

¿Ciberdemocracia?

Comunidades de práctica y comunicación política mediadas por ecosistemas digitales*

¿Ciberdemocracy? Communities of practice and political communication mediated by digital ecosystems

Recibido: 08 de mayo de 2015 – Aceptado: 09 de agosto de 2015.

Stephan Acuña Aguirre** - Liliana María Gómez Céspedes***
Miguel Ángel Castiblanco**** - Widman Said Valbuena*****

Resumen

El siguiente trabajo fue desarrollado por el grupo de investigación COPE 2000 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda. Busca responder a la pregunta: ¿Cuáles transformaciones se dan en la comunicación política de una comunidad por medio de la participación en ecosistemas digitales? Se busca caracterizar la participación en una comunidad de práctica que interactúa en temas de comunicación política, en un ecosistema digital dinamizado con redes sociales virtuales. Describe el estado inicial de la cultura política de la población de estudio, además de sus relaciones mediadas por el lenguaje en un ecosistema digital. Establece los cambios en la forma en la que se comunica políticamente a través del análisis de las relaciones que se generan en el ecosistema digital. Plantea una metodología de enfoque cualitativo con carácter aplicado y alcance descriptivo-interpretativo, usando como métodos la investigación acción participativa (IAP) en su variante educativa con medios digitales (Restrepo, 2000; Valbuena, 2009) y la ciberetnografía (Ardévol, Estalella, & Domínguez, 2002). Como resultado final busca, entonces, dar elementos para la construcción de nuevo conocimiento.

Palabras clave

Ciberdemocracia, construcción colaborativa de conocimiento, ecosistema digital, comunicación política.

Abstract

The following research work was developed by the Research Group 2000 COPE at the School of communication sciences of the Universidad Sergio Arboleda. It aims to answer the question: What transformations occur in the communication policy of a community of practice through its participation in digital networks? This seeks to characterize the participation in a community of practice that interacts on issues of political communication in a digital ecosystem enhanced with virtual social networks. Describing the initial state of the political culture of the population under study, as well as their relationships mediated by language in a digital ecosystem. Sets changes in the political responsibilities of the studied population through the analysis of the relations that are generated in the digital ecosystem. Raises methodology with qualitative approach and descriptive-interpretative focus, using methods such as Participatory Action Research (PAR) in its educational variant with digital media (Restrepo, 2000, Valbuena, 2009) and the cyberethnography (Ardevol, Estalella, & Dominguez, 2002). The end result looks like, as well as, give elements for the construction of new knowledge.

Keywords

Cyberdemocracy, collaborative knowledge building, digital ecosystem, political communication.

* Artículo producto de investigación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad Sergio Arboleda.

** Magister en TIC'S con énfasis en educación de la Universidad de Salamanca. Diseñador industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y diseñador multimedial de la Academy of Art University de San Francisco. Es docente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia.

Correo electrónico:

Stephan.acuna@usa.edu.co

*** Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia.

Correo electrónico:

lilimariagomez@hotmail.com

**** Magister en Docencia de la Universidad De La Salle, comunicador social y periodista de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia

Correo electrónico:

miguel.castiblanco@correo.usa.edu.co

***** Magister en Hábitat de la Universidad Nacional de Colombia. Licenciado en diseño tecnológico de la Universidad Pedagógica Nacional de Colombia. Docente de la Universidad del Llano.

Correo electrónico:

said@iconk.org

Para citar este artículo use: Acuña, S., Gómez L., Castiblanco, M., & Valbuena, W. (2015). #Ciberdemocracia? Comunidades de práctica y comunicación política mediadas por ecosistemas digitales. *Civilizar Ciencias de la Comunicación*, 2(2), 2015.

Introducción

Este trabajo de investigación pretende explorar nuevas alternativas de formación política en los ciudadanos, a partir de la utilización de medios digitales que interactúen y que permitan, en últimas, la construcción de sociedades civiles, que para esta investigación se denominan comunidades de práctica.

Además, la investigación se propone ofrecer un panorama de las competencias políticas, digitales y sociales de los ciudadanos y, sobre todo, crear un marco de referencia para la construcción de nuevas alternativas de formación no formal e informal en política. Vale la pena recordar aquí, a Cornelius Castoriadis (2005), cuando habla del imaginario social, y en lo que a política se refiere hace una diferenciación entre lo instituido (lo existente, las instituciones, los imaginarios que están en nuestra mente) y lo instituyente (el cambio, las nuevas palabras, los nuevos imaginarios). Entonces, se puede afirmar que a lo que se quiere llegar es a una propuesta de conocimiento participativo sobre cómo hoy se construye lo instituyente desde la adquisición de competencias políticas, mediado por redes apoyadas en lo digital.

Comunidades de práctica

Al respecto Garrigós Mazón, Saquete, Puchol, y Moreda (2010) ofrecen un estudio sobre la influencia de las redes sociales (Facebook) en el aprendizaje colaborativo, considerándolas como estructuras facilitadoras de relaciones interpersonales y del mismo.

Alude a que dichas estructuras-herramientas permiten la inclusión del individuo, los flujos efectivos de comunicación y la participación del aprendiz; sin embargo éstas requieren de metodologías de enseñanza-aprendizaje que obtengan lo mejor del dispositivo tecnológico, ya que el aprendizaje es más un problema de metodología que de tecnología.

Siguiendo con experiencias recientes acerca de la configuración de comunidades de práctica apoyadas en entornos digitales, es importante reseñar el trabajo que adelantaron Paredes-Labra, Herrán-Gascón, y Velazquez (2012) en el que por medio de un estudio de caso se explora la creación de una comunidad de práctica a través de una red social con el fin de fortalecer la formación docente continua, cuya población estuvo constituida por docentes universitarios en diferentes áreas del conocimiento que hayan aportado innovaciones recientes en sus prácticas. En este caso el equipo de investigación plantea la configuración de redes físicas y redes virtuales donde los profesores plantean y comparten cambios, fortalezas y debilidades desde la práctica reflexiva.

Así mismo, en el estudio se encuentra que la comunidad no funciona adecuadamente, entre otras razones porque probablemente la metodología y el recurso digital no eran lo suficientemente atractivos o no se encontró una forma lo suficientemente creativa para propiciar la interacción y la participación. De la misma forma, entendiendo que los participantes requieren de un agente de cambio, éste se debe reforzar para activar la participación. Por otro lado, es importante resaltar que los profesores que hicieron parte de la muestra comparten un área geográfica relativamente cercana, lo que pudo provocar que la red física anulará la necesidad de una red virtual.

Comunicación política.

Para Mazzoleni (2010), la comunicación política se encuadra en un esquema relacional entre los actores del escenario político moderno: instituciones políticas, medios de comunicación y ciudadanos.

Para entrar en el tema de lo digital, se toma el texto de Vedel (2005) en el que asegura que sólo a partir del año 2000 se empezó a usar Internet en las elecciones de forma visible. Las Tecnologías de Información y Comunicación

TIC- especialmente el Internet- tiene varias propiedades que comparadas con los significados tradicionales de comunicación, pueden cambiar el proceso de información.

En todo caso, a partir de la comunicación política se puede buscar entre otras cosas que la participación aumente, lo que es un indicador fundamental de la democracia (Ward, 2011). Pero en un ambiente en el que baja la participación, particularmente entre los jóvenes, nuevas ideas sobre la ciudadanía están emergiendo. En últimas, de lo que se trata es de ver cómo consumen los jóvenes en lo *off-line* para poder incluirlo en lo *on-line*.

Competencias políticas.

Para Aristóteles el hombre vive en la polis y la polis vive en él. La polis es la unidad constitutiva y la dimensión completa de la existencia, es el que vive en comunión, en comunidad.

Aquí se hace necesario hablar de uno de los objetivos fundamentales de la política y es lograr el poder, en ese sentido Castells (2009) lo define como las relaciones asimétricas que permiten a un actor social, influir sobre otro en torno a valores e instituciones. Esto se constituye, entonces, en un raso relacional que se ejerce mediante la coacción y la construcción de significados.

Las campañas electorales de finales del siglo XX han sido escenario de la irrupción definitiva de las comunicaciones electrónicas de partidos y candidatos, con herramientas como sitios *web*, ciberdebates y foros de distribución. Todas ellas dependientes del eco mediático (Dader, 2001). Por el momento, esta tecnología no revolucionará el resultado electoral, pero sí cambiará la forma de hacer campañas.

No obstante, esto también genera dilemas entre qué tipo de comunicación hacer (Valdivia & Beltrán, 2009). Se habla de la inversión de recursos de comunicación, durante la campaña

mexicana de 2006 por aire (medios masivos de comunicación), por tierra (redes de comunicación). En el artículo se puede verificar cómo las preferencias políticas de los votantes se amoldan a la mayoría de las preferencias existentes de sus redes de comunicación interpersonal.

De la política en los medios a la política en red: Internet y el proceso político (Castells, 2006), inicia con los efectos más representativos de Internet y la democracia, como la estructura del proceso de representación que en el comportamiento individual. En otras palabras, al cambiar la dirección y el contenido del flujo de la información, se amplía el abanico de actores políticos y pueden aparecer nuevas vías de movilización colectiva, lo que permite que puedan desarrollarse diferentes formas de debate.

Ecosistema digital.

¿Tienen política los artefactos? para este punto adquiere importancia el artículo que propone Landong Winner (1985) quien en su obra entiende la política como el conjunto de acuerdos de poder y autoridad entre los seres humanos y sus organizaciones, así como las actividades que tienen lugar dentro de dichos acuerdos. De la misma forma considera la tecnología como todo tipo de artefacto práctico moderno y como los modos de ordenar nuestro mundo.

Desde allí sugiere que dentro de las controversias acerca de la tecnología y la sociedad no hay otra más provocativa que aquella que insinúa que los artefactos técnicos poseen cualidades políticas. Así mismo, Winner (1985) propone prestar especial atención a las características de los objetos técnicos así como al significado de dichas características que complementan las teorías referidas al determinismo social de la tecnología.

Un aspecto que se destaca como diferencial con respecto al abordaje del panorama comunicativo hoy se encuentra en las características que definen a dichos modelos en su

conformación y argumentación. Los define así como jerarquizados, unidireccionales, concentrados en los grandes medios y dispersos.

En contraste, identifica que para los procesos actuales se puede hablar de modelos de comunicación digital, que integran diversos modos de comunicación estableciendo, como se mencionó anteriormente, la importancia del soporte dentro de la configuración del proceso para su análisis. De esta manera, las tecnologías digitales han definido procesos caracterizados por abarcar diferentes niveles de comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal y masivo) que establecen una evidente y relevante capacidad de decisión por parte del receptor respecto al tratamiento e incluso la misma producción de la información circulante.

Tal vez la manifestación más elocuente de estas transformaciones se encuentre justamente en el Internet, que no debería ser vista como una mera solución técnica a problemas de comunicación, sino como todo un entramado de elementos que definen transformaciones de diferente orden dignos de ser estudiados por diferentes disciplinas.

Dentro de este entramado en que se convierte el Internet, López (2005) identifican los medios que lo conforman los cuales pueden ser categorizados en medios interpersonales y medios colectivos. Los primeros se subdividen, a su vez, en medios sincrónicos y asincrónicos. Los sincrónicos se refieren a aquellos diseñados para reproducir o ampliar elementos propios del mundo físico bajo nuevas alternativas de comunicación, facilitan ampliamente la participación y son “híbridos” al fomentar la producción de nuevos lenguajes. Su proceso de interacción entre usuarios se realiza de manera simultánea, lo que los define en su denominación y los medios asincrónicos, por el contrario, no requieren la simultaneidad como requisito para su desarrollo.

Los medios colectivos, se clasifican en medios globales y de representación. Los glo-

bales son los medios en Internet que manejan contenidos que se administran y permanecen públicos (portales, presencia virtual de medios masivos o agencias de medios, etc.) Los medios de representación definen la representación de estructuras organizadas en línea. Establecen más una presencia virtual de empresas y entidades en el terreno virtual. Ejemplo de ello son las páginas y sitios *web*, *blogs*, etc.

Sin importar cualquiera que sea su tipificación, López (2005) identifica las características propias de los medios en Internet definidas por la emergencia de uso alrededor de ellos que pueden demostrar afectaciones respecto a las estructuras culturales dado que actúan como mediadores en la construcción de relaciones sociales, siendo herramientas que pueden pensarse como eventuales potenciadores de la generación y consolidación de actores sociales que, a su vez, desarrollen acciones sociales como catalizadores de procesos de cambio y transformación.

Planteamiento del problema.

La investigación busca responder a la pregunta ¿Qué transformaciones se dan en la comunicación política de una comunidad de práctica por medio de la participación en ecosistemas digitales? Para esto se trabajarán tres categorías: comunicación política comunidad de práctica y ecosistema digital.

Se busca, entonces, encontrar nuevas alternativas de formación política en los ciudadanos, a partir de la utilización de medios digitales que interactúen y que permitan, en últimas, la construcción de sociedades civiles, que para esta investigación se denominan comunidades de práctica. Como dice Castells (2004), los grupos de base de todo tipo de ideologías encuentran en Internet su mejor medio de comunicación, y los movimientos sociales y de acción colectiva se ven fuertemente mejorados en su capacidad para influir en la sociedad y en los gobiernos gracias a la utilización de las redes informáticas.

Este trabajo se hace más relevante cuando, como lo muestra el estudio de cultura política del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE, (2011), los colombianos en más del 70% de los casos no cuentan con la formación necesaria para ser competentes políticamente. De hecho si citamos a Sartori en su libro *Homo Videns* (1999), asegura que sólo el 2% de los norteamericanos lo son (esto en una de las democracias más antiguas de la historia).

En contraste, con la abundante comunicación y publicidad política a la que se ven abocados los ciudadanos a través de los medios de comunicación masiva, en la denominada por autores como Medina (2012), una democracia digital en la que la soberanía recae en los medios y no en los ciudadanos.

Pero, también se trata de explorar diferentes modelos de comunicación, partiendo del de Shannon y Weber (comunicación de uno a muchos), hasta llegar a los de Umberto Eco y Manuel Castells, los cuales presentan una comunicación de muchos a muchos, dando origen al concepto de *prosumidores*, donde los productores son también consumidores y viceversa (Castells, 2009). Es el momento para hablar de la comunicación política que, en últimas, como lo define Wolton, (2009) no es otra cosa que la construcción de relaciones a partir del lenguaje y las emociones. Sin olvidar, en todo caso, lo que dice Luhmann (2005) sobre el poder que es ejercido desde la comunicación, mediada por la palabra, algo que también aseguran Habermas (1981) en su teoría de la acción comunicativa y Castells en comunicación y poder.

Al respecto Almela (2007), considera que la comunicación publicitaria se puede entender como el proceso de construcción de “felicidad imaginaria” que se apoya mucho en el material emocional de las personas. Estableciendo, incluso, este campo al mismo nivel de lo político y lo religioso. Como diría Habermas, una acción abierta o encubiertamente estratégica y como diría Lakoff (2008), un grupo de decisio-

nes tomadas desde las emociones y no desde la razón.

Lo anterior toma relevancia, cuando se entiende que tanto los modelos de aprendizaje, como de comunicación, son coincidentes (Aparici & Silva, 2012) y por eso en este caso se quiere mostrar cómo en comunicación el concepto de *prosumidores* se puede semejar en educación al aprendizaje colaborativo, en el que el conocimiento es una construcción en la que todos enseñan y todos aprenden.

En ese sentido, es importante desde la academia y sobre todo desde una Escuela de Ciencias de Comunicación, cuestionarse sobre el papel de los medios en la formación participante en competencias políticas y las formas emergentes de aprendizaje colaborativo, fortalecido según algunos autores (Wenger, 2001) por la introducción de las tecnologías digitales en la vida cotidiana de las personas (Bauman, 2000; 2007). No se puede olvidar, en este caso a Lévy (1999), cuando explica que lo virtual hace parte de lo real, pero además lo digital amplifica el proceso de virtualización haciendo que muchos de los temas se problematicen a muy alta velocidad (una de las características dadas en las comunidades de aprendizaje).

Para finalizar, se quiere hacer énfasis en la idea de que cuando se habla en este trabajo de ecosistemas digitales lo que se quiere es unir el concepto de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) con el de TEP (Tecnologías de Empoderamiento y Participación); algo que se legitima desde el aprendizaje colaborativo característico de las comunidades de práctica.

Diseño metodológico.

Con el fin de caracterizar los efectos que tiene hacer parte de una comunidad de práctica en un ecosistema digital para el aprendizaje en política, se plantea una metodología IAP con un componente de participación y un componente de análisis en un ecosistema digital básico.

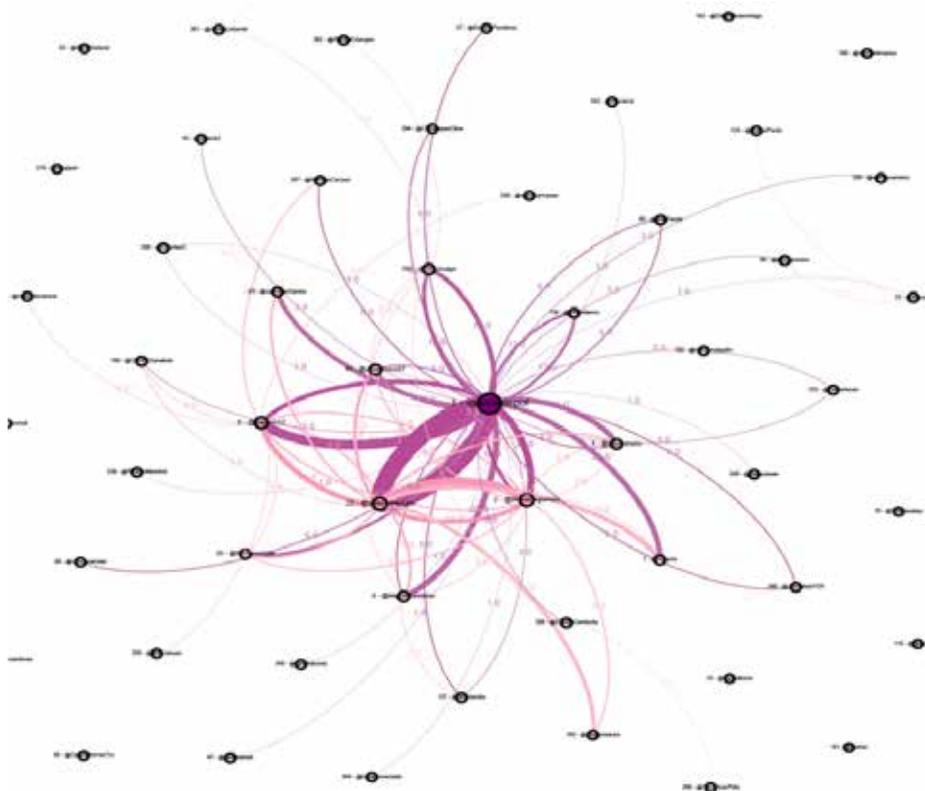
Para establecer el escenario de participación (ecosistema digital) se crea la cuenta @ignorantepol (Ignorante político), el email elignorantepolitico@gmail.com, blog <http://elignorantepolitico.wordpress.com/> y se pide a cada miembro del equipo de investigación que cree una cuenta de *Twitter* o vincule su cuenta a los seguidores de la cuenta del ignorante político.

Después, se activa el componente de participación, dinamizando la cuenta base (@ignorantepol) donde un miembro diferente del equipo de investigación cada semana expone la realidad política de Colombia recogida desde diferentes medios como noticias, caricatura política, columnas y artículos de análisis político. La publicación de esta información se hace de forma abierta o dirigiendo los mensajes a otras

cuentas de *Twitter*. Esto último generalmente vinculando las cuentas de las organizaciones o personas directamente relacionadas con las noticias o la realidad política del momento. Por otro lado, en el *blog* se publican contenidos según la agenda política del país ampliando la información que transita por *Twitter*.

En cuanto al proceso de análisis se tienen dos componentes, ARS (Gephi) y análisis del discurso (NVivo). Para el primero se recoge la información de las conversaciones a través de la cuenta de *Twitter* en un diario de campo colaborativo (Googledocs) que igualmente es elaborado por un miembro del equipo de investigación diferente cada semana. Con los datos recogidos se establece el sociograma de la semana donde se encuentran las relaciones comunicativas de los participantes (Figura 1).

Figura 1.
Primera semana del ignorante político.



Fuente: autor

Se procede de forma paralela a establecer el estado inicial del conocimiento en política y a describir las relaciones mediadas por el lenguaje a través de ecosistemas digitales entre los que participan, el equipo de investigación y la población de estudio.

Para ello, inicialmente se construye el escenario de interacción (ecosistema digital) empezando por una cuenta común en Twitter para todo el equipo de investigación, y se inicia con la revisión documental; la primera de estas actividades dará como resultado el patrón inicial de la red de participantes del ecosistema digital y la segunda la base de datos documental y fichas bibliográficas, trabajo asistido por el gestor *Mendeley*.

Para continuar con el desarrollo de estos objetivos, se diseñaron las técnicas e instrumentos para recolectar información. En este caso particular, el mismo ecosistema digital se convierte en el instrumento base de recolección de información. Gracias a las características de esta herramienta digital se entiende que el proceso de sistematización y toma de datos se realizan en paralelo a la misma configuración de la red de participantes.

Posteriormente, se analiza en periodos determinados por la misma dinámica organizacional de la red obteniendo como resultado la primera versión de la unidad interpretativa y codificación inicial para, al final de este proceso, obtener las redes semánticas que den cuenta del estado inicial del conocimiento en política de los participantes de la red. Hasta este momento la intervención discursiva por parte del equipo de investigación debe ser importante con el fin de activar la participación de las personas con el cuidado de no influir sustancialmente los

preconceptos en política de los participantes, es decir, los investigadores se ubican metodológicamente entre los extremos de observación y participación como se explica desde la observación-participante (Guber, 2001).

Seguidamente, se ejecuta el análisis de redes sociales ARS (Molina, 2001; Wasserman & Faust, 1994), lo que permitirá obtener los patrones organizacionales que emergen de la interacción mediada por el lenguaje y asistida por el ecosistema digital.

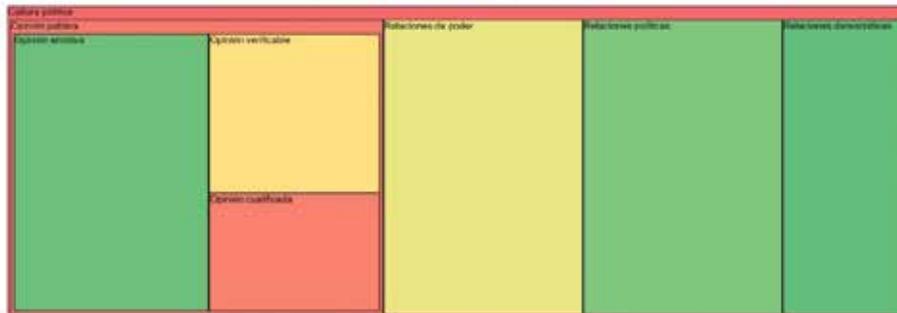
Todo el proceso anterior, se nutre de la constante revisión documental gestionada a través de *Mendeley*, la cual para este punto se espera tenga la suficiente madurez para iniciar los procesos de análisis axial, triangulación de fuentes e interpretación de hallazgos a partir de los resultados logrados. Esto con el fin de obtener las redes semánticas finales que describen las transformaciones en las relaciones y el discurso de la comunidad de práctica. De esta forma se da por terminado el proceso que permitirá responder el cuestionamiento nuclear de este estudio.

Hallazgos preliminares.

Es importante tener en cuenta que para esta investigación se decidió analizar lo que sucedía en el ecosistema digital durante 16 semanas (4 meses). Período que, además, coincidió con el de las elecciones presidenciales colombianas (que suceden cada cuatro años y que tienen dos vueltas), primera vuelta -25 de mayo-, segunda vuelta -15 de junio-. Los gráficos que se muestran a continuación se denominan nodos comparados por cantidad de elementos, los cuales muestran las categorías que tuvieron mayor peso, a partir del análisis del discurso que se realizó en el programa *Nvivo*.

Categoría comunicación política.

Tabla 1.
Nodos comparados por cantidad de elementos codificados.



Fuente: autor

Relaciones democráticas.

Las relaciones que más se repiten en esta categoría son las democráticas (con 32 referencias). Aquí se busca encontrar *tweets* en los que las personas hablaban sobre voto, elección, candidatos, partidos y todo lo que implique participación política.

Por ejemplo: Liliana Gómez [@lilimariagomez](#) 14 de mar. [@ignorantepol](#) [@yosoywidman](#) [@maquile](#) [@stephanacu](#) [@javierforero07](#) [@MiguelCastiblan](#) Podría ser q partidos pongan a los peores en la 2 vez ¿no? Referencia 3 - Cobertura 0,69% y Yaí [@yosoywidman](#) 15 de mar. [@lilimariagomez](#) según lo que leí en la página de [@Registraduria](#) puede ser porque en una 2a votación el voto en blanco no sirve pa' lo mismo Referencia 4 - Cobertura 0,74%

Opinión (opinión emotiva).

La segunda categoría que más se repite es la de opinión, dentro de la subcategoría opinión emotiva. (31 referencias). En este caso se midió cuando las personas hablan desde el sentimiento, sin que medie la razón. Aquí se califica desde el sentimiento. Por ejemplo: Yaí [@yosoywidman](#) 16 de mar. [@lilimariagomez](#) [@Registraduria](#) entonces debemos votar por el

menos malo? Esa es la idea? Referencia 10 - Cobertura 0,40%

Relaciones políticas.

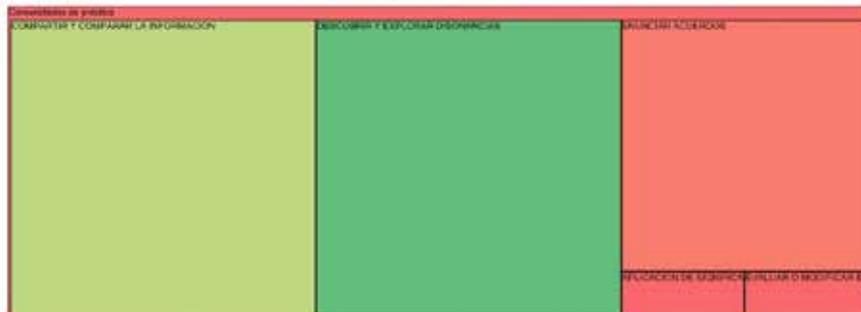
Este tipo de relaciones se miden cuando las personas tratan de construir acuerdos a través de preguntas que, a su vez, los llevan a compartir información relevante sobre un tema (29 referencias). Se trata de construir conversaciones completas, con un sentido y seguimiento. Por ejemplo: Yaí [@yosoywidman](#) 16 de mar. [@ignorantepol](#) se vota para ganarle a la maquinaria? O se vota para generar algo de conciencia ciudadana? Referencia 2 - Cobertura 0,76%

Relaciones de poder.

En este tipo de relaciones se busca encontrar *tweets* en los que las personas traten de influir con imperativos, por ejemplo, sobre los pensamientos o comportamientos de otros. También cuando los ciudadanos se comunican con políticos o personas conocidas de la red que no responden. Por ejemplo: Óscar Iván Zuluaga [@OIZuluaga](#) 15 de mar. [@ignorantepol](#) Debemos recuperar la seguridad, la confianza y la tranquilidad de cada colombiano en cualquier lugar del país. Referencia 3 - Cobertura 2,92%

Categoría comunidades de práctica.

Tabla 2.
Nodos comparados por cantidad de elementos codificados.



Fuente: autor

El análisis de redes sociales ARS (Análisis de redes sociales) permitió en la categoría comunidades de práctica ver que la interacción de los participantes en el ecosistema digital, en su etapa inicial (dos primeras semanas de registro) mostró una dinámica de participación incipiente mediada por el impulso dado por el grupo investigador.

Al señalar que la dinámica inicial del ecosistema digital fue incipiente y reducida, el grupo investigador se vio en la necesidad de redefinir estrategias que permitieran fomentar la participación e interacción, aspecto que sin duda se reflejó en la tendencia que mostraron

los grafos a partir de la semana cuatro, en la cual se pudo percibir y constatar que se estaría frente a una posible comunidad de práctica potencial (Wenger, 2001).

A partir de la semana cinco emerge una amplia multiplicidad en la configuración de la red de participantes a través del ecosistema digital, donde se manifiestan de manera palpable las relaciones entre las personas, la frecuencia en las interacciones establecidas, los discursos marcados, el consenso, las posturas firmes frente al disenso, la intención clara para compartir información con otros, así como una generosa y, a su vez, alarmante unidireccionalidad.

Categoría ecosistema digital.

Tabla 3.
Nodos comparados por cantidad de elementos codificados.



Fuente: autor

Gestión de la Información.

Para la investigación, la gestión de la información se identifica cuando un nodo es capaz de filtrar información de los diferentes medios digitales y compartir hipervínculos, objetos digitales y *tweets* con su comunidad para generar un aprendizaje informal y, al mismo tiempo, intentar una participación significativa.

Se evidencia cuál gestión de la información presenta el mayor número de citas (97), indicando que las personas que hacen parte de la comunidad virtual filtran y comparten la información que encuentran en los diferentes medios. De igual manera se podría inferir que para poder conversar con un nodo es necesario haber indagado alguna fuente de comunicación. Por ejemplo: Liliana Gómez [@lilimariagomez](#) 23 de jun. El español es la segunda lengua más utilizada ya en Facebook y Twitter <http://tinyurl.com/nr7ooy8> vía [@ignorantepol](#)

Aprendizaje Informal.

En la investigación, el aprendizaje informal se evidencia cuando se genera una conversación entre nodos a partir del conocimiento tácito (saber cómo, qué radica en las personas y sus prácticas) de cada una de ellas. Se puede dar el caso de que un nodo enlace una fuente de información para alimentar la conversación. Referencias 70. Por ejemplo:

- Yaí [@yosoywidman](#) 26 de jun. “Uno no se puede llamar democracia sino entiende que todos los ciudadanos son iguales...” [@ElPrimerCafe](#) [@ignorantepol](#) [@lilimariagomez](#)
- Yaí [@yosoywidman](#) 26 de jun. [@ElPrimerCafe](#) [@ignorantepol](#) [@lilimariagomez](#) así, el poder residirá en la diversidad y entonces cada diferencia tendría un trozo de este
- Colombia Agoniza... [@Gaitanista88](#) 26 de jun. [@yosoywidman](#) [@ElPrimerCafe](#) [@ignorantepol](#) [@lilimaria-](#)

gomez democracia: farsa illuminati que garantiza vendepatrias sirviendo al fmi-omc-bm

- Yaí [@yosoywidman](#) 26 de jun. [@Gaitanista88](#) [@ElPrimerCafe](#) [@ignorantepol](#) [@lilimariagomez](#) entonces no existe la democracia?
- Ignorante Político [@ignorantepol](#) 26 de jun. [@yosoywidman](#) [@Gaitanista88](#) [@ElPrimerCafe](#) [@lilimariagomez](#) no, no existe. Así quienes construyen las agendas quieran mostrarnos que sí

Huella Digital.

La huella digital es el rastro que se va dejando en Internet a partir de las interacciones sociales y herramientas web 2.0 y son pequeños registros de alguna identidad digital que, de alguna manera, quieren influenciar en alguien o ser reconocida por su comentario o aporte.

Se refleja en este estudio la huella digital al momento en que un nodo de la comunidad de práctica hace un enunciado y otro nodo realiza la acción de *retweet*. Referencias 38. Por ejemplo: #DemocraciaRealYa retuiteó un tuit en el que fuiste mencionado 22 de jun.: Gracias [@comosoc](#) por los aprendizajes cc [@ignorantepol](#).

Referencias

- Almela, A. (2007). *Fundamentos epistemológicos y metodológicos para un estudio científico de la publicidad*. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/16606>
- Aparici, R., & Silva, M. (2012). Pedagogía de la interactividad. *Revista Comunicar*, 7. DOI: 10.3916/C38-2011-02-05
- Ardévol, E., Estalella, A., & Domínguez, D. (2002). La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. *Simposio en el XI Congreso de Antropología* (pp. 117–132).

- Castells, M. (2004). *La sociedad red: Una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cope, B., & Kalantzis, M. (2009). Ubiquitous Learning. An Agenda for Educational Transformation. *Ubiquitous Learning* (pp. 3–14).
- Dader, J. (2001). *Ciberdemocracia: el mito realizable*. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewArticle/362>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - [DANE]. (2011). Encuesta de cultura política en Colombia. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecpolitica/Presen_ECP_11.pdf
- Garrigós, I., Mazón, J., Saquete, E., Puchol, M., & Moreda, P. (2010). *La influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo*. Recuperado de <http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/11859/1/p67.pdf>
- Groom, J., & Lamb, B. (2009). La ineducación del tecnólogo. *Revista de Universidad y sociedad del conocimiento*. Recuperado de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/3223>
- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lakoff, G. (2008). *The political mind*. Recuperado de http://www.amazon.com/dp/0670019275/ref=rdr_ext_tmb
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura*. Informe al Consejo de Europa. Barcelona: Anthropos.
- