

Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales

Dr. Mario Guilló | mario.guillo@protocoloimep.com
Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo

Dr. José F. Mancebo-Aracil | jose.mancebo@protocoloimep.com
Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo

Palabras clave

Comunicación; Internet; Redes Sociales; Participación Comunitaria.

Sumario

1. Introducción 1.1. Sociedad de información
1.2. Evolución de Internet 1.3. Surgimiento de las
Redes Sociales 2. Tipos de Participación en Entornos
Virtuales. 2.1. Prácticas de apoyo 2.2. Prácticas
deliberativas 2.3. Prácticas colaborativas 3.
Conclusiones 4. Bibliografía

Resumen

Internet y la revolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) iniciada durante el pasado siglo ha sido un factor clave para el desarrollo de un nuevo modelo de sociedad, que trata de promover valores tales como la apertura, la transparencia y, especialmente, la participación comunitaria. Los desarrollos actuales de Internet muestran el potencial que atesoran las numerosas aplicaciones, Redes Sociales y plataformas en línea que están inundando la red y ocupan

un lugar central en nuestros dispositivos móviles. Las Redes Sociales son buenos ejemplos de desarrollos tecnológicos que podrían contribuir a potenciar nuevas formas de interacción en red, dando alcance global a diferentes proyectos sociales, movimientos, causas,... Sin embargo, parece existir una brecha entre el potencial teórico y el desempeño real de tales cuando hablamos de participación ciudadana. El objetivo de este trabajo es doble: a) analizar brevemente cómo la tecnología y el uso de Internet han ido evolucionando en las últimas décadas, y b) establecer una tipología de procesos participativos que tienen lugar en las Redes Sociales, evaluando algunos de los procesos de cambio (sociales, económicos, tecnológicos, culturales) que pueden influir en la forma en que los procesos de participación podrían evolucionar en las próximas décadas.

Cómo citar este texto:

Mario Guilló, José F. Mancebo-Aracil (2017): "Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales", en Miguel Hernández Communication Journal, nº8, pp. 413 a 434. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el __ de _____ de 20__ de: [link del artículo en mhjournal.org](http://mhjournal.org)

Online communication and participation: the evolution of participative processes within virtual environments

Dr. Mario Guilló | mario.guillo@protocoloimep.com
Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo

Dr. José F. Mancebo-Aracil | jose.mancebo@protocoloimep.com
Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo

Keywords

Communication; Internet; Social Networks; Civic Engagement.

Summary

1. Introduction 1.1. Information Society
1.2. Evolution of the Internet 1.3. Rising of Social Networks
2. Types of participation in virtual environments. 2.1. Supportive Practices
2.2. Deliberative Practices 2.3. Collaborative Practices
3. Conclusions 4. Bibliography

developments that could contribute to enhance new ways of networking, giving global scope to different social projects, movements, causes... However, a gap seems to exist between the theoretical potential and the actual performance of such networks when it comes to civic engagement. The objective of this paper is twofold: a) to analyse briefly how technology and Internet use have evolved in the last decades, and b) to try to establish a typology of the participation processes that take place in Social Networks, analysing some processes of change (social, economic, technological, cultural) that could influence how participation processes could evolve over the coming decades.

Abstract

Internet and the ICT revolution initiated during the last century has been a key factor in the development of a new model of society, which seeks to promote values such as openness, transparency and especially civic engagement, both at global and local level. A quick review of current Internet developments can help us figure out the potential treasured by the numerous apps, social networks and online platforms that are flooding the Internet and playing a leading role in our devices. Many of these social networks are good examples of technology

How to cite this text:

Mario Guilló, José F. Mancebo-Aracil (2017): "Online communication and participation: the evolution of participative processes within virtual environments", en Miguel Hernández Communication Journal, nº8, pp. 413 to 434. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Accessed __ ____ 20__ in: [paper link in mhjournal.org](#)

1. Introducción

1.1. Sociedad de información

Desde que Touraine (1971) y Bell (1973) plantearon la existencia de un cambio estructural en la sociedad capitalista industrial hace más de cuatro décadas, se ha especulado sobre un nuevo modelo de sociedad fuertemente influenciada por el uso de nuevas tecnologías, y que ha tratado de ser definida y caracterizada por diferentes autores, empleando para ello diferentes aproximaciones y denominaciones: La Sociedad Postindustrial (Touraine, 1971; Bell, 1973), La Modernidad Líquida (Bauman, 2003) o la Sociedad de la Información (Castells, 2005), entre otros.

Según Bell (1973), este nuevo modelo de sociedad (post industrial) presenta un cambio muy importante con respecto a su predecesora: la producción se vuelve menos importante en comparación con los servicios, convirtiéndose la información, el conocimiento y la I + D en los elementos clave para el desarrollo socioeconómico. Touraine (1979) destacó las consecuencias negativas de la sociedad postindustrial, al caracterizarla como sociedad alienada, no porque condene a la gente a la pobreza o imponga la coerción policial, sino porque seduce, manipula y refuerza el sentimiento de conformismo. Por su parte, Bauman (2003) se refiere a esta nueva sociedad como "líquida", en el sentido de que las estructuras sociales "sólidas" tradicionales (gobierno, instituciones, empresas, individuos, así como las relaciones que se establecen entre ellos) se han convertido en entidades dependientes y cambiantes.

Todas estas interpretaciones tienen algo en común: el papel esencial, directa o indirectamente, asignado a la información y al conocimiento (así como a las tecnologías asociadas a ellas) como factores clave para impulsar el desarrollo y el bienestar dentro de esta "nueva sociedad". Castells (2005) denomina esta nueva realidad como Sociedad de la Información, señalando que el núcleo de la transformación experimentada durante esta revolución en curso está estrechamente vinculada con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información. Así, podemos considerar que la tecnología de la información es a esta revolución lo que las fuentes de energía fueron a las sucesivas revoluciones industriales, siendo el Informacionalismo la base para el desarrollo de dicha sociedad. Este concepto de Informacionalismo se basa en el supuesto de que las actividades clave en todos los campos de la praxis humana se fundamentan en el uso de distintas tecnologías de la información,

organizadas globalmente alrededor de redes informativas que tienen como núcleo el proceso de información.

Castells (2006) considera que el Informacionalismo difiere de los paradigmas tecnológicos previos en relación al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, tales como la impresión, la telegrafía o el teléfono no digital, entre otros. Y estas diferencias están estrechamente relacionadas con tres características fundamentales y distintivas de las tecnologías básicas:

- Capacidad de procesamiento autoexpandible y comunicaciones en términos de volumen, complejidad y velocidad.
- Capacidad de recombinación basada en la digitalización y la comunicación recurrente.
- Flexibilidad en la distribución, a través de redes digitalizadas e interactivas.

La aparición de este nuevo paradigma tecnológico durante los años setenta, junto con la crisis industrial (con sus modelos clásicos de producción) y los movimientos de liberación cultural y social, hicieron posible el surgimiento de la Sociedad Red, cuya estructura social se compone de redes alimentadas por las tecnologías de la información y la comunicación basadas en la microelectrónica. Dichas redes se corresponden con estructuras organizativas humanas relacionados con aspectos tales como la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder, expresados a través de procesos de comunicación codificados por códigos culturales concretos (Castells, 2005).

En vista de los postulados de Castells, podríamos afirmar que el desarrollo de Internet, así como de todas las tecnologías relacionadas con la misma, juega un papel crítico a la hora de comprender cómo se configura la estructura social de la Sociedad Red. En otras palabras, hablar de la evolución de Internet significa hablar sobre la evolución de la vida social y sus interacciones dentro de diversos contextos socioeconómicos, políticos y culturales.

1.2. Evolución de Internet

ARPANET, presentada en 1969 por la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada Americana (ARPA), puede ser considerado como el precedente de la Internet moderna, y fue inicialmente compuesto por cuatro ordenadores en red que permitieron el intercambio de paquetes de información entre ellos. Esta idea de computadoras en línea continuó desarrollándose durante los años 70 y 80, pero su uso continuó limitado a una pequeña minoría. Fue el

advenimiento de la World Wide Web y el uso extensivo del hipertexto como paradigma de interfaz de usuario lo que condujo a la democratización del acceso a Internet. La primera evolución de la World Wide Web fue denominada Web 1.0 (1993-2001), y los usuarios podían acceder a la información publicada en los sitios web pero no podían contribuir a su contenido. Así, la Web 1.0 presentó un escenario con pocos generadores de contenido donde la mayoría de los usuarios simplemente actúan como consumidores (Krishnamurthy y Cormode, 2008).

La siguiente evolución de Internet fue denominada Web 2.0, un término acuñado por DiNucci (1999) y años más tarde popularizado por O'Reilly (2009). Dicho término se refiere a una nueva forma dominante de interacción entre usuarios a través de diferentes dispositivos conectados a Internet. Este paradigma representa un cambio cuántico vinculado a la aparición y desarrollo de ambientes flexibles caracterizados por un enfoque colaborativo e interactivo en el que los usuarios se convierten en colaboradores, publicando información y cambiando datos a su conveniencia.

Este cambio marca la aparición de un tipo de usuario con voluntad y capacidad para emitir y modificar la información que se difunde a través de la red. Dicho de otro modo, los usuarios de Internet evolucionan desde su antiguo papel como meros espectadores hasta convertirse en participantes activos dentro de este nuevo entorno virtual. Así, el desarrollo de la Web 2.0 generó una gran variedad de posibilidades para crear redes de individuos y organizaciones con intereses comunes, abriendo así grandes posibilidades para construir redes interactivas personales y profesionales.

1.3. Surgimiento de las Redes Sociales

Las Redes Sociales son definidas por boyd y Ellison (2007: 211) como “servicios basados en web que permiten a las personas (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión; y (3) ver y recorrer su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema”. La aparición de dichas redes, en conjunción con el desarrollo de la Web 2.0, ha supuesto uno de los mejores catalizadores para la creación de redes de participación en las sociedades actuales.

Según el Global Digital Statistics Report, el 37% de la población mundial estaba conectada a Redes Sociales en 2016. Si a su vez tenemos en cuenta una penetración global alcanzada por Internet del 53% podemos tener una idea

clara de la importancia (en términos de penetración) que tienen las Redes Sociales para los usuarios de Internet¹. Otros indicadores nos muestran que los usuarios de redes sociales las emplean un promedio de 1 hora y 58 minutos por día, lo que supone 1 de cada 3 minutos que dichos usuarios pasan conectados. Esta cifra ha aumentado en más de 20 minutos desde 2012². Por tanto, podemos apuntar que la sociedad de hoy se enfrenta a una realidad global donde Internet y las Redes Sociales ya se han convertido en un fenómeno global de gran intensidad.

Por otra parte, la distribución de los usuarios de Internet a través de las regiones sigue siendo muy desequilibrada, haciendo patente la existencia de una brecha digital entre regiones desarrolladas y en desarrollo, así como entre clases sociales con distintos niveles educativos y de renta. Como ejemplo, podemos ver como el 87% de los adultos utilizan Internet en los EE.UU., pero dicha tasa disminuye en gran medida si nos centramos en países en desarrollo con altos índices de población y bajos niveles de renta per cápita, como es el caso de India (20%), Bangladesh (11%) y Pakistán (8%) (Poushter, Clarle, Bell y Wike, 2015).

