

Tema central / Main Topic

Conectividad en Venezuela

Connectivity in Venezuela



MARÍA EUGENIA  
PEÑA DE ARIAS  
(Venezuela)

Licenciada en Comunicación Social (UCAB), Magíster Scientiarum en Artes Liberales (Universidad de Navarra). Profesora de Sociología de la Comunicación en la Escuela de Comunicación Social y de Seminario de Trabajo Especial de Grado en la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. Presidente Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico Universidad Monteávila. Actualmente cursa el Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Simón Bolívar. Miembro del Consejo Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación.  
Correo electrónico:  
marias@uma.edu.ve  
Teléfono: +58 (212) 2325255 / 2327170 / 2325142 / 2323221  
Fax: +58 212 2325623



## Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook

*The virtual social networks as spaces  
for the discussion of public matters:  
study of the groups on Venezuelan  
politics of Facebook*

Recibido: 27/ 10/ 2010

Aceptado: 29/ 11/ 2010

© De conformidad por su autora para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

## RESUMEN

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

*Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook*

Este artículo presenta los resultados de un trabajo de investigación sobre el uso que están haciendo los venezolanos de las redes sociales virtuales, específicamente Facebook, para la discusión de asuntos públicos. Para el análisis se seleccionaron los grupos organizados en esta red social, y dentro de ellos se estudiaron los foros de discusión. Se concluye que los venezolanos que participan en estos espacios encuentran en ellos ámbitos para dialogar sobre temas locales, y que se manifiesta la polarización política que caracteriza la vida pública y los medios de comunicación venezolanos.

**Descriptor:** Asuntos Públicos / Medios de Comunicación / Redes sociales virtuales / Venezuela.

---

## ABSTRACT

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

*The virtual social networks as spaces for the discussion of public matters: study of the groups on Venezuelan politics of Facebook*

This article analyses the results of research work focused on the relevance venezuelan citizen give to virtual social networks. It focuses specifically on Facebook and dissects facts related to discussion of public issues. A selection was made of certain organized discussion groups and forums for analysis. It was concluded that Venezuelans participate actively in this spaces, they use them intensively for local subjects and display in them wide political polarization witch reflects the reality of Venezuelan public political life and the venezuelans communication media.

**Key words:** Public issues / Communication media / Virtual social networks / Venezuela.

---

## RÉSUMÉ

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

*Les réseaux sociaux virtuels comme espaces pour la discussion des affaires publiques: étude des groupes sur la politique vénézuélienne de Facebook*

Ce document présente les résultats d'un travail de recherche sur l'usage que font les vénézuéliens des réseaux sociaux virtuels, Facebook en particulier, pour la discussion des affaires publiques. Pour les analyses nous avons sélectionné plusieurs groupes organisés de ce réseau au sein des quels nous avons étudié les forums de discussion. Nous concluons que les vénézuéliens qui participent à ces forums trouvent des champs de discussion sur des thèmes locaux et qui mettent à jour la polarisation politique qui caractérise la vie publique et les médias de communication vénézuéliens.

**Mots-clés:** Affaires publiques / Médias de communication / Réseau social virtuel / Vénézuéla.

---

## RESUMO

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

*As redes sociais virtuais como espaços para a discussão de assuntos públicos: estudo dos grupos em políticas venezuelanas de Facebook*

Este artigo apresenta os resultados de um trabalho de investigação sobre o uso que os venezolanos fazem das redes sociais virtuais, especificamente do Facebook, para a discussão de assuntos públicos. Para a análise foram selecionados os grupos organizados nesta rede social, e dentro destes grupos foram escolhidos para o estudo os foros de discussão. A conclusão da pesquisa aponta a que os venezolanos que participam nestes espaços encontram neles âmbitos para o diálogo sobre questões locais, e que fica em evidência a polarização política que caracteriza à vida pública e aos media na Venezuela.

**Palavras-chave:** Assuntos públicos / Media / Redes sociais virtuais / Venezuela.

---

## I. INTRODUCCIÓN: EL NUEVO ESCENARIO MEDIÁTICO

Un reciente estudio sobre los medios de comunicación en Estados Unidos indica que el consumo de medios de comunicación convencionales decrece, mientras que el uso de los medios digitales se incrementa. Entre 2006 y 2008, el consumo de las mayores cadenas de televisión pasó del 71% al 65%, el de los periódicos locales descendió del 69% al 63%, y el de la televisión local del 74% al 62%. Al contrario, **el uso de redes sociales virtuales** pasó, en el mismo período, de 17% a 26% y el de los blogs del 13% al 24%. (Ketchum and USC Annenberg Strategic Public Relations Center. Citado por eMarketer, 2009).



En Venezuela encontramos también un auge de las redes sociales. Un estudio de Tendencias Digitales afirma que el uso de Facebook en el país subió 1.200% en el 2008 (Rodríguez, 2009) y, según la agencia Reuters, en el 2009 se incrementó en ciento por ciento (Noticias 24, 2010). Según las estadísticas de Alexa (2010), éste es el segundo sitio más visitado por los venezolanos. Se estima que el 60% de los venezolanos que se conectan a Internet, unos 5,3 millones, tiene cuenta en Facebook (Reuters. Citado por Noticias 24, 2010).

El consumo de estos nuevos medios tiene una particularidad: la **flexibilidad en su uso**. Son utilizados para hacer nuevos amigos, mantener relaciones sociales, hacer negocios, vincular a los líderes políticos con sus seguidores, transmitir información en países donde opera una fuerte censura a la libertad de expresión... El uso que hace de Facebook el presidente norteamericano Barak Obama para mantener el contacto con sus adeptos, o el manejo que hicieron de Twitter los iraníes para informar de la represión en el país luego de las elecciones del 2009, son ejemplos de esto. Tal parece que los sistemas informativos se reconfiguran para acoger a estos medios que comparten con los medios tradicionales su carácter mediador del diálogo social.

Blogs, redes sociales, microblogs y foros de discusión –herramientas de comunicación que integran la web 2.0– han hecho renacer las esperanzas

sobre la posibilidad de generar espacios desde los que se propicie la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. Aunque es pronto para afirmarlo, las investigaciones comienzan a arrojar conclusiones según las cuales estos medios digitales son ámbitos de interrelación y deliberación que podrían revitalizar la vida pública.

