facebook. Esta es una de las interrogantes que intentaré resolver con los siguientes análisis estadísticos (ver Gráficos 1 y 2).

Las encuestas de Periodismo UDP y Feedback también permiten un análisis de tendencia del comportamiento político de los jóvenes, particularmente en los modos de protesta y expresión política directa. Como podría esperarse, la proporción de jóvenes que se manifestó en la vía pública se mantuvo constante entre 2009 y 2010, en torno al 16%, pero tuvo un abrupto salto en 2011, cuando un tercio de los encuestados dijo haberlo hecho. Otros actos de acción política directa, como la firma de peticiones y la participación en foros y debates de interés público también aumentaron en 2011, pero en ningún caso más del 15% participó en ellos. Sumando la cantidad de jóvenes que dijeron haber realizado una o más de estas actividades en los

últimos 12 meses, se concluye que el 45% de los jóvenes expresó en 2011 su parecer político mediante un acto concreto que va más allá de la mera conversación con familiares, amigos y compañeros de trabajo. En 2009, el porcentaje fue de 34%. Claramente, en 2011 la movilización juvenil fue un fenómeno masivo, que no es posible reducir a una elite de dirigentes y activistas estudiantiles (ver Gráfico 3).

La pregunta que falta resolver es qué relación hay entre el uso de las redes sociales y la movilización de los jóvenes en Chile. Una correlación simple entre ocho distintos indicadores de uso de plataformas sociales y haber participado en manifestaciones públicas (marchas, protestas, etc.) arroja que la relación es positiva y estadísticamente significativa en todos los casos. Por ejemplo, para el tiempo total de uso de redes, la correlación con protestar en la vía pública es de +0,23. La frecuencia de uso de Facebook (+0,22), Twitter (+0,17) y YouTube (+0,27) reflejan un patrón similar.

La magnitud de las correlaciones, en todo caso, es pequeña, considerando que la escala

Gráfico 1. Jóvenes que usan las redes sociales

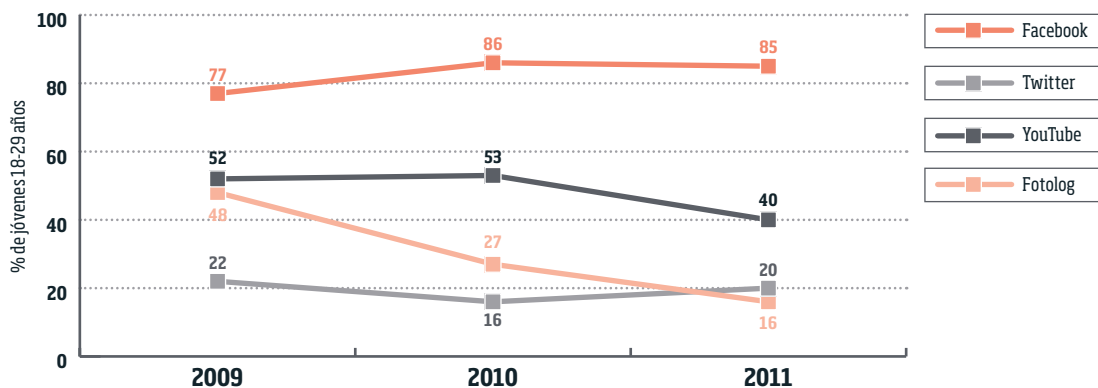
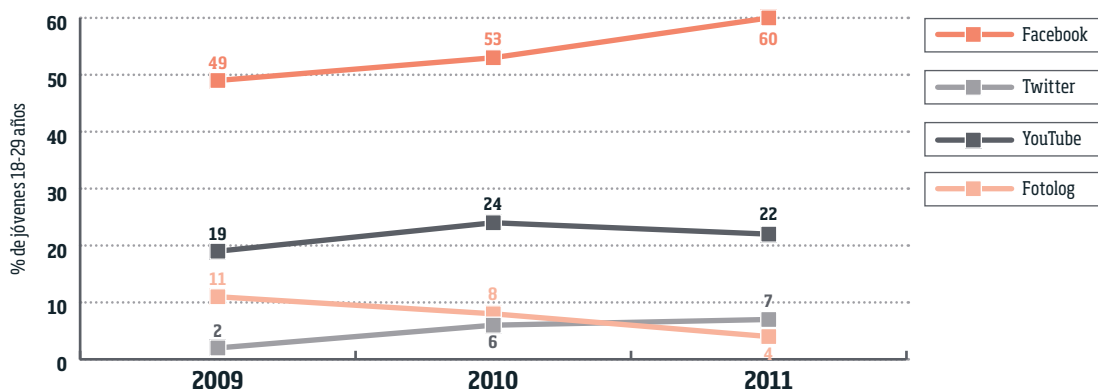


