

Ciberparticipación

Comunicación y estrategias digitales

ONGAWA
INGENIERÍA PARA EL DESARROLLO HUMANO

Elaborado por Equipo CRAC

Antonio Moreno

Fernando Domínguez Hernández

2018

Financiado por



La participación digital

Introducción

La participación digital es sobre todo participación. El adjetivo digital viene a ampliar las formas y herramientas hasta ahora existentes para canalizar los procesos de organización y movilización social. Hay que tener en cuenta que este nuevo escenario –aún nuevo, aunque tenga ya 20 años– tiene ciertas características propias con sus limitaciones y sus posibilidades con las que debemos contar antes de iniciar cualquier acción que implique la participación de un grupo de personas.

Escalera de la participación¹

Por tanto, la participación digital al ser participación es compleja, diversa y no se puede tomar como un todo. Además, no es ajena a la participación offline o presencial. En la participación presencial utilizamos la escalera de la participación para determinar el nivel de protagonismo y, por tanto, el grado de decisión que los sujetos van a poder ejercer. De la misma forma podemos incorporar las acciones online en sus diferentes peldaños.

Escalera de la participación

Niveles de participación	Herramientas
Información	Difusión, comunicación, ... en Redes Sociales, Blogs, Webs, Boletines, ...
Opinión: Las entidades recogen la opinión mediante el análisis o la consulta, pero también las personas destinatarias contribuyen a generar opinión.	Creación de comunidad virtual. Consultas online a través de Redes Sociales, Blogs, Webs o Cuestionarios online, entre otros. Denuncias mediante el clickactivismo: compartir, retuitear, likes en Redes Sociales como Facebook o Twitter, firmar campañas o contribuir a campañas online

1 . La escalera de la participación es una aportación realizada por Sherry Arnstein (1969) y ha sufrido muy diversas adaptaciones que en ocasiones la diferencian notablemente de la propuesta original. Aquí tomamos la adaptación realizada por Lorenzo Casellas López ([La participación en el ámbito del trabajo, 2007](#)) por focalizarse en el grado de implicación en la toma de decisiones y por su fácil correlación con la participación social de organizaciones e instituciones en la Red.

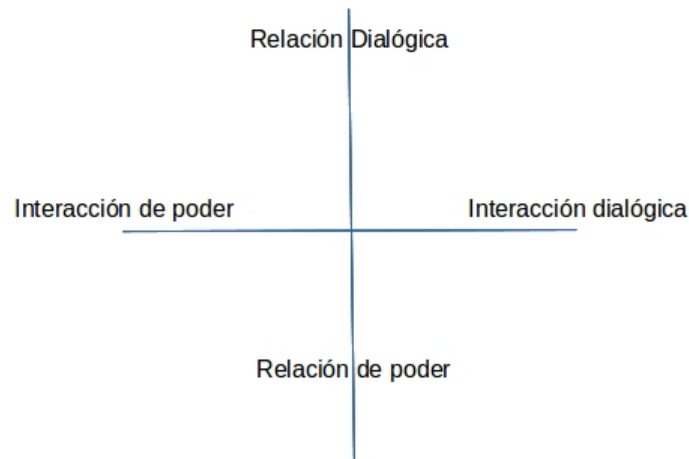
	<p>lanzadas por entidades o instituciones (ej. mandando una foto). Gracias a ello mucha gente se puede sumar a una causa y lograr un efecto viral.</p>
Propuesta	<p>Ciberactivismo.</p> <p>Aunque según la Wikipedia se refiere también al empleo de la tecnología en las diversas formas de activismo, para lograr comunicaciones más rápidas en los movimientos ciudadanos y difundir información local a una gran audiencia. Para poder diferenciarlo del clickactivismo, nos restringimos a su versión más exigente que serviría para la construcción de comunidad y la organización de las entidades, también según la definición de la Wikipedia,</p> <p>Esto implica la utilización de herramientas online orientadas a la colaboración como son los servicios o aplicaciones para compartir archivos, editar documentos, gestionar tareas y proyectos, o facilitar la comunicación de un equipo, entre otros.</p>
Deliberación	<p>En este nivel estaríamos entre formas de ciberactivismo orientadas al debate y diálogo en comunidades virtuales que usan aplicaciones específicas para ello o genéricas como las Redes Sociales, y la tecnopolítica, que definimos en el siguiente nivel, sin implicar la toma de decisiones.</p> <p>Existen plataformas como Reddit o Loomio para establecer debates y realizar preguntas.</p>
Decisión	<p>La tecnopolítica es el uso de herramientas tecnológicas en los</p>

	<p>procesos de toma de decisiones, puedan ser tanto online como offline, o de forma combinada. Normalmente se asocian a la descentralización de la toma de decisiones o para tomas de decisión masivas tanto en formas de democracia directa, como representativa.</p> <p>Por ejemplo, movimientos como el 15M o el Partido X utilizaron plataformas como Liquid Feedback (lqfb) para votar propuestas. Equo y Podemos utilizan Appgree para sus votaciones.</p>
--	--

Según avanzamos en esta sencilla conceptualización de la participación digital encontramos elementos de la participación social que cobran sus matices al aplicarlo en el terreno digital. Uno de ellos es la gestión del poder o la dimensión de la igualdad presente en los procesos participados. El poder se materializa en las relaciones y en las interacciones entre las y los participantes² dando lugar a cuatro situaciones típicas, aunque en la práctica se plasma en diferentes grados.

2 Ver Aubert, Adriana; Flecha, Ainhoa; García, Carme; Flecha, Ramón; Racionero, Sandra (2008). Aprendizaje dialógico en la Sociedad de la Información. Barcelona: Hipatia Editorial.

Relaciones e Interacciones



Este elemento de análisis resulta a menudo ambiguo en las experiencias online, puesto que Internet da la idea de red horizontal en la que todo el mundo participa en igualdad de condiciones. Esa sensación de igualdad no tiene en cuenta la brecha digital, ni los niveles de apropiación tecnológica de quienes participan, ni las entidades y los recursos que mueven quienes lanzan la propuesta, ni las estrategias de comunicación utilizadas, ni las limitaciones y posibilidades de la propia herramienta.

Ejemplos offline de Relación-Interacción

	Relación Dialógica	Relación de poder
Interacción Dialógica	Ej. Cualquier espacio diverso en el que todos sus miembros están en un plano de igualdad y su comunicación se orienta a la búsqueda de los mejores argumentos.	Ej. Un colegio convoca a sus familias para debatir las mejoras educativas que implantarán el centro. Se tienen en cuenta todas las opiniones en función de sus argumentos, y no se privilegian las del equipo directivo. Éste también hace sus aportaciones, claro, pero aportando explicaciones bien argumentadas.

Interacción de poder	Ej. Espacios diseñados horizontalmente, como la asamblea, pueden albergar en ocasiones interacciones de poder aprovechando el estatus, información privilegiada, la retórica, ... que no incluyen razones argumentadas presentadas en igualdad de condiciones.	Ej. La asamblea ordinaria de una asociación donde la junta directiva no incorpora los argumentos de las socias y socios, sino que impone los suyos aunque no sean los mejores.
----------------------	--	--

Online / Offline

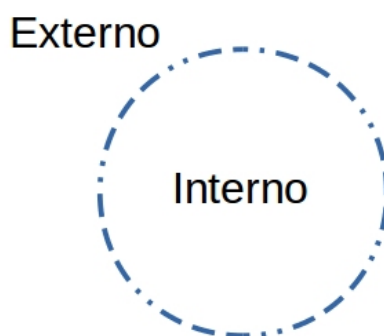
Además, la participación digital sí que plantea una cuestión propia de su condición virtual. Esta es la vinculación de la acción con la dimensión social presencial y offline, digamos, y/o con la dimensión virtual o Internet. Podemos encontrar acciones que sean exclusivamente online y dejen fuera cualquier forma de participación presencial, y viceversa. Y acciones que sean complementarias porque se tienen en cuenta ambas dimensiones, aunque las acciones presenciales y online no se retroalimenten. Por último, tenemos acciones híbridas en las que se combinan las acciones online y presenciales de forma que se van nutriendo mutuamente. Lo que facilita la inclusión de otras voces de la comunidad.

Formas de relación entre la dimensión virtual y presencial

<p style="text-align: center;">Excluyente = Offline versus Online</p> <p style="text-align: center;">Ej. Recogida de firmas online versus Recogida de firmas presencial</p>
<p style="text-align: center;">Complementaria = Offline + Online</p> <p style="text-align: center;">Ej. Campaña de difusión con elementos específicos y adaptaciones para la comunicación tanto online, como en papel.</p>
<p style="text-align: center;">Híbrida = Offline y Online</p> <p>Ej. Proceso de debate sobre una cuestión relevante en una organización, en el que se realizan aportaciones online que se debaten en asambleas presenciales. Las conclusiones vuelven al espacio online, donde se valoran por un grupo más amplio y/o diferente de personas. Finalmente se toma una decisión con medios online y presenciales para facilitar y ampliar la participación. En su conjunto la propuesta mejora la inclusión de otros miembros de la comunidad.</p>

Interno / Externo

Y por último, todo lo anterior puede aplicarse de forma interna o externa a las organizaciones, instituciones o grupos. La frontera que se establezca puede estar más o menos definida según defina la organización. La mención a este punto es obligada porque el hecho de incorporar la dimensión online a una determinada propuesta no implica necesariamente que sea pública. Es decir, el hecho de estar en Internet no significa que sea en abierto. Es perfectamente posible y lícito que determinadas acciones se planteen sólo para un determinado grupo.



Dificultades y retos

En los debates de las organizaciones aparecen con frecuencia referencias generales que tienen que ver con la rápida penetración de la tecnología en nuestras vidas y las dificultades asociadas para mantenerse al día: *"La tecnología va más rápido que nosotros y nosotras"*.

Hablamos de la brecha digital y la brecha generacional. La primera hace referencia tanto al acceso a los dispositivos e Internet, como a los conocimientos necesarios para aprovecharlos. Mientras que la segunda incide en las diferencias en el grado de apropiación. Es decir, en cómo la tecnología forma parte de los hábitos cotidianos de manera desigual en las generaciones más jóvenes respecto de sus predecesoras. Sin embargo, la alfabetización digital de ciertos colectivos de personas más mayores y la aplicación social que hacen de la tecnología actual contrasta positivamente con ciertos usos más extendidos.

Una de las dificultades más recurrentes es la falta de tiempo para poder aprender y mejorar el uso de la tecnología, ya que ésta requiere dedicación y constancia. Por otro

lado, la gran cantidad de información disponible en Internet y el ruido que genera, conlleva a la desinformación si no se manejan las habilidades necesarias para buscar, filtrar y seleccionar críticamente los contenidos.

Por último, aparece la dificultad de ver como materia prima de la información la propia acción cotidiana de movilizaciones, actividades y relaciones. Es fundamental que las asociaciones sean conscientes del gran valor que encierran las historias de sus barrios y municipios, las vidas de sus vecinos y vecinas, y su acciones para convertirlas en productos comunicativos transformadores.

¿Cómo superar las dificultades y retos?

Las organizaciones necesitamos del apoyo de personas sino expertas, sí con ciertas destrezas que faciliten la apropiación de la tecnología, de forma que ésta contribuya a lograr mejor los objetivos de la organización. En muchos casos ya contamos con estos perfiles en nuestras organizaciones, sin embargo, el reto está en no crear una dependencia de ellas y derivarles todo el trabajo relacionado con la implementación de la tecnología. En la medida en que distribuyamos y compartamos este trabajo de comunicación y tecnología ganaremos en apropiación tecnológica como entidad. Para ello podemos ir incorporando nuevas personas a esos grupos especializados en la tarea, pero diversos en sus conocimientos. Por ejemplo a quienes cuelgan contenidos en la web o los comparten en las redes sociales, o a quienes hacen los carteles con herramientas digitales.

Los aprendizajes vinculados a la tecnología en las organizaciones deberían enfocarse a mejorar las capacidades para la participación de sus miembros a través de las herramientas digitales y los entornos virtuales según las propias asociaciones. A través de la educación para la participación digital, de forma análoga a la participación convencional o analógica³.

3 El concepto de Educación para la Participación es una propuesta del Colectivo de Educación para la Participación – CRAC.