Sin embargo, no sólo deben tenerse en cuenta factores económicos y demográficos, sino también culturales y políticos. El mismo informe del Pew Research Center muestra cómo una mayoría de personas en países en desarrollo considera que Internet tiene una influencia positiva en algunos contextos sociales (especialmente en educación), pero negativa en algunos otros, por ejemplo, la moralidad. Esto obstaculiza los esfuerzos para impulsar la penetración de Internet en las regiones en desarrollo, ya que los valores morales en algunos países en desarrollo están profundamente arraigados en las estructuras tradicionales de poder social, económico y político. Visto que Internet, y en especial los desarrollos experimentados bajo el paradigma 2.0, presentan el potencial para desafiar las tradicionales estructuras de poder, creando otras nuevas, el status quo tenderá a reforzar ideas negativas sobre la mala influencia ejercida por Internet y las Redes Sociales. Por ello, no basta con superar las barreras económicas y tecnológicas para aumentar la penetración de Internet a nivel cuantitativo, también será necesario hacer frente a barreras culturales y políticas para evitar la censura, permitiendo así que dicha penetración aumente también en términos cualitativos.

Por otro lado, se podría decir que la Sociedad Red está compuesta en gran medida por individuos y organizaciones que de una forma u otra están consumiendo información y produciéndola (o reproduciéndola) en un mundo conectado. Sin embargo, estas cifras generales no reflejan los diversos tipos de interacción que se están produciendo dentro de estas redes.

Plantear una comparativa entre los principios de web 1.0 y web 2.0 nos puede permitir afirmar que la irrupción de las Redes Sociales ha llevado a los usuarios de Internet a adquirir un nuevo rol como integrantes activos de redes globales conectadas a través de entornos virtuales que les permiten formar parte de grandes comunidades en línea. Esta voluntad de integrarse en comunidades virtuales y globales y de convertirse en actores protagonistas en el proceso de generación de contenidos, unido al potencial tecnológico de la Web 2.0, ha favorecido en gran medida el surgimiento de la Inteligencia Colectiva (Malone y Bernstein, 2015). Esta Inteligencia colectiva fue definida por Levy (2000: 13) como “una forma constantemente mejorada de inteligencia distribuida universalmente, coordinada en tiempo real, que resulta en la movilización efectiva de habilidades”.

Si la introducción de Internet y las herramientas de comunicación virtual significaron un avance cualitativo que cambió para siempre la forma en que las personas se comunican entre sí, así como con organizaciones e instituciones, el grado de interactividad permitido y animado por Web 2.0 representó un paso gigante en el desarrollo de la inteligencia colectiva. Esa es la razón por la que esta nueva realidad social aparece como un escenario perfecto para la renovación comunitaria, aumentando el papel activo de la ciudadanía y colectivos en la vida social mediante un impulso a procesos participativos de todo tipo, apoyados en el enorme potencial que ofrecen las Redes Sociales para dicho fin.

2. Tipos de Participación en Entornos Virtuales.

Como ya hemos comentado, la irrupción de la Web 2.0. y las Redes Sociales abre una amplia gama de posibilidades para crear nuevas formas de participación y compromiso entre usuarios, ciudadanos, consumidores, etc. Sin embargo, la disponibilidad de tecnología adecuada no es el único factor relevante, la ocurrencia de ciertos movimientos cívicos y políticos resulta determinante para facilitar el surgimiento de una necesidad social de cambio.

En este sentido, en los últimos años se han experimentado en todo el mundo un conjunto de movimientos sociales que presentan algunas similitudes al hablar de los promotores del cambio (ciudadanos) y de los canales que han utilizado para perseguir sus objetivos (Internet y Redes Sociales) . La mayoría de estos ejemplos (Primavera Árabe, Revolución Islandesa, Movimiento 11-M, Occupy Wall Street o las revueltas sociales en Turquía y Brasil, entre otras) originalmente presentaban un alcance regional, pero el hecho de que estemos

viviendo en la Sociedad Red ha facilitado que sus impactos hayan pasado a ser globales de manera casi inmediata (Castells, 2015). Estos ejemplos ilustran paradigmáticamente cómo una participación masiva orientada hacia un objetivo común puede obtener notables resultados utilizando Internet como herramienta de apoyo. Sin embargo, debemos primero analizar los distintos tipos de procesos de participación que se están llevando a cabo dentro de dicha Sociedad Red, para así visualizar cuales son los retos y oportunidades más relevantes a la hora de asegurar el correcto desarrollo y consolidación de los mismos.

En este sentido, varios autores han mostrado su escepticismo sobre el papel que desempeña Internet en la renovación y el desarrollo de la participación ciudadana (Park y Perry, 2008; Livingstone, Couldry y Markham, 2007), abordando algunos de los posibles efectos negativos producto de esta nueva realidad (como por ejemplo la brecha digital o el aislamiento social), y en ocasiones siendo especialmente críticos con el entusiasmo tecnológico (Selwyn, 2004). Por otro lado, y tratando de abordar esta cuestión de una manera empírica, teniendo como referencia el uso de Facebook y la interacción cara a cara, Sabatini y Sarracino (2014: 35) concluyen que la revolución de las Redes Sociales está permitiendo promover -en lugar de destruir- la sociabilidad y las interacciones cara a cara, haciendo hincapié en la capacidad de las Redes Sociales para impulsar el compromiso cívico. Por último, la 2nd Annual Poll on How Personal Technology is Changing Our Lives (elaborada por Microsoft y publicada en 2015) muestra que los usuarios de Internet están muy de acuerdo en el impacto positivo de Internet en el activismo social: los encuestados de todos los países participantes coincidieron en que los medios sociales han tenido un positivo impacto en el activismo social, con ciertas reservas especialmente en países desarrollados como Francia, Estados Unidos y Alemania. Por otro lado, los países en desarrollo siguen entusiasmados con la tecnología, que permiten mayor apertura y transparencia en el ámbito político, pero su entusiasmo fue más moderado en 2014³.