Gráfico 2. Jóvenes que usan todos los días las redes



va de -1 a 1, lo que ya sugiere que las redes sociales no pueden ser el principal agente de movilización política de los jóvenes. Además, las asociaciones bien podrían ser espurias, pues es sabido que tanto el uso de redes sociales como participar en movilizaciones están influidos por otras variables comunes, tales como estatus socioeconómico, valores y actitudes, por nombrar algunos. Es por eso que un análisis más riguroso exige tomar en cuenta causas alternativas y determinar, tomando en cuenta estos factores, si la relación inicial entre redes sociales y movilización persiste.

Para ello, estimé una serie de modelos de regresión que intentan explicar los determinantes de la asistencia a manifestaciones callejeras y otros actos de protesta política por parte de los jóvenes. Para hacer más clara la exposición, en vez de presentar los resultados en forma de tabla, uso gráficos, donde cada variable está representada por una línea con su respectivo intervalo de confianza. Cualquier variable que tope o atraviese el eje horizontal ubicado al valor de 1, no tiene significación estadística (al 5%, el estándar en ciencias sociales). Luego, las variables significativas que están por encima del eje horizontal tienen un impacto positivo en la variable dependiente, mientras que las ubicadas por debajo presentarán un impacto negativo.

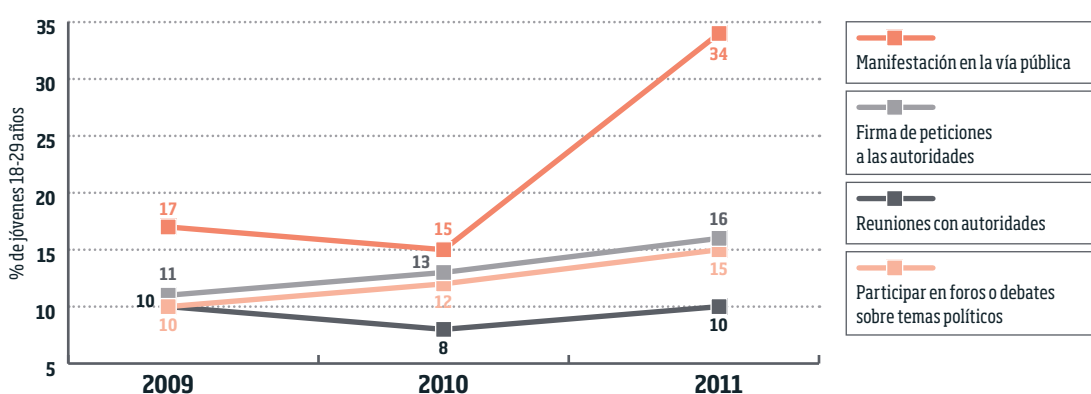
Las variables de control, en este caso, tienen que ver con otros factores que según estudios previos están relacionados con la acción política directa y el uso de redes sociales online. Como no son de interés central en este capítulo, no explicaré mayormente el papel que juegan en los modelos de regresión (aunque los interesados pueden consultar Valenzuela, Arriagada, & Scherman, 2012 para más detalles). El mismo

modelo fue estimado con datos de las tres encuestas realizadas por Periodismo UDP y Feedback a jóvenes de 18 a 29 años.

En general, los resultados confirman la relación entre mayor uso de redes sociales online y mayor probabilidad de participar en protestas y marchas sugerida inicialmente con las correlaciones simples. De las 16 variables independientes, cinco son significativas en todos los años, dos de ellas asociadas a redes sociales: frecuencia de uso de Facebook y frecuencia de uso de YouTube. A mayor uso de estas plataformas, mayor fue la probabilidad de participar en las manifestaciones estudiantiles y políticas en la vía pública. De hecho, en 2011, el uso frecuente de Facebook fue la tercera variable más predictiva de participar en manifestaciones públicas, equivalente al rol de los valores postmaterialistas (ver Capítulo 1 de este libro) y dos veces más importante que el interés político y la confianza en los políticos. Twitter, en cambio, aparece como una plataforma más débil entre los jóvenes en su poder movilizador. En ninguno de los tres años, aparece como una variable significativa, lo que reafirma el predominio de Facebook y, en menor medida, YouTube, como las plataformas sociales preferidas por los jóvenes (ver Gráficos 4 y 5).

Otro hallazgo interesante es que entre 2009 y 2011, la relación entre uso de Facebook y protestar en las calles se hizo más sólida. Por ejemplo, un joven que dijo usar Facebook todos los días en 2009 tuvo 16,5% más probabilidades de participar en manifestaciones en la vía pública que otro joven con un uso de Facebook de tres veces por semana. Haciendo la misma comparación con los datos de la encuesta de 2011, esa brecha aumenta a 25,3%.

Gráfico 3. Modos de movilización juvenil



Más allá de la calle: otras formas de protesta

Hasta ahora he considerado las manifestaciones callejeras como la única forma de protesta juvenil. Sin embargo, los movimientos estudiantil y medioambiental chilenos se han caracterizado por incluir otras formas de acción política directa, tales como firmar peticiones, participar en debates universitarios, enviar cartas a los medios de comunicación y reunirse con autoridades locales y de gobierno. Por ello, construí un índice de protesta a partir de la sumatoria de respuestas positivas a los cinco comportamientos políticos ya descritos, los que fueron medidos consistentemente en las encuestas de 2009, 2010 y 2011. El índice tiene un rango de 0 a 5, y se usó como variable dependiente en un modelo de regresión tipo Poisson con las mismas variables predictoras de los modelos logísticos anteriores.

Los resultados de estas estimaciones son prácticamente idénticos a los anteriores: el uso de Facebook y YouTube está positiva y significativamente relacionado con una mayor gama de comportamientos de protesta. En el caso de Twitter y Fotolog, la asociación no es estadísticamente significativa.

Estos resultados confirman el potencial movilizador de las redes sociales, pero aún no aclaran qué explica la existencia de esta asociación positiva. Las redes son un medio complejo, en el sentido de que satisfacen múltiples necesidades simultáneamente, tales como información, entretención, vida social y diversión. Ciertamente, no todos estos usos debieran estar relacionados con participación política. Por ejemplo, en 2011, más de dos tercios de los jóvenes encuestados dijo haberse informado acerca del debate sobre el proyecto HidroAysén y del conflicto estudiantil por las redes sociales. Pero

Gráfico 4. Determinantes de manifestarse en la vía pública (2009)

R-cuadrado de Cox & Snell=10%, % correctamente clasif.= 84%, N=869

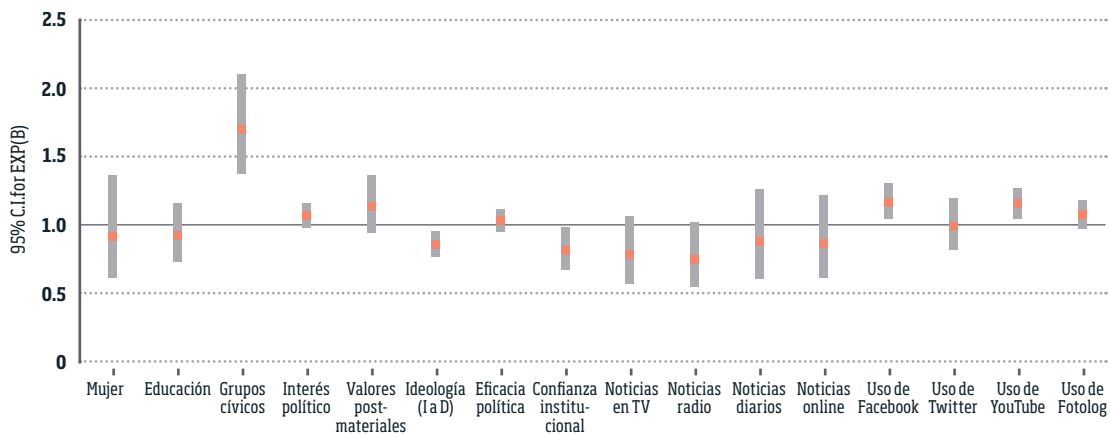
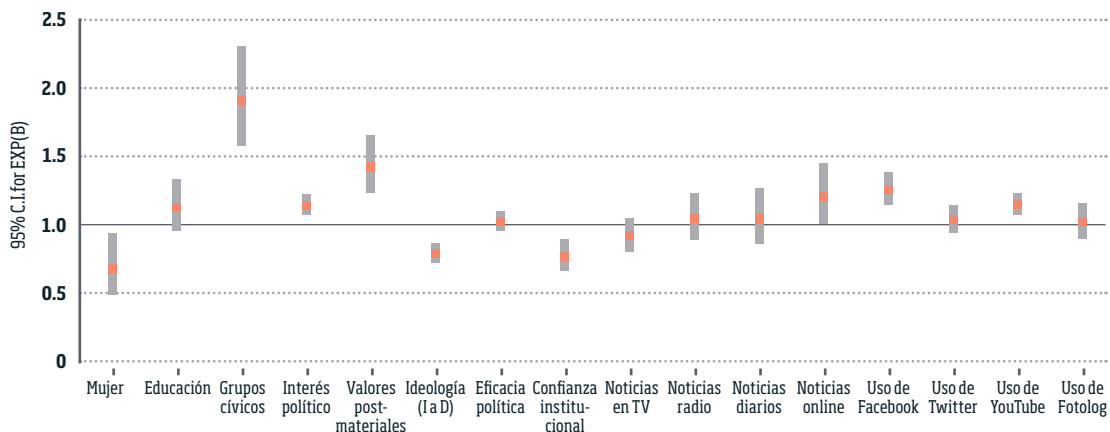


Gráfico 5. Determinantes de manifestarse en la vía pública (2011)

R-cuadrado de Cox & Snell=27%, % correctamente clasif.= 75%, N=927



Si bien la participación en los procesos electorales es necesaria y deseable, caracterizar a las nuevas generaciones como menos comprometidas con los asuntos públicos no se condice con la realidad. Aquí se ha presentado el argumento de que la manera de ejercer ciudadanía ha cambiado, y que este cambio se ha evidenciado en el uso de las redes sociales online para movilizarse y protestar.



sólo el 11% en ambos casos dijo que las redes habían sido su principal medio de información. Claramente, los medios tradicionales son más usados para estar informado del acontecer nacional que las redes.

La pregunta, entonces, es qué funciones cumplen las redes sociales en la vida de los jóvenes chilenos y cómo ellas pueden movilizarlos a participar y expresarse públicamente. Afortunadamente, la encuesta de 2011 incluye una batería de preguntas sobre las diferentes actividades que realizan los usuarios en las distintas plataformas sociales. Como ya quedó de manifiesto que Facebook es la red preferida por este segmento, me centraré en ella en esta última parte del análisis.

La encuesta preguntó por el uso de Facebook para realizar una decena de actividades durante una semana normal, las que pueden agruparse en dos categorías relativamente independientes: vida social (esto es, chatear, contactar a amigos, subir fotos y videos) e intercambio de contenido (esto es, opinar sobre temas políticos o ciudadanos, subir y compartir enlaces, crear o unirse a páginas, y crear, convocar o confirmar asistencia a eventos).

Como era de esperarse, el compartir contenido está fuertemente relacionado con participar en movilizaciones callejeras e involucrarse en otras actividades de protesta. Es más, este tipo de actividad explica en gran medida cómo influye la frecuencia de uso de Facebook en general en la movilización ciudadana. El uso de Facebook para fines sociales, en cambio, tiene una incidencia insignificante, al menos con los datos

de la encuesta 2011. A saber, es ocho veces más probable que un joven que intercambia opiniones e información a través de Facebook regularmente haya participado en manifestaciones en la vía pública que uno que no comparte contenido regularmente. Estos resultados sugieren que Facebook puede ayudar a movilizar a los jóvenes en tanto sea un medio de expresión y de contenido relacionado con los problemas que los aquejan. En cambio, el uso más común de Facebook, como eje coordinador y registro de la vida social de los jóvenes no parece tener una influencia directa en movilizar políticamente a los jóvenes. En todo caso, es más frecuente el uso de Facebook para fines sociales que como foro de opinión y canal de noticias, lo cual plantea ciertos límites a la posibilidad de que esta red sea el vehículo central para protestar.

Conclusión

Políticos, comentaristas y analistas han manifestado preocupación en los últimos años por la supuesta falta de compromiso con los deberes ciudadanos por parte de los jóvenes, tanto en Chile como en otras democracias occidentales. Si bien la participación en los procesos electorales es necesaria y deseable, caracterizar a las nuevas generaciones como menos comprometidas con los asuntos públicos no se condice con la realidad. Aquí se ha presentado el argumento de que la manera de ejercer ciudadanía ha cambiado, y que este cambio se ha evidenciado en el uso de las redes sociales online para movilizarse y protestar. Específicamente, el uso de servicios como Facebook y YouTube parecen fa-

cilitar la adquisición de información necesaria para participar en causas políticas y también forjar nuevas oportunidades de activismo. Por supuesto, no se trata de que las redes sociales por su mero uso tengan un efecto positivo en comprometer políticamente a los jóvenes. De lo que se trata es de que las personas con cierta inclinación inicial hacia lo público pueden usar estas herramientas tecnológicas para profundizar su interés y comportamiento en procesos políticos y de la sociedad civil.