Williams y Gulati (2008) afirman que el éxito de las campañas electorales en las redes sociales –y en especial en **Facebook**– es tan importante que debe ser considerado a la par de otros indicadores del desarrollo de la contienda, tales como el dinero, los recursos organizacionales y las encuestas. Afirman que, aunque es prematuro definir el rol político de Facebook, está claro que esta red puede activar la vinculación de los ciudadanos con los candidatos, haciéndolos parecer más accesibles.

Por su parte Kim (2006), al estudiar la relación entre los patrones de uso de Internet y la participación política en Corea del Sur, encontró una mayor disposición a la participación política entre los ciudadanos que intervienen en foros de discusión *online*. Sostiene que la deliberación en estos espacios virtuales puede mejorar las cualidades políticas de los ciudadanos, lo que favorecería su participación en la vida pública. Ve en estos foros digitales espacios plurales que pueden motivar la expresión de opiniones personales de quienes han vivido bajo regímenes antidemocráticos que han restringido la libertad de expresión.

Dahlberg (2001), en su estudio sobre el foro de discusión Minnesota E-Democracy, obtiene resultados que indican que este espacio funciona verdaderamente como ámbito de deliberación de asuntos públicos. El foro mantiene la independencia con respecto a intereses económicos y políticos, lo cual contrasta con la postura de quienes ven en Internet un territorio colonizado por los intereses económicos. Los participantes dialogan entre sí y están dispuestos a revisar sus creencias y posturas, se respetan reglas para evitar las intervenciones ofensivas y los foristas se sienten motivados a revelar su identidad, lo que sale al paso del temido anonimato en la red.

Estas experiencias invitan a estudiar **cómo se configuran los procesos comunicacionales a través de estos nuevos medios**. Nuestro propósito es describir **cómo los están utilizando los venezolanos para identificar si efectivamente actúan como ámbitos que posibilitan el diálogo sobre**

**asuntos públicos, concretamente referidos a la política nacional.** Nos preguntamos, ¿entablan diálogo los ciudadanos que se encuentran en estos espacios?, ¿se mantiene la polarización política que se observa en los medios y en la sociedad?, ¿qué temas se tratan en estos espacios?

Nuestro interés está motivado por las reconfiguraciones que ha sufrido nuestro sistema informativo debido a las condiciones políticas, económicas y jurídicas en las que le toca operar actualmente. Ante la fuerte polarización política presente en la sociedad y los medios, la desaparición



de medios con gran tradición en el país, y la reconfiguración del sistema de propiedad que posiciona al Estado venezolano como el propietario que más concentra medios televisivos y radiales (Peña y Bautista, 2007), es importante comprender **cómo podría ampliarse el mapa de medios que vinculan al ciudadano con la política, incluyendo los nuevos espacios abiertos con los medios digitales.**

Para desarrollar este estudio seleccionamos de entre todos los medios reunidos en la **web 2.0 a las redes sociales**, debido a la vocación comunitaria con la que han sido creadas. Como explican Cobo y Pardo (2007), son *«herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social»* (p. 63), lo que nos permite presumir que se dan interacciones entre sus miembros y no sólo procesos informativos. Seleccionamos entre todas ellas a Facebook por ser la de mayor consumo en el país.

Dentro de esta red, concentramos el estudio en los grupos, puesto que nos interesaban las asociaciones voluntarias que hacen los miembros para la discusión de temas específicos –en este caso, política nacional– y esta es la aplicación que propone la red para tal fin. Estudiar los procesos comunicacionales que se llevan a cabo a través de estos medios no es tarea sencilla. El ritmo acelerado de las actualizaciones, el crecimiento exponencial de

sus usuarios y su diversidad limitan la aplicabilidad de los métodos tradicionales de las ciencias sociales. Es por ello que, para esta primera aproximación, nos adentramos en su estudio con un alcance reducido y con una estrategia híbrida, que combina el **análisis de contenido** con la propuesta metodológica de Vergeer y Hermans (2008) para analizar discusiones en línea.

En el primer apartado hacemos un recuento de los grupos sobre política nacional alojados en Facebook y describimos su **estructura morfológica**, indicando la posición política que manifiestan en sus datos de presentación y el uso que hacen de las secciones<sup>1</sup>. Con el propósito de conocer de qué hablan y cómo lo hacen los ciudadanos en esta red, en el segundo apartado nos concentramos en el grupo con mayor número de miembros. Hacemos una categorización de los temas de discusión tratados en los foros, y analizamos la **estructura de la discusión** de uno de ellos y sus normas de regulación. En el tercer apartado, describimos la posición política que manifiestan quienes participan en los foros de este grupo, con el propósito de ver si es similar o si en este espacio coexisten voces con posturas distintas o contrarias entre sí. Además, analizamos el uso informativo que se da a estos espacios. Finalmente, resumimos nuestra lectura de **cómo están utilizando los venezolanos Facebook para la discusión de asuntos públicos relacionados con la política nacional**.

## II. LA POLÍTICA NACIONAL EN FACEBOOK: MORFOLOGÍA DE LOS GRUPOS

Facebook clasifica los grupos en categorías, y dentro de éstas en subtipos, dependiendo de la identificación que establece su creador. Los grupos del subtipo «Política» están incluidos en la categoría «Información general». Para identificar los grupos sobre política nacional alojados en Facebook, utilizamos el buscador de grupos de la red. En la semana que seleccionamos para realizar este estudio –elegimos al azar la semana del 20 al 27 de junio

---

<sup>1</sup> Todos los grupos tienen elementos predeterminados: permiten colocar un nombre, un logo, información básica y de contacto; tienen las secciones de Miembros, Foro de debate, Muro, Fotos, Videos, Eventos y elementos publicados.

de 2009– existían 537 grupos clasificados dentro de Política, y entre ellos encontramos trece referidos a la política en Venezuela. Doce de ellos eran de acceso abierto, es decir, cualquier miembro de la red puede unirse cuando lo desee o ser invitado a él; su información y contenido pueden ser vistos por cualquier persona y puede ser indexado por los motores de búsqueda. Uno, *A que consigo mas de 4.760.485 personas que NO quieren la enmienda*, era privado: quien desee entrar al grupo debe solicitarlo y ser aceptado por los administradores. Cualquiera puede ver la información del grupo, pero sólo los miembros pueden ver el contenido de las secciones.

El grupo más grande, llamado *Leopoldo López, candidato a presidente 2012*, y al cual nos referiremos luego con más detalle, tenía para ese momento 194.263 miembros. El segundo en cuanto a tamaño era *A que consigo 5.000.000 de personas que digan No! A la reelección de Chávez*, que contaba con 124.533 miembros; y el tercero, *No a la reelección indefinida de Chávez*, reunía a 105.230 miembros.

A continuación se presenta la **tabla n° 1** que refiere los trece grupos sobre política nacional que identificamos, organizados en forma descendente según el número de miembros. Hemos mantenido los criterios gráficos que utilizan los creadores de los grupos para denominarlos. El dato del número de miembros –que varía frecuentemente– fue recabado el 20 de junio de 2009.

**Tabla 1**  
**Grupos sobre política venezolana organizados en Facebook**

N°	Nombre	N° de miembros
1	LEOPOLDO LÓPEZ, Candidato a Presidente 2012	194.263
2	A que consigo 5.000.000 de personas que digan ¡NO! A la Reelección de Chávez	124.533
3	No a la reelección indefinida de Chávez	105.230
4	¡¡¡No más Chávez!!!	78.392
5	apuesto a que encuentro a 1.000 personas que odien a HUGO CHÁVEZ	55.103
6	LA FORMA MÁS SEGURA DE RASPAR TUS CUPOS	51.823

Tabla 1 (continuación)

N°	Nombre	N° de miembros
7	VENEZOLANOS POR EL «NO» A LA ENMIENDA CONSTITUCIONAL	41.757
8	26 millones contra 26 leyes	30.080
9	A que consigo más de 4.760.485 personas que NO quieren la enmienda	29.634
10	NO A LA NUEVA ENMIENDA O REFORMA DE CHÁVEZ PARA PERPETUARSE EN EL PODER	28.356
11	APOYAMOS A MANUEL ROSALES	24.632
12	Por la Recuperación de Carabobo: HENRIQUE SALAS FEO, de nuevo: GOBERNADOR	20.566
13	KINI PRESIDENTE DE VENEZUELA	16.627

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, **once de los trece grupos se identifican claramente como de oposición al gobierno del presidente Hugo Chávez**. Cuatro de ellos hacen referencia directa a su oposición al mandatario, cuatro se posicionan contra propuestas gubernamentales y tres de ellos manifiestan su apoyo a algún personaje público de oposición. Los dos que no explicitan en el nombre su posición política son *Kini, presidente de Venezuela*, que hace alusión al conocido muñeco del ventrílocuo Carlos Donoso; y *La forma más segura de raspar tus cupos*, que hace referencia a cómo consumir la cantidad de dólares asignados por Cadivi a los venezolanos. El primero, en su descripción, hace una parodia de lo que se necesita para convertirse en presidente de Venezuela. El segundo convoca a eventos en los que se refleja su postura opositora.

En el logo que acompaña al nombre y la descripción del grupo también se manifiesta claramente la posición política de los grupos. Los cinco grupos que hacen mención a Chávez en su nombre, se acompañan gráficamente por alguna foto, fotomontaje o caricatura de éste. En todos los casos, Chávez aparece rechazado o ridiculizado. Al contrario, en los tres grupos

que apoyan a algún líder de la oposición la imagen que los identifica es una fotografía que exalta al personaje.

Esta primera revisión permite ver que **la totalidad de los grupos se hace eco de la polarización que caracteriza la política venezolana, que se entiende en términos de apoyo o rechazo al presidente Chávez y su gestión.** En esto el espacio público virtual sigue al espacio público que se observa en los medios tradicionales y en el debate político en general. Esta tendencia también ha sido identificada por Mireya Lozada (2004) en su estudio sobre el ciberciudadano venezolano.

**Para la fecha del estudio, el espacio de los grupos políticos de Facebook estaba siendo utilizado exclusivamente por opositores al presidente Chávez.** Si bien sus partidarios hacían incursiones en esos grupos, como veremos más adelante, ninguno de ellos había iniciado un grupo de apoyo a su líder, lo que hace pensar que todavía no habían identificado el potencial que van teniendo las redes sociales virtuales para la cohesión de sus miembros en torno a un ideal o personaje político. La situación era similar en el caso de la red social Myspace, con mucha menos preferencia entre los venezolanos. Según Alexa (2009), esta red ocupaba en junio de 2009 el puesto 52 del ranking de sitios más visitados por los venezolanos. De sus trece grupos que se refieren a política nacional, inventariados dentro de un total de 229 grupos clasificados en la categoría Gobierno y Política, sólo cuatro de ellos manifestaban apoyo al presidente Chávez. El más numeroso se llama Movimiento Socialista Venezolano y tenía 123 miembros; era el grupo más grande dedicado a política nacional en esa red.

En cuanto a la actividad y el uso de las secciones dentro de los grupos, la frecuencia de actualizaciones en **el Muro** y los foros de debate indica que de los doce grupos de Facebook con acceso abierto, once de ellos se mantenían para esa fecha con una actividad constante desde su creación (**ver tabla n° 2**). En todos ellos la sección que reportó más actividad fue el Muro, en el que los miembros tienen la posibilidad de escribir mensajes que pueden ser leídos por toda la comunidad. En cuanto al uso de los demás recursos, resaltaba el grupo llamado *No más Chávez!!!* Era el primero en cuanto al número de enlaces, videos y fotos publicados. Asimismo, era el que mantenía más activa la sección de noticias, escasamente utilizada por el resto de los grupos.

**Tabla 2**  
**Uso de los recursos de Facebook en los grupos sobre política venezolana**

Nº <sup>2</sup>	Nombre	Mensajes en el muro	Temas de debate	Noticias	Enlaces	Videos	Fotos
1	Leopoldo López...	6953	82	1	4	7	0
2	A que consigo...	3622	135	0	216	18	437
3	No a la reelección...	4149	188	1	263	24	575
4	No más Chávez	3269	351	Enlace a 43	743	83	868
5	Apuesto a que...	3549	358	1	458	67	601
6	La forma más...	786	11	0	21	3	23
7	Venezolanos por el «no»...	1177	34	0	92	8	130
8	26 millones...	745	46	1	66	6	63
9	No a la nueva...	0	0	0	0	0	0
10	Apoyamos a Manuel...	1297	30	0	39	5	60
11	Por la Recuperación...	1772	0	2	5	5	445
12	Kini Presidente...	365	6	0	56	9	41

Fuente: elaboración propia.

Otra sección de escasa utilización es la **convocatoria a eventos**; de los doce grupos de acceso abierto sólo la mitad la usa. En varios casos se hace una equivocada utilización de la herramienta, pues aunque se publica alguna información no se trata de una convocatoria a la que los miembros puedan responder. Cuando se emplea adecuadamente, destacan dos características: a) los eventos a los que se invita son, en su mayoría, fuera de la red virtual, se llama a concentraciones de calle; y b) estas convocatorias pretenden una respuesta global, simultánea, en varias ciudades del mundo. En la **tabla n° 3** se resume cómo se utiliza esta aplicación. Hemos omitido las convocatorias que no califican como tales.

<sup>2</sup> Se ha omitido el grupo llamado *A que consigo mas de 4.760.485 personas que NO quieren la enmienda* porque no se pueden contabilizar los recursos al ser de acceso restringido.

Tabla 3

## Uso del recurso «Eventos» en los grupos de Facebook sobre política venezolana

Grupo	Convocatorias	Offline	Alcance de la Convocatoria Offline	Online
Leopoldo López...	3	1	Local	2
No más Chávez	5	5	Global	0
Apuesto a que...	1	1	Global	0
La forma más...	2	0		2
Venezolanos por el "No"...	1	0		1
Apoyamos a Manuel...	1	1	Local	0

Fuente: elaboración propia.

En el grupo de apoyo a la candidatura presidencial de Leopoldo López, si bien se registran cinco convocatorias, sólo tres califican como tales. Una refiere a un llamado a asistir a un Foro sobre la enmienda constitucional, que se efectuaría en Barcelona (Edo. Anzoátegui); y otras dos son convocatorias a reuniones virtuales en el espacio del grupo. Por su parte, *Apoyamos a Manuel Rosales* también pretende que el grupo sea un espacio para motivar acciones de calle y utiliza la sección para llamar a una concentración en Maracaibo.

El grupo *No más Chávez* hace cinco convocatorias, cuatro de las cuales son a concentraciones frente a embajadas y consulados en ciudades de Estados Unidos para protestar contra el gobierno venezolano, y una es la invitación a una manifestación en Colombia. *apuesto a que encuentro a 1000 personas que odien a HUGO CHÁVEZ* se hace eco de la convocatoria del grupo *No más Chávez* a las concentraciones frente a las embajadas.

El grupo *La forma más segura de raspar tus cupos* utiliza esa sección para convocar una reunión virtual del grupo y una acción contra CADIVI: proponen colmar el buzón de correo electrónico de la institución como forma de protesta. El grupo *Venezolanos por el No a la enmienda constitucional* hace dos convocatorias, una de las cuales no se concreta y la otra es un llamado a inscribirse en *mercadolibre.com*, para que, a cambio, esta empresa apoye la propaganda anti-Chávez.

Como se observa en la **tabla n° 3**, el grupo *No más Chávez* demuestra, también en esta categoría, una mayor actividad que el resto de los grupos estudiados. Propone el 11 de abril como el Día Mundial contra Chávez, y llama a concentraciones en todo el mundo. Esa convocatoria, realizada inicialmente en este grupo de Facebook, fue replicada luego en varios blogs. El llamado fue acogido en Madrid, donde se concentró medio centenar de personas, según informaron CadenaGlobal.com (2008) y El Observador en línea (2008).

Aunque el alcance luce reducido cuando lo comparamos con otras convocatorias que se han hecho a través de espacios virtuales, esta experiencia habla del potencial de las redes sociales para organizar acciones enmarcadas en lo que ha sido llamado ciberactivismo o activismo digital. Una muestra más contundente de ese potencial es el caso del grupo de Facebook *A Million Voices Against FARC*, que convocó concentraciones contra el grupo terrorista colombiano, llamado que fue atendido en 165 ciudades por millares de personas (Neumayer & Raffl, 2008); o la convocatoria que hizo a través del correo electrónico MoveOn, movimiento ciberactivista que cuenta con más de cinco millones de miembros en todo el mundo, para protestar contra la guerra en Irak, y que logró reunir a un millón de personas en vigiliadas contra la guerra en 130 ciudades (Boyd, 2003). Luego de esta descripción de la morfología de los grupos, pasemos al **contenido** que se maneja en ellos.

### III. LOS TEMAS DE LOS FOROS DE DISCUSIÓN

La aproximación a la morfología de los grupos indica que Facebook es un espacio utilizado asiduamente por algunos venezolanos como medio para expresarse y comunicarse sobre la política nacional, lo cual nos llevó a preguntarnos por **los temas que se tratan en estos grupos y las relaciones que se establecen entre los miembros**, aspectos que abordaremos en los siguientes apartados.

Para conocer los temas tratados, hicimos un **análisis de contenido de los foros de discusión del grupo con mayor número de miembros**, referido al apoyo de la candidatura presidencial de Leopoldo López. Elegimos

los foros porque son espacios diseñados para el intercambio de ideas: cualquier miembro puede iniciar un foro y cualquiera puede intervenir en él. En este grupo se han iniciado 82 foros desde su creación. Sin embargo, para el análisis sólo consideramos los 51 foros que se mantenían activos durante la semana de estudio. Más del 70% de los temas no fueron seguidos por los miembros del grupo; no superaron los 10 mensajes. Sólo un tema tuvo más de 70 intervenciones.

Clasificamos el contenido de los temas de debate en 9 grupos, según la temática predominante en ellos. La determinación de la **categoría temática** se realizó luego de leer los mensajes de todos los foros e identificar los asuntos que más se repetían. En algunos casos, se optó por dividir una categoría en dos, dada la recurrencia especial de un aspecto en los foros. Esto lo hicimos con el subtema inhabilitación, que separamos de la categoría Leopoldo López; y el subtema partidos políticos, que podría incluirse en la categoría de Unidad opositora. Las categorías de contenido se describen a continuación.