En nuestra opinión, lo expuesto anteriormente refleja claramente la situación actual con respecto a esta discusión: se podría incluso decir que el discurso principal sigue ampliamente influido por el entusiasmo tecnológico, parcialmente apoyados por los datos empíricos que muestran un número de personas que se unen a Redes Sociales y refuerzan sus vínculos sociales. En los últimos años se han planteado muchas preguntas sobre cómo Internet se está transformando y estimulando nuestras interacciones sociales, y la mayoría siguen sin respuesta. Como resultado, el escepticismo y el pesimismo están creciendo en toda la sociedad, lo que hace urgente profundizar la discusión y

el estudio de este fenómeno con el fin de repensar nuestra forma de acercarnos a Internet como una herramienta para promover la participación.

Ahora bien, la discusión sobre cómo Internet y los medios sociales podrían afectar la participación cívica requiere abordar la conceptualización de dicha participación de una manera multidimensional. Esa es la razón de nuestra decisión de considerar aquí la definición de Adler de compromiso cívico, que hace referencia a las formas en que la ciudadanía participa en la vida de una comunidad con el fin de mejorar las condiciones para otros o ayudar a moldear el futuro de una comunidad (Adler y Goggin, 2005: 236). Esta definición no presenta la naturaleza de una comunidad en términos locales / regionales, dándonos espacio para desarrollar un contexto más amplio para lo que se puede entender como vida comunitaria. Por otro lado, Brandtzaeg Følstad y Mainsah (2012: 67) se refieren al compromiso cívico en los medios de comunicación social como acción en respuesta a las necesidades de la sociedad, en forma de prácticas de apoyo, deliberativas y de colaboración en las Redes Sociales. Dicha conceptualización también nos permite apreciar cómo ha cambiado el marco de referencia en lo que respecta a la participación ciudadana, pasando a hablar de necesidades sociales en lugar de necesidades de la comunidad, haciendo explícita la naturaleza global de nuestra sociedad.

Además, tenemos la convicción de que es necesario reforzar un enfoque multidimensional de la participación ciudadana para que se pueda comprender plenamente el surgimiento de formas alternativas de participación. En este sentido, al tratar de abordar las necesidades de la sociedad no sólo debemos atender a los roles de ciudadanos y votantes sino también al rol de consumidores. De hecho, el creciente interés de las empresas por desarrollar estrategias de responsabilidad social corporativa constituye un buen indicador del creciente número de clientes que demandan acciones responsables de las empresas: Según un informe de Nielsen⁴, el 55% de los consumidores online dicen estar dispuestos a pagar más por productos y servicios prestados por empresas comprometidas con el logro de impactos sociales y ambientales positivos.

A la luz de todas las consideraciones anteriores, el compromiso cívico en los medios de comunicación social puede dar lugar a tres tipos de prácticas, traducidas respectivamente a diferentes acciones y resultados. El siguiente cuadro ofrece una visión general de estos tres tipos de prácticas, de los que se dará una descripción más detallada (teniendo en cuenta las tendencias actuales y futuras) en las siguientes secciones del presente documento:

Tabla 1: Tipos de participación en entornos virtuales. Fuente: elaboración propia, adaptada de Brandtzaeg, Følstad y Mainsah (2012).

Tipo de Práctica	Acciones tipo	Output	Actitud	Canales de Participación
Prácticas de Apoyo	Firma de Peticiones Online Unirse a grupos/páginas de en Redes Sociales Compartir información sobre una causa específica	Apoyo colectivo	Pasiva	Plataformas para promover campañas sociales on line Campañas de medios sociales en Facebook, LinkedIn, Twitter ... Plataformas Crowdfunding
Prácticas de Deliberación	Discusiones y debates de utilidad sobre cuestiones de índole social	Inteligencia colectiva	Activa	Plataformas online abierta y think tanks
Prácticas de Colaboración	Creación de soluciones colectivas para hacer frente a retos sociales	Acción colectiva	Activa	Plataformas de Crowdsourcing Plataformas de Innovación Abierta

2.1. Prácticas de apoyo

Esta categoría, también como "micro-participación" (Haller, 2011), incluye acciones de apoyo permitidas por plataformas online y Redes Sociales, especialmente orientadas a compartir información sobre diferentes causas, movimientos, ... Este tipo de participación supone el tipo más común de participación entre los usuarios de las Redes Sociales en lo que respecta a la participación, posiblemente debido al bajo nivel de compromiso necesario para participar en dichas prácticas en comparación con otros tipos de procesos.

En este punto debemos poner especial atención sobre el contenido visual: El aumento de plataformas como Youtube o Instagram muestra la existencia de

un creciente interés por el contenido visual entre los usuarios de Redes Sociales: según el *Global Web Index* (2017), Facebook sigue siendo la red social con mayor número de miembros (84% de usuarios globales de Internet), pero Youtube cuenta con mayor número de visitantes (87% de usuarios globales de internet). Cabe apuntar aquí que, en ambos casos, el nivel de participación activa no supera el 40%, lo que evidencia la brecha existente entre los distintos niveles de participación que presentan los usuarios de redes sociales⁵.

Por otro lado, Internet ofrece multitud de herramientas, aplicaciones y consejos para maximizar los esfuerzos de compartir significados para mejorar tanto las estrategias de redes y la visibilidad en línea de individuos y corporaciones. Dentro del entorno social actual, la creación de una amplia red de seguidores/contactos se ha convertido en un tema crítico para empresas e individuos (tanto personal como profesionalmente) y, por lo tanto, convertirse en un actor relevante de medios sociales es un objetivo común para la gran mayoría que ven las redes sociales como una gran oportunidad para desarrollar sus carreras profesionales y mejorar sus relaciones personales.

Este ha sido el perfecto caldo de cultivo para el desarrollo de diferentes prácticas reprobables dentro de las redes sociales más importantes. Tomemos Twitter como ejemplo: algunas prácticas ilícitas - como la compra de seguidores para convertirse en un influenciador de Twitter (en términos cuantitativos) - han sido reportado en esta red social donde el número de seguidores (es decir, las personas que siguen la actividad a través de tweets , retweets, menciones) de una cuenta se ha vuelto más importante que la actividad real realizada desde esta cuenta. A pesar de que es una práctica minoritaria, claramente ejemplifica un fenómeno que está teniendo lugar en los medios de comunicación social en este momento: en la actualidad algunas redes sociales están repletas de personas (cuentas) con miles de seguidores que emiten tweets todos los días pero no reciben respuesta por parte de los miembros de su red.

En consecuencia, surge una contradicción sorprendente cuando el tamaño de la red adquiere mayor importancia que los procesos de comunicación que allí se desarrollan: las redes son cada vez más grandes, pero pierden su potencial como plataformas de comunicación bidireccionales que mejoran el intercambio de información y la creación de conexiones significativas. También implica un cambio hacia un nuevo paradigma de influencia en el que la credibilidad pierde importancia poco a poco en favor de la creación de redes y las habilidades de comunicación dentro del entorno de los medios sociales. Esto representa la victoria de la forma sobre el contenido, y puede tener su explicación en el hecho de que algunos de los influenciadores tradicionales

están menos familiarizados con los códigos de comunicación y las prácticas más comunes que se desarrollan en las redes sociales. Así, se puede observar un cambio hacia un entorno más confuso en el que el desarrollo de las redes se ha convertido en un fin en sí mismo y donde las redes se vuelven más importantes que la información real transmitida a través de ellas. Como resultado, la estructura y el tamaño de esas redes ahora tienen un papel clave en la definición de la realidad (es decir, la relevancia profesional y personal) dentro del mundo virtual, pero al mismo tiempo podrían estar perdiendo su capacidad para impulsar los procesos de comunicación bidireccional.

Además, el desarrollo de sensores y tecnologías de seguimiento está creando nuevos tipos de participación que resultan difíciles de nombrar o etiquetar debido a su naturaleza. Los desarrollos tecnológicos de los sensores nos están guiando hacia un futuro donde todo podría ser rastreado, medido y analizado. En esta etapa hay que hacer una referencia al paradigma de Internet de las Cosas (Internet of Things - IoT), cuyas bases fundamentales radican en la idea de la presencia omnipresente a nuestro alrededor de una variedad de objetos que son capaces de interactuar entre sí y cooperar con otros objetos a través de esquemas comunes de direccionamiento para alcanzar objetivos comunes. La fuerza principal de la idea de IoT radica en el alto impacto que tendrá en varios aspectos de la vida cotidiana y el comportamiento de sus usuarios potenciales (Atzori, Iera y Morabito, 2010: 2787).

Este paradigma ha sido rebautizado como Internet de Todo (Internet of Everything – IoE) (Bajarín, 2014), argumentando que el concepto original ha sido ampliado: los desarrollos de IoE, en combinación con las Body Area Networks (sistemas de dispositivos próximos al cuerpo de una persona que pueden cooperar para el beneficio de un usuario), podría permitir conectar información procedente de todo tipo de organismos vivos (por ejemplo, plantas, animales, seres humanos). Así, los desarrollos de IoE pueden conducir a nuevas formas de participación pasiva. En otras palabras, las respuestas físicas y/o emocionales a cualquier evento por parte de una persona/organismo podrían ser automáticamente rastreadas. Esto podría entenderse como formas de participación en la medida en que se permita acceder a terceros a la información producida en dichos entornos propios del IoE.

En este sentido, algunas cuestiones relativas a la privacidad de la información deben ser destacadas en relación a tales desarrollos IoE. Los resultados de la segunda encuesta anual de Microsoft sobre los usuarios de Internet a nivel mundial muestran una gran preocupación por la tecnología personal común a casi todos los usuarios de Internet: la privacidad. Según este informe, la mayoría de los usuarios de Internet encuestados piensan que la tecnología

personal ha tenido un impacto negativo en la privacidad. Esta preocupación, ya reflejada en la primera encuesta anual, es ahora significativamente superior (+5 puntos porcentuales), lo que puede explicarse en parte por el escepticismo sobre los nuevos desarrollos del IoE, así como los recientes planes de vigilancia de Internet aprobados por los gobiernos nacionales en respuesta a diferentes amenazas a la seguridad, en particular la amenaza terrorista (Dearden, 2015).

No obstante, la preocupación general sobre los datos personales no es sólo una cuestión de privacidad, sino una cuestión de poder del individuo para decidir cómo manejar uno de los activos más valiosos que los consumidores tienen en los sistemas modernos del capitalismo. Hoy en día la gente ve sus datos personales y perfiles virtuales como una suerte de moneda de cambio y por lo tanto muestran su predisposición a emplearla en diferentes entornos - no sólo a través de tradicionales descuentos comerciales (según el PricewaterhouseCoopers Consumer Privacy Report, el 73% de los clientes están dispuestos a compartir Información personal dependiendo de los beneficios que recibirán a cambio, tales como descuentos, cupones, etc.), también en otros contextos como las solicitudes de empleo (según el 4º Informe Anual sobre Tendencias Globales de Reclutamiento, las redes sociales profesionales son la segunda fuente preferida para llevar a cabo contrataciones entre los reclutadores, experimentando una tasa de crecimiento del 73% durante los últimos cuatro años). Por lo tanto, las tendencias actuales están llevando a una situación en la que, a pesar de estar ansiosos de compartir e intercambiar información personal, los usuarios de Internet necesitan una imagen más clara sobre cómo su información personal se almacena, administra y asegura en Internet.

En conclusión, podría decirse que el principal resultado potencial de estas prácticas es la creación de redes virtuales de individuos y organizaciones que ayudan a difundir información sobre el tipo de causas cívicas que les preocupan. Incluso si se aprecia un pequeño elemento activo (promotor) en estos tipos de participación, el resultado principal será siempre la difusión de información entre los actores pasivos que buscan obtener algún tipo de apoyo de ellos.

2.2. Prácticas deliberativas

Las prácticas deliberativas buscan involucrar a la ciudadanía en debates y discusiones públicas que giran alrededor de temas sociales de interés general. Se trata, por tanto, de procesos abiertos e interactivos que posibilitan el

empoderamiento y la participación ciudadana. En este apartado se enmarcan las prácticas de prospectiva participativa, un nuevo enfoque dentro de la investigación prospectiva, que aboga por una relación más activa, directa y continua entre los ciudadanos y las organizaciones (Salo y Cuhls, 2003). El objetivo más importante consiste en abrir los procesos participativos de reflexión sobre el futuro a una gama más amplia de actores, en particular aquellos que tradicionalmente han sido ignorados, al menos de manera sostenible (por ejemplo, ciudadanos, usuarios o votantes). Un buen ejemplo de este tipo de prácticas deliberativas es la iniciativa United Dreams of Europe (Reinhardt, 2011), llevada a cabo a través de una plataforma virtual (uniteddreamsofeurope.eu), y cuyo objetivo era promover un debate abierto sobre el futuro de Europa entre estudiantes, investigadores y políticos. En dicha iniciativa participaron más de 15.000 ciudadanos de distintos países europeos, como Dinamarca, Italia, Polonia, Turquía, Grecia, España, Austria, Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos y Suiza, entre otros.

A diferencia de las prácticas de apoyo, estas prácticas participativas permiten promover procesos y espacios para la discusión y reflexión abierta e interactiva. Esto fomenta la aparición de lo que anteriormente hemos definido como inteligencia colectiva, en el sentido de que los participantes entran en un proceso más activo, donde diferentes preguntas y puntos de vista están sujetos a discusión con el fin de explorar diferentes enfoques para resolver desafíos sociales puestos en relieve. Teniendo esto en cuenta, hay que destacar algunas cuestiones críticas a la hora de garantizar el éxito de este tipo de participación, incluido el nivel de conocimiento / preparación de los temas que se debatirán (además de un amplio conocimiento general). Debe garantizarse un nivel más profundo de conocimientos entre los participantes, junto con una mayor diversidad en sus puntos de vista, con el fin de enriquecer significativamente estos procesos (Gibson, 2006).

Otros problemas críticos al intentar desarrollar este tipo de práctica provienen de lagunas lingüísticas y culturales. En Guilló (2013) ya se apuntó que los participantes en este tipo de procesos ven la posibilidad de compartir experiencias y puntos de vista con personas de diferentes orígenes culturales como algo positivo. Sin embargo, la barrera del idioma, junto con la falta de puntos de referencia para contextualizar algunas visiones sobre temas sociales y culturales, sigue siendo un obstáculo para decidir si participar o no en estos procesos deliberativos.

Por lo tanto, las prácticas deliberativas se consideran un área prometedora para el desarrollo de proyectos que permitan la participación comunitaria desde un enfoque activo. Sin embargo, una comparación entre los procesos

deliberativos y los procesos de apoyo nos permite afirmar claramente que el nivel de compromiso requerido es mayor, tanto cuantitativamente (tiempo) como cualitativamente (tipo de interacción con la red). Los ciudadanos involucrados en las prácticas deliberativas deben dedicar más tiempo a centrarse en los temas tratados, y se requiere un análisis más crítico para promover una reflexión más profunda sobre los temas a discutir.

2.3. Prácticas colaborativas

En conjunto, y comparando con los tipos de participación arriba descritos, las prácticas colaborativas podrían considerarse el tipo de colaboración que requiere de un rol más activo por parte de los participantes, ya que supone trabajar/desarrollar proyectos y acciones conjuntas para apoyar las cuestiones sociales. Pero llevar a cabo prácticas colaborativas para fines de compromiso cívico no es en absoluto una invención de la Web 2.0. Se han desarrollado durante décadas y han constituido uno de los pilares básicos para impulsar formas más activas y proactivas de compromiso cívico durante la segunda mitad del siglo XX (Harrison y Barthel, 2009). El avance que en este sentido ha supuesto el auge de las redes sociales ha sido el creciente número de personas dispuestas a integrarse en este entorno virtual participativo, tratando de dominar diferentes herramientas de comunicación y networking con el fin de tomar un papel activo en cuestiones que despiertan su interés (Peters y Heraud, 2015).

Esta idea se relaciona también con el paradigma organizacional de la Innovación Abierta, según el cual empresas e instituciones pueden y deben utilizar tanto ideas externas como internas, buscando avanzar en sus tecnologías y proyectos (Chesbrough, 2003). El paradigma de la Innovación Cerrada afirmaba que los procesos de innovación exitosos requieren de control y de entornos cerrados para su desarrollo. Bajo este enfoque de Innovación Cerrada, las organizaciones deben controlar la generación de sus propias ideas, sin necesidad de integrar a todos los actores o actores implicados en el proceso. En cambio, el enfoque de la Innovación Abierta puede considerarse como una especie de paradigma revolucionario que afecta la manera en que se debe abordar la política, la economía y la tecnología.

El surgimiento de la Web 2.0 también ha propiciado la aparición de numerosas plataformas crowdsourcing y crowdfunding, basadas en principios similares a los de la Innovación Abierta. El crowdsourcing se entiende como la recopilación de las contribuciones de muchas partes con el fin de llevar a cabo

un proyecto particular o empresa. Por su parte, el crowdfunding se refiere a la recaudación de fondos a través de pequeñas contribuciones de muchas partes con el fin de financiar un proyecto en particular o una plataforma de riesgo (Howe, 2006).

Otro buen ejemplo de prácticas colaborativas es el desarrollo del código abierto, definido por Lakhani y Von Hippel (2003) como un modelo de desarrollo que promueve el acceso universal -a través de una licencia gratuita- al diseño o proyecto de un producto y la redistribución universal de ese diseño o plan, incluyendo las eventuales mejoras subsecuentes que cualquier persona podría desarrollar sobre los mismos. El uso de este tipo de desarrollos ha experimentado un gran auge en el contexto corporativo, lo que supone un importante indicador cuando se trata de prever desarrollos futuros en otros contextos sociales: según la IX encuesta anual sobre el futuro del código abierto (2015), el 78% de los [empresarios] encuestados dijeron que sus empresas operan parte o la totalidad de sus operaciones con software de código abierto y el 66% dijo que su empresa crea software para clientes construido sobre código abierto. Esta estadística casi se ha duplicado desde 2010, cuando el 42% de los encuestados en la encuesta de Open Source afirmaba que utilizaban código abierto en el funcionamiento de su negocio o de sus entornos computacionales.

Este tipo de prácticas están totalmente orientadas a mejorar los diferentes tipos de participación (desde las de apoyo a las colaborativas), donde se intenta resolver un reto social específico. En este caso, un aspecto importante es proporcionar a los actores implicados las actitudes y habilidades necesarias para llevar a cabo tales acciones a través de las redes sociales. Estas actitudes y habilidades también resultan relevantes en el caso de prácticas de apoyo y colaboración, pero se vuelven críticas en el caso de prácticas colaborativas, que requieren dominar diferentes tipos de herramientas de comunicación digital, códigos y estrategias propias de estas prácticas y los entornos donde se desarrollan.

3. Conclusiones

Tras revisar la evolución de la participación de la ciudadanía en entornos virtuales, podemos decir que, tanto el estado actual de la cuestión situación como las tendencias detectadas, apuntan como reto clave el promover la educación orientada al empoderamiento de la ciudadanía para que adquiera un rol activo (y proactivo) en los procesos que tienen lugar en entornos virtuales. Este empoderamiento supone el pilar básico a la hora de promover todo tipo

de procesos participativos, asegurando que la ciudadanía posea la habilidad, las herramientas y el conocimiento necesarios para participar y defender sus posturas y argumentos en dichos procesos.

El cumplimiento de dicho objetivo, unido a la reducción de la brecha digital (en lo que a acceso a Internet se refiere) puede convertir a Internet en el canal oficial de comunicación para todo tipo de organizaciones a nivel global. En este contexto, y debido a la creciente demanda de transparencia en las sociedades avanzadas, el paradigma de los datos abiertos puede llegar a convertirse en un standard internacional, tanto en el ámbito público como privado, por lo que organizaciones de todo tipo se enfrentarían a la necesidad de crear plataformas de comunicación abiertas que permitan a los clientes tener pleno y fácil acceso a todos los datos relevantes de para ciudadanos, clientes y/o usuarios.

Dicho contexto puede facilitar que los distintos tipos de prácticas llevados a cabo en redes sociales (y especialmente las deliberativas y las colaborativas) se conviertan definitivamente en instrumentos relevantes a la hora de hacer frente a los grandes desafíos globales de manera participativa. Sin embargo, hay que subrayar que, es necesario revisar los posibles efectos secundarios de esta virtualización de la vida social, tales como el aumento de la brecha digital (facilitando la aparición de élites digitales) o el aislamiento social. No en vano, y después de varias décadas de desarrollo de La Sociedad Red, no hemos sido capaces de extraer el máximo provecho de todas las tecnologías disponibles para impulsar los niveles de compromiso comunitario: la tecnología y la infraestructura están aquí, pero se ha demostrado que éstas pueden ser necesarias pero no suficientes para conseguir aumentar el nivel, tanto cuantitativo como cualitativo, de los procesos participativos, posibilitando que toda la ciudadanía tenga la oportunidad de adoptar un rol significativo dentro de los mismos.

4. Bibliografía

Adler, R. P. y Goggin, J. (2005). What do we mean by “civic engagement”? *Journal of Transformative Education*, 3(3), 236-253.

Atzori, L., Iera, A. y Morabito, G. (2010). The Internet of Things: A survey. *Computer networks*, 54(15), 2787-2805.

Bajarin, T. (2014, January 13). "The Next Big Thing for Tech: The Internet of Everything", *Time*. Extraído de time.com/539/the-next-big-thing-for-tech-the-internet-of-everything/

Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Mexico D.F.: FCE.

Beck, U. (2006). *La sociedad del riesgo: Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*. Nueva York: Basic Books.

boyd, D. y Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Brandtzæg, P.B., Følstad, A. y Mainsah, H. (2012). Designing for youth civic engagement in social media. *Proceedings of the LADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media* (pp. 65-73). July 19-21, Lisboa, Portugal.

Castells, M. (2005). *La Era de la Información (vol.1): Economía, Sociedad y Cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2006). Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. In: Castells, M. (Ed.) *La Sociedad Red: Una Visión Global* (pp. 27-75). Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age, 2nd Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard Business School Press.

Clark, J. D. (Ed.). (2012). *Globalizing civic engagement: Civil society and transnational action*. Nueva York: Routledge.

Dearden, L. (2015, May 6). "French parliament approves 'intrusive' surveillance laws after Charlie Hebdo attack." *The Independent*. Extraído de www.independent.co.uk/news/world/europe/french-parliament-approves-intrusive-surveillance-laws-after-charlie-hebdo-attack-10228206.html

DiNucci, D. (1999). Fragmented future. *Print*, 53(4), 2-32.

- Gibson, C. (2006). *Citizens at the center: A new approach to civic engagement*. Washington, D.C.: Case Foundation.
- Giusto, D., Iera, A., Morabito, G. y Atzori, L. (Eds.). (2010). *The Internet of Things: 20th Tyrrhenian Workshop on Digital Communications*. Nueva York: Springer.
- Guilló, M. (2013). Futures, communication and social innovation: Using participatory foresight and social media platforms as tools for evaluating images of the future among young people. *European Journal of Futures Research*, 1(1) 1-17.
- Haller, C. (2011). Micro-participation - Sharing feedback more easily. *Planning News*, 37(8), 9-10.
- Harrison, T. M. y Barthel, B. (2009). Wielding new media in Web 2.0: Exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media y Society*, 11(1-2), 155-178.
- Howe, J. (2006). "The rise of crowdsourcing." *Wired*. Extraído de www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html
- Krishnamurthy, B. y Cormode, G. (2008). "Key differences between Web 1.0 and Web 2.0." *First Monday*, 13(6). Extraído de www.ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125
- Lakhani, K. R., y Von Hippel, E. (2003). How open source software works: "free" user-to-user assistance. *Research policy*, 32(6), 923-943.
- Lévy, P. (2000). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. New York: Basic Books.
- Livingstone, S., Couldry, N., y Markham, T. (2007). Youthful steps towards civic participation: Does the internet help? In B.D. Loader(ed.), *Young citizens in the digital age: Political engagement, young people and new media* (pp. 21-34). London: Routledge.
- Malone, W. y Bernstein, S. (2015). *Handbook of collective intelligence*. Massachusetts: MIT Press.

O'Reilly, T. y Batelle, J. (2009). "Web squared: Web 2.0 five years on. Web 2.0 Summit, 2009." Extraído de www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194

Park, H. M. y Perry, J. L. (2008). Does internet use really facilitate civic engagement? In K. Yang y E. Bergrud (Eds.), *Civic engagement in a network society* (237-269). Scottsdale: Information Age Publishing.

Poushter, J., Clarle, J., Bell, J. y Wike, R. (2015). "Internet seen as positive influence on education but negative influence on morality in emerging and developing nations". Washington D.C.: Pew Research Center. Extraído de <http://www.pewglobal.org/files/2015/03/Pew-Research-Center-Technology-Report-FINAL-March-19-20151.pdf>

Reinhardt, U. (Ed.) (2011). *United dreams of Europe*. Darmstadt: Primus Verlag,

Peters, M. A., y Heraud, R. (2015). Toward a political theory of social innovation: collective intelligence and the co-creation of social goods. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 3(3), 7–23.

Sabatini, F., y Sarracino, F. (2014). Will Facebook save or destroy social capital. An Empirical Investigation into the Effect of Online Interactions on Trust and Networks. Brussels: EERI Research Paper Series.

Salo, A., y Cuhls, K. (2003). Technology foresight – past and future. *Technological Forecasting and Social Change*, 22 (2-3), 79-82.

Schreiner, C., y Sjoberg, S. (2005). Empowered for action? How do young people relate to environmental challenges? In S. Alsop (Ed.) *Beyond Cartesian dualism. Encountering affect in the teaching and learning of science* (pp. 53-69). Dordrecht: Springer

Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media y Society*, 6(3), 341-362.

Touraine, A. (1971). *The post-industrial society*. New York: Random House.

5. Notas

¹ We Are Social (2017). “*2017 Digital Yearbook.*” Extraído de <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/2017-digital-yearbook>

² GWI Social Report (2016). “*GWISocial: Q4 2016 Report.*” Extraído de <https://www.globalwebindex.net/blog/q3-2016-reports-from-globalwebindex-0>

³ Penn, M. (2015). “*Views from around the globe: 2nd annual report on how personal technology is changing our lives.*” Extraído de blogs.microsoft.com/blog/2015/01/19/views-around-globe-2nd-annual-report-personal-technology-changing-lives/#sm.0000vso4htvs3ew7wif18fn97fwx7

⁴ Nielsen (2014). “*Global survey on corporate social responsibility.*” Extraído de www.nielsen.com/us/en/press-room/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is.html

⁵ GWI Social Report (2016). “*GWISocial: Q4 2016 Report.*” Extraído de <https://www.globalwebindex.net/blog/q3-2016-reports-from-globalwebindex-0>



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org

Cómo citar este texto:

Mario Guilló, José F. Mancebo-Aracil (2017): “Comunicación y participación online: la evolución de los procesos participativos en entornos virtuales”, en Miguel Hernández Communication Journal, nº8, pp. 413 a 434. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el __ de _____ de 20__ de: [link del artículo en mhjournal.org](#)