En este contexto, los diversos modos de participación de los jóvenes son indicativos de una reconfiguración de las prácticas cívicas y de la concepción tradicional de lo que es una democracia representativa. Al mismo tiempo, el consumo de información online complementa las vías más institucionalizadas de participación, como ir a votar. Por lo tanto, una tarea fundamental de la institucionalidad política y educativa de los países es promocionar en las nuevas generaciones de ciudadanos el interés por la esfera pública. La familia también juega un rol clave en este sentido, al ser agentes de socialización que pueden introducir desde temprana edad una preocupación por los deberes cívicos. Finalmente, la inversión en capital para cerrar las brechas digitales y mejorar el acceso a los servicios de internet puede incentivar a que más jóvenes se involucren en política mediante el uso de estas herramientas. 🌐

REFERENCIAS

- Bennett, W. L. (2008). Changing citizenship in the digital age. In W. L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 1-24). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Best, S. J., & Krueger, B. S. (2005). Analyzing the representativeness of internet political participation. *Political Behavior*, 27(2), 183-216.
- Bimber, B. (2001). Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level. *Political Research Quarterly*, 54, 53-67.
- Bimber, B. (2003). *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*. New York: Cambridge University Press.
- CEPAL, & OIJ. (2007). *La juventud en Iberoamérica: Tendencias y urgencias* (2a ed.). Buenos Aires: CEPAL, Naciones Unidas.
- Dalton, R. J. (2008). Citizenship norms and the expansion of political participation. *Political Studies*, 56(1), 76-98.
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. New York: Harper & Row.
- Hill, K. A., & Hughes, J. E. (1998). *Cyberpolitics: Citizen activism in the age of the internet*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Hindman, M. S. (2009). *The myth of digital democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hughes, S., & Guerrero, M. A. (2009). The disenfranchised voter. *The International Journal of Press/Politics*, 14(3), 353-375.
- Instituto Nacional de la Juventud. (2010). Sexta encuesta nacional de juventud. Buscado el 3 de enero de, 2011, desde http://www.injuv.gob.cl/injuv2010/encuestas_juventud
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections between internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173-192.
- Kraut, R. E., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031.
- Kwak, N., Shah, D. V., & Holbert, R. L. (2004). Connecting, trusting, and participating: The direct and interactive effects of social associations. *Political Research Quarterly*, 57(4), 643-652.
- Martínez, M. L., Silva, C., & Hernández, A. C. (2010). ¿En qué ciudadanía creen los jóvenes? Creencias, aspiraciones de ciudadanía y motivaciones para la participación sociopolítica. *Psykhé*, 19(2), 25-37.
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45, 420-435.
- Nie, N. H., & Hillygus, D. S. (2002). The impact of internet use on sociability: Time-diary findings. *IT & Society*, 1(1), 1-20.
- Norris, P. (Ed.). (1999). *Critical citizens: Global support for democratic governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Norris, P., & Jones, D. (1998). Editorial: Virtual democracy. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(2), 1-4.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729-733.

- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior, 11*(2), 169-174.
- Raynes-Goldie, K., & Walker, L. (2008). Our space: Online civic engagement tools for youth. In W. L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 161-188). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Rheingold, H. (2000). *Tools for thought: The history and future of mind-expanding technology*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Rojas, H., & Pérez, I. (Eds.). (2009). *Comunicación y participación política*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Scherman, A., & Arriagada, A. (2010, abril). *¿Ciudadanía digital, participación tradicional? Jóvenes, participación política y consumo de medios en Chile*. Ponencia presentada en el III Congreso Latinoamericano de Opinión Pública, Querétaro, México.
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., Jr., & Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age modeling internet effects on civic participation. *Communication Research, 32*, 531-565.
- Shah, D. V., Kwak, N., & Holbert, R. L. (2001). "Connecting" and "disconnecting" with civic life: Patterns of internet use and the production of social capital. *Political Communication, 18*, 141-162.
- Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication, 62*(1).
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*(4), 875-901.
- Xenos, M., & Moy, P. (2007). Direct and differential effects of the internet on political and civic engagement. *Journal of Communication, 57*(4), 704-718.