1. Leopoldo López, que recoge 11 temas relacionados con el apoyo a la candidatura presidencial única de Leopoldo López para el 2012, la agenda del político, y un foro sobre el parentesco de Leopoldo López con Simón Bolívar.
2. Unidad opositora, que reúne 9 foros que tienen como tema principal la necesidad de que la oposición se una para hacer frente electoralmente a Chávez.
3. Acciones de Chávez, en el que incluimos 9 temas que hacen referencia a: a) acciones tomadas por el presidente o su gobierno, tales como regalos a otros países, expropiación de empresas, medidas económicas, entre otras; b) acciones que, según piensan los foristas, podría realizar el presidente, como utilizar la gripe AH1N1 para impedir manifestaciones políticas; y c) comparaciones entre la actuación de Chávez y la de gobiernos extranjeros no democráticos, como las equi-paraciones que se hacen con la situación en Irán.
4. Partidos políticos, que agrupa 4 foros en los que la temática principal es la crítica a la actuación de los partidos políticos de oposición.

5. Participación política, que comprende 3 foros en los que se trata sobre acciones políticas propuestas por los ciudadanos, tales como el apoyo a Globovisión, la desobediencia civil y el movimiento estudiantil.
6. Inhabilitación de Leopoldo López: reúne 4 temas donde se discute principalmente el tiempo que durará la medida y se toma posición sobre ésta.
7. Grupo: que incluye 3 temas en los que se tratan aspectos relativos a la organización del grupo de Facebook.
8. *Spam*: que acoge 4 temas con contenido publicitario o donde se toma posición sobre el *spam* en el grupo.
9. Otros: categoría que incluye 4 foros de temática variada, a saber, pobreza, emigración, propuesta de federalismo para Venezuela y propuestas para mejorar el país.

El tema de la unidad opositora no sólo es el segundo que más se repite en los foros, luego del tema de Leopoldo López que, como era de esperarse, es el más tratado, sino que los foros que se refieren a él tienen alta participación. El tema de Leopoldo López está claramente asociado a éste, pues se ve en él un líder político que puede responder a los deseos de una candidatura única de la oposición. A su vez, el de partidos políticos también guarda estrecha relación con él, dado que la crítica a estas organizaciones viene dada por su incapacidad para lograr la unidad. Al hacer el ranking de los foros en función del número de mensajes publicados encontramos que en los 5 primeros lugares se ubican 3 temas relacionados con esta categoría (ver tabla 4).

El examen de la temática de los foros indica que en ellos se comparte tanto las reacciones a temas de la agenda mediática como el interés por debatir asuntos que se consideran como importantes, aunque no se relacionen directamente con un hecho noticioso. Diecisiete de los 51 foros estudiados se refirieron a un tema presente en la agenda de los medios; tal es el caso del que trata de la gripe AH1N1, el conflicto en Irán, la inhabilitación de Leopoldo López o los conflictos laborales, por citar unos casos. Treinta de los temas se centraron en asuntos de actualidad pero que no fueron explíci-

**Tabla 4**  
**Ranking de los temas de discusión según el número de mensajes recibidos**

Posición	Título del debate	Tema	Nº. de mensajes
1	¿Qué le falta y en qué podemos ayudar a Leopoldo López para que sea nuestro próximo presidente de la república?	Unidad opositora	78
2	La Pobreza: ¿Qué proponen para el mejoramiento de nuestra Calidad de Vida en la sociedad venezolana?	Pobreza	55
3	¿Leopoldo López sabrá que este grupo de apoyo a su personaje político existe?	Leopoldo López	52
3	¡Vota en la encuesta y nos daremos cuenta!	Unidad opositora	52
4	Un solo partido	Unidad opositora	47
4	¿Qué prometes si Leopoldo es presidente?	Emigración	47
5	Debe volver Leopoldo López al PJ	Partidos políticos	38
5	Leopoldo López (desendiente de Bolívar, para rabia de algunos). Ellos también son bolivarianos ...pero de sangre	Leopoldo López	38

Fuente: elaboración propia.

tamente referidos a un hecho noticioso concreto, tales como la necesidad de la unidad opositora, las causas y posibles soluciones al problema de la pobreza, o la plataforma política que debería impulsar la candidatura de Leopoldo López.

En los foros del grupo analizado se observa un predominio de temas locales, a pesar del alcance global de Internet y de Facebook. Esto ha sido identificado también por Becker y Wehner (Citados por Rasmussen, 2009). Aunque encontramos temas internacionales, como el conflicto en Irán, éstos

se enfocan desde una perspectiva local, se intenta establecer relaciones entre la situación en ese país y en Venezuela.

#### IV. LOS FOROS COMO ESPACIOS DE DISCUSIÓN

En su análisis sobre Internet y la participación política, Kim (2006) afirma que la red se diferencia de los medios tradicionales en que permite a los ciudadanos deliberar sobre intereses comunes, asuntos de interés general y temas conflictivos, entendiendo la deliberación como un discurso interpersonal dirigido a resolver alternativas conflictivas sobre asuntos públicos. Esta premisa ha sido confirmada por Dahlberg (2001) en su estudio sobre el caso de Minnesota E-Democracy, grupo de discusión que funciona a través del correo electrónico.

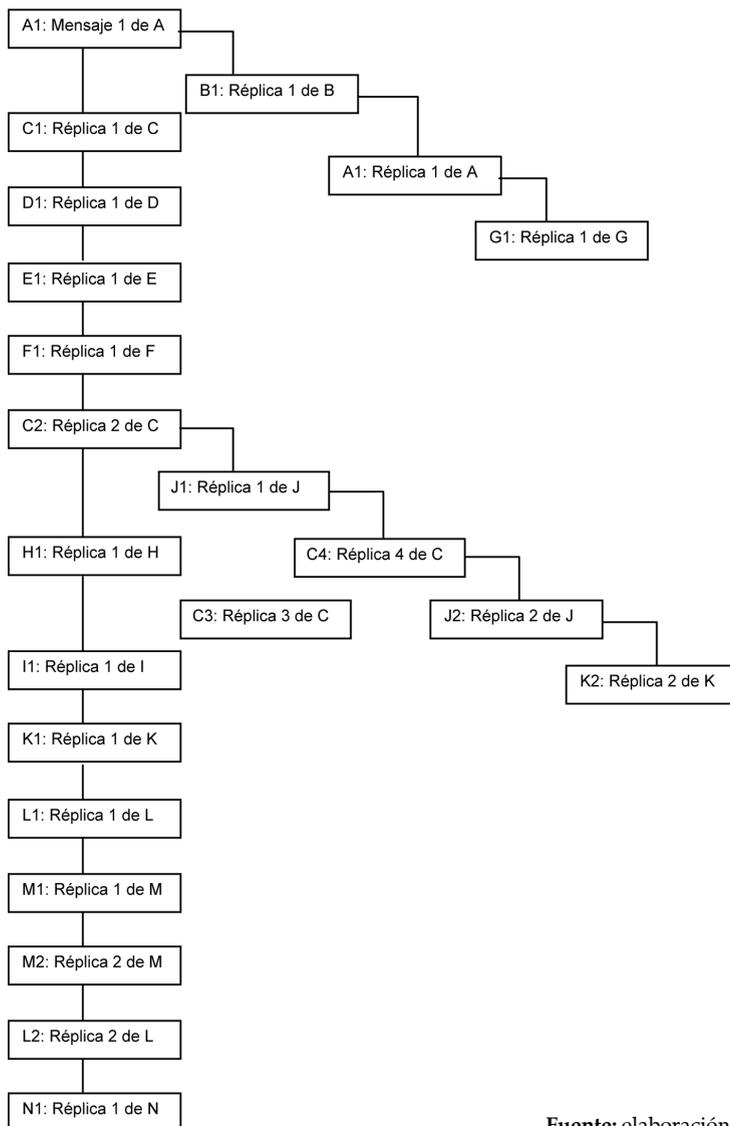
Para analizar si los foros del grupo *Leopoldo López, candidato a presidente 2012* funcionan como un espacio de deliberación, tomamos al azar uno de ellos, titulado *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...*, que tiene 24 mensajes y en el que participan 15 personas<sup>3</sup>. Seguimos el modelo propuesto por Vergeer y Hermans (2008) para visualizar las discusiones *online*. En él se indican los mensajes con recuadros y se identifica a cada participante con letras consecutivas. Véase el **gráfico N° 1** del tema de discusión elegido.

El tema se inicia con un comentario referido a la necesidad de contar con la mayoría de los diputados de oposición en la Asamblea Nacional para que se pueda discutir la posibilidad de una amnistía que revierta la inhabilitación de Leopoldo López. La mayoría de las intervenciones responden al mensaje 1 de A. Pero en la discusión surgen otros dos temas: el ataque contra los partidarios de Acción Democrática, que se visualiza en el gráfico con la réplica 1 de B, y la posible candidatura presidencial única de Henrique Salas Feo, que comienza con la réplica 2 de C.

<sup>3</sup> Estos números no coinciden con el gráfico que se presenta a continuación, porque los administradores eliminaron dos comentarios.

Gráfico 1

Análisis de red del foro *para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010*



Fuente: elaboración propia.

En este foro se abre un espacio para la discusión de asuntos públicos en el que participan 13 personas en igualdad de condiciones, en el que a partir de un tema inicial surgen otros intereses a medida que se desarrolla la conversación. Este espacio es diferente al de los medios de comunicación de masas, en los que se utilizan criterios para la jerarquización de las opiniones y de las fuentes dependiendo de su grado de institucionalización y relevancia social, y donde suele considerarse un número menor de participantes. Sin embargo, el foro no es un ámbito de deliberación, no se busca el consenso, no se concreta ninguna acción, no se define ninguna solución.

No hay reglas definidas para la intervención en el foro. Otros grupos sí establecen unas pautas que regulan las relaciones entre los participantes. Tal es el caso del grupo *Barack Obama (One Million Strong for Barack)* (Facebook, 2009a), que en su descripción establece normas para publicar fotografías, limita el uso de símbolos, advierte que no se permite el trato irrespetuoso entre los participantes ni *spam*, señala que las intervenciones deben tener alguna información, argumento o sustancia, e indica que los ataques deben estar sustentados, entre otras normas. En otros grupos, la regulación de los foros viene dada por las sanciones sociales de los participantes, quienes ignoran los comentarios ofensivos e irrespetuosos. Así, la indiferencia cumple una función punitiva (Janack, 2006). En el foro analizado, esto ocurre con el comentario del participante I, que se muestra ofensivo y es ignorado por los foristas.

Janack (2006) explica que cuando el comentario no es ignorado, generalmente se utiliza otro recurso disciplinario: el ataque *ad hominem*. Tipifica tres variaciones de este recurso: la calificación del participante que ha hecho el comentario irrespetuoso u ofensivo como «trol»; el ataque a quien hace el comentario, no a su argumento; y el uso del nombre de quien hizo el comentario ofensivo para hacerle comentarios también ofensivos. En el foro analizado, cuando los comentarios no fueron ignorados se recurrió al segundo tipo de ataque. El comentario ofensivo del participante H fue respondido en los mismos términos por C en la réplica 3. Tanto en el caso de I como en el de H, ambos defendieron una postura ideológica a favor del chavismo, contraria a la de los otros participantes.

En este foro, los coordinadores del grupo no intervinieron. Una situación distinta se dio en el foro llamado *LEOPOLDO LÓPEZ (descendiente de*

*Bolívar, para rabia de algunos) Ellos también son bolivarianos ...pero de sangre,* en el que uno de los administradores anuncia que los comentarios de uno de los foristas fueron eliminados porque utilizó «un lenguaje poco apropiado» (Facebook, 2009c). Por los comentarios de los otros participantes se puede saber que este forista mantenía una postura pro-gobierno, contraria a la de la mayoría de los participantes. Los mensajes ofensivos de éstos no fueron eliminados.

## **V. LA HOMOGENEIDAD POLÍTICA DE LOS FOROS**

Kim (2006) afirma que una característica de los foros virtuales es que quienes intervienen mantienen una postura ideológica similar, las comunidades virtuales tienden a ser homogéneas. Justo porque uno de los méritos de Internet es conectar personas con intereses y metas comunes, las visiones divergentes suelen ser aisladas. Esto fue confirmado cuando analizamos el grupo de apoyo a Leopoldo López. La mayoría de los participantes se posicionan contra el presidente Chávez y a favor de López, con la excepción de los dos participantes que mostraron posturas a favor de Chávez y que, como indicamos anteriormente, fueron ignorados o atacados.

Aunque los participantes que comparten la misma postura ideológica no coincidan en sus planteamientos, suelen tratarse con respeto. En el foro analizado, sólo se da una excepción. En su mensaje inicial, A hace un comentario en el que manifiesta su rechazo a los adecos, que es respondido ofensivamente por B. A replica de modo ofensivo también. Finalmente interviene G, quien les exige mayor respeto.

Esas reconveniones no se presentan cuando los intercambios de insultos provienen de participantes con posturas ideológicas distintas. Cuando G hace el llamado a los otros participantes para que actúen como personas «civilizadas» dice «No se copien lo malo» (Facebook, 2009d), indicando que los insultos son una característica de «los otros». Esto guarda relación con lo señalado por Mireya Lozada (2004:172) cuando afirma que «(...) *la polarización arrastra la percepción estereotipada entre grupos opuestos, la confrontación aumenta la solidaridad y cohesión al interior de cada grupo, evidenciándose una dicotomía ellos/nosotros*».

En todos los temas de debate iniciados en este grupo de Facebook participan principalmente miembros con una clara postura a favor de Leopoldo López y la oposición. Sólo en cuatro foros se observa la participación de personas que se muestran a favor de Chávez. Si bien los grupos de Facebook pueden ser un espacio de discusión, éstos no se constituyen como ámbitos de encuentro o reconciliación entre posturas políticas contrarias. Más bien, reflejan la pugnacidad del debate político. Esta pugnacidad se manifiesta de dos formas: la descalificación del oponente, como ya indicamos anteriormente, y la atribución de malas intenciones a éste. Esto es consistente con lo encontrado por Lozada (2004). En el tema *Gripe AH1N1, Justo a tiempo?* (Facebook, 2009b), en el mensaje inicial se manifiesta el temor de que el virus sea utilizado por el gobierno para impedir manifestaciones políticas.

Al indicar los aspectos negativos de los foros virtuales, Dahlberg (2001) señala que en muchos de ellos se manifiesta poco respeto entre los participantes y su falta de compromiso para tratar con las diferencias. En el caso de los foros analizados en el grupo de apoyo a Leopoldo López esta valoración se reafirma. Dahlberg (2001) también señala que en los foros existe escasa reflexividad. En el foro *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...* no encontramos esta capacidad de posicionarse críticamente ante las propias opiniones y supuestos. Los participantes buscan reafirmar sus opiniones y en ningún caso se da un cambio de ellas.

En este foro, la intención de los participantes parece ser dar a conocer y reafirmar opiniones, más que buscar información o distribuirla. En esto coincide con lo encontrado por Hacker (Citado por Kim, 2006) al analizar el contenido de discusiones *online* en Estados Unidos. Sólo en 7 de los 50 foros que estaban activos durante la semana analizada en el grupo se presenta alguna información, y sólo uno de ellos supera los 4 mensajes, el que divulga información sobre la fecha en la que culminará el período de inhabilitación de Leopoldo López. Los otros temas, a saber, apoyo económico a Globovisión, la participación de Leopoldo López en el Foro sobre la Libertad celebrado en Oslo, el proyecto de Ley Inmobiliaria, la audiencia de Leopoldo López en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, una

carta de Lázaro Forero desde la prisión y un enlace a una noticia de *El Universal* sobre la propuesta del Movimiento Demócrata Liberal de crear un sistema federal para solucionar crisis de gobernabilidad, no captan el interés de los miembros del grupo. Esto, sumado a la escasa utilización de la sección Noticias en los grupos, nos lleva a señalar que en el caso venezolano, los grupos de Facebook se constituyen en espacios para el diálogo sobre la política, más que como espacios para la información sobre política.

Al ser un espacio para comunicar opiniones sobre la política y no para informar sobre ella, el estilo del discurso sigue el tono de una conversación más que el de una noticia. Está plagado de expresiones coloquiales, tales como «Sin caernos a muela» (Facebook, 2009d), que utiliza el participante A del foro *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...*, o «no apuestes aun (sic) caballo perdedor» (Facebook, 2009d) que dice C.

En temas en los que el planteamiento inicial es más emotivo, la afectividad de los participantes se exagera. Esto se observa en el foro *LEOPOLDO LÓPEZ (descendiente de Bolívar, para rabia de algunos)*. Ellos también son *bolivarianos ...pero de sangre*, en el que el mensaje inicial informa sobre el parentesco de López con Simón Bolívar. Este foro refleja lo que afirma Lozada (2004:171): «el ciudadano de la Red es venezolano, a esta ubicación territorial, se aún el reconocimiento a un colectivo que comparte una memoria histórica, una serie de referentes simbólicos y culturales». Al mensaje inicial, los participantes responden con comentarios tales como «lo admiro demasiado!» o «Definitivamente Leopoldo es el Hombre!!!» (Facebook, 2009c), los cuales, más que indicar una opinión, manifiestan sentimientos. Como indica Lozada (2004), también se encuentra en el discurso de los foros virtuales la ironía o la sátira. En nuestro estudio encontramos dosis de ellas, principalmente en el grupo *KINI PRESIDENTE DE VENEZUELA!!!!*

## **VI. EL USO DE FACEBOOK COMO ESPACIO DE DISCUSIÓN DE LA POLÍTICA VENEZOLANA**

Este estudio de los grupos de Facebook que tratan sobre la política nacional nos permite hacer una descripción inicial del uso político que están

haciendo los venezolanos de este espacio. **Los grupos de Facebook aparecen como ámbitos dominados por la oposición, que los participantes utilizan para divulgar y reafirmar sus opiniones y para dialogar con personas que comparten su postura política.** Todos los elementos, tanto visuales como escritos, hacen explícita esta postura. Las intervenciones de personas que sostienen una posición a favor del presidente Chávez o su gobierno son escasas y ofensivas. Suelen ser ignoradas o atacadas por los demás foristas. En ese sentido, este espacio virtual replica la polarización que caracteriza al debate político venezolano y a los medios de comunicación tradicionales.

Aunque en los grupos es tímido el uso que se hace de la convocatoria a eventos, aparecen dos tendencias: la utilización de la red social como plataforma para impulsar acciones de calle, y la pretensión del alcance global de esas acciones. A los participantes en los grupos les interesan principalmente temas locales, sobre todo, el tema de la unidad de la oposición. Los escasos asuntos internacionales que tratan son referidos a la situación del país. No limitan la discusión a noticias, sino que debaten sobre temas de actualidad que consideran importantes.

Los foros de Facebook estudiados funcionan como **espacios de diálogo, no de deliberación**, puesto que las conversaciones no conducen al compromiso con soluciones o acciones concretas. El diálogo se plantea entre personas con posturas políticas comunes. Los grupos se usan como espacios para relacionarse con el hecho político, no para informarse sobre política. Consistente con ese uso, el discurso sigue las formas de una conversación, no del relato periodístico. Abundan los coloquialismos, la manifestación de sentimientos y las ironías. Aunque no hay reglas explícitas para la participación en ellos, sí operan sanciones sociales para regular las intervenciones. En concreto observamos dos: la indiferencia y los ataques personales a quien ofende a los foristas. Esta descripción debe ser contrastada y completada con otros estudios sobre cómo están siendo utilizados los diferentes espacios públicos, tanto físicos como virtuales, por los venezolanos. Comprender esos usos puede ayudar a situar el papel que están desempeñando los medios de comunicación, tradicionales y nuevos, en la dinámica social y política del país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### ALEXA

2010 *Top Sites in Venezuela*. Recuperado el 5 de abril de 2010 de <http://www.alexa.com/topsites/countries/VE>

2009 *Top Sites in Venezuela*. Recuperado el 4 de julio de 2009 de <http://www.alexa.com/topsites/countries/VE>

### BOYD, Andrew

2003 The Web Rewires the Movement. *Nation*, 277(4), 13-18. Recuperado el 27 de febrero de 2010 de Academic Search Complete database.

### CADENAGLOBAL.COM

2008 Abril 11 *Venezolanos piden en Madrid «No más Chávez»*. Recuperado el 4 de julio de 2009 de <http://www.cadenaglobal.com/noticias/default.asp?Not=171653&Sec=5>

### COBO, Cristóbal y PARDO, Hugo

2007 *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona-México: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universidad de Vic, Flacso. Recuperado el 6 de abril de 2010 de <http://www.planeta-web2.net/>

### COMPETE

2009 *Profiles*. Recuperado el 27 de Junio de 2009 de <http://siteanalytics.compete.com/facebook.com+myspace.com+twitter.com/>

### DAHLBERG, Lincoln

2001 Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy. *First Monday* 6 (3). Recuperado el 29 de junio de 2009 de [http://firstmonday.org/issues/issue6\\_3/dahlberg/index.html](http://firstmonday.org/issues/issue6_3/dahlberg/index.html)

### ELOBSERVADOR EN LÍNEA

2008 Abril 11 «No + Chávez» *pidió medio centenar de venezolanos en Madrid*. Recuperado el 4 de julio de 2009 de <http://elobservador.rctv.net/Noticias/VerNoticia.aspx?NoticiaId=235065&>

## EMARKETER

2009 *Traditional Media Use Stabilizes as Online Rises*. Recuperado el 5 de Julio de 2009 de <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1006892>

## FACEBOOK

2009a *Barack Obama (One Million Strong for Barack)*. Descripción. Recuperado el 5 de Julio de 2009 de <http://www.facebook.com/home.php?#/group.php?gid=2231653698>

2009b *Gripe AH1N1, Justo a tiempo?* Recuperado el 5 de julio de 2009 de <http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#/topic.php?uid=51324981557&topic=9410>

2009c *LEOPOLDO LÓPEZ(desendiente de Bolívar,para rabia de algunos) Ellos también son bolivarianos ...pero de sangre*. Recuperado el 5 de julio de 2009 de [http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#topic\\_top](http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#topic_top)

2009d *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...* Recuperado el 5 de julio de 2009 de <http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#/topic.php?uid=51324981557&topic=6724>

## JANACK, James

2006 *Mediated Citizenship and Digital Discipline: A Rhetoric of Control in a Campaign Blog*1. *Social Semiotics*, 16(2), 283-301. Recuperado el 9 de junio de 2009, doi:10.1080/10350330600664862

## KIM, Ji-Young

2006 *The impact of Internet use patterns on political engagement: A focus on online deliberation and virtual social capital*. *Information Polity: The International Journal of Government & Democracy in the Information Age*, 11(1), 35-49. Recuperado el 13 de junio de 2009, de Library, Information Science & Technology Abstracts database.

## LOZADA, Mireya

2004 *El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina*. En Mato, D. (Coord). *Políticas de Ciudadanía y Socie-*

*dad Civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela. Recuperado el 13 de junio de 2009 de <http://globalcult.org.ve/pub/Rocky/Libro2/Lozada.pdf>

NEUMAYER, Christina y RAFFL, Celina

2008 *Facebook for Protest? The Value of Social Software for Political Activism in the Anti-FARC Rallies*. Recuperado el 13 de junio de 2009 de [http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research1\\_neumayer-raffl.pdf](http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research1_neumayer-raffl.pdf)

NOTICIAS 24

2010 *Reuters: Venezuela se engancha cada vez más a las redes sociales*. Recuperado el 5 de abril de 2010 de <http://www.noticias24.com/tecnologia/noticia/2880/reuters-venezuela-se-engancha-cada-vez-mas-a-las-redes-sociales/>

PEÑA, María Eugenia y BAUTISTA, Paola

2007 *La información en tiempos de Chávez: un modelo comunicacional hegemónico*. *Légete*, 9, 5-30.

RASMUSSEN, Terje

2009 *The Significance of Internet Communication in Public Deliberation*. *Javnost-The Public*, 16(1), 17-31. Recuperado el 25 de junio de 2009, de Academic Search Complete database.

RODRÍGUEZ, J.

2009 *Junio 16. Aumenta 1.200% el uso de Facebook en Venezuela durante 2008*. *El-nacional.com*, Recuperado el 20 de junio de 2009 de <http://el-nacional.com>

VERGEER, Maurice y HERMANS, Liesbeth

2008 *Analysing Online Political Discussions: Methodological Considerations*. *Javnost-The Public*, 15(2), 37-55. Recuperado el 9 de junio de 2009, de Academic Search Complete database.

WILLIAMS, Christine y GULATI, Jeff

2008 The political impact of Facebook: Evidence from the 2006 midterm elections and 2008 nomination contest. *Politics and Technology Review*, 1, 11-21. Recuperado el 3 de junio de 2009 de [http:// blogsandwikis.bentley.edu/politechmedia/wp-content/uploads/2008/01/gwdis-course11jan08.pdf](http://blogsandwikis.bentley.edu/politechmedia/wp-content/uploads/2008/01/gwdis-course11jan08.pdf)