

El poder de las redes sociales en las movilizaciones ciudadanas.

Por: Sofia Pichihua. Clases de Periodismo. 12/02/2017

Twitter es una de las plataformas de mayor trascendencia para [movimientos sociales](#) en el mundo. Así [lo revela un estudio](#) de Amaro La Rosa, investigador del Instituto de Investigación de Ciencias de la Comunicación USMP.

También concluye que un solo tuit de un líder de opinión puede convertirse en tema de la agenda mediática. **Facebook** con fotos y videos también juegan un rol importante en estas movilizaciones ciudadanas. **Youtube** y **Flickr** proporcionan testimonios en constante actualización sobre el curso de los acontecimientos.

En una entrevista con **Clasesdeperiodismo.com**, el catedrático dijo que el apoyo de los medios permite un alcance más amplio de las campañas sociales, tal como ocurrió en las exitosas “Ni una menos” en el Perú o “Un millón de voces contra las FARC” a nivel mundial.

“Pero, desde luego sí es posible que se consigan reacciones offline sin el apoyo de los [medios](#) e inclusive a pesar de que presenten una contracampaña. **Así, durante la “Primavera árabe” en Egipto se logró el apoyo masivo de los ciudadanos a pesar de la maquinaria propagandística de un gobierno de casi cuatro décadas y a las restricciones impuestas a Internet**”, dijo.

Recordó también que, en diciembre de 2015 la oposición venezolana ganó las [elecciones](#). La cifra oficial dada a conocer por el Consejo Nacional Electoral informó que la oposición agrupada en la Mesa de la Unidad Democrática logró 107 parlamentarios (64,07%) mientras que el [oficialismo](#) obtuvo 55 escaños (32,93%). Fue una campaña en la cual la mayoría de los medios de comunicación estuvieron marcadamente a favor del oficialismo. “Es que el marketing de boca a boca es muy importante, tanto más por cuanto en determinada coyuntura no puede acallarse la voz que parte de la lógica ciudadana que observa las claras contradicciones entre lo que dicen los medios y lo que se desprende de la realidad que se vive”.

¿Qué deben hacer los medios? En su opinión, desde la aparición de la web 2.0 y de las redes sociales, la formación de la opinión pública ya no sigue los cánones de

lo que planteaba la teoría de la **construcción de la agenda y ahora son los medios los que acuden a los contenidos generados por la audiencia para tener una a aproximación a la sociedad.**

“Tan es así que hasta forman parte de secuencias en los informativos de televisión y con frecuencia se citan en los medios tuits de los políticos o reacciones frente a los mismos. En el programa de Camilo transmitido por CNN en español, se aludía a una tendencia en al comportamiento político en las redes del Presidente Trump señalando que primero tuiteaba sobre algún asunto que luego se convertía en alguna disposición de su despacho”, explicó.

Asegura que aunque los medios se encargan de difundir las movilizaciones online y offline esto no se produce de manera homogénea. Considera que la significación y la importancia que se les otorgue sigue dependiendo de la política informativa y editorial de cada medio de comunicación.

Fuente: <http://www.clasesdeperiodismo.com/2017/02/01/el-poder-de-las-redes-sociales-en-las-movilizaciones-ciudadanas/>

Fotografía: Clases de Periodismo

Fecha de creación

2017/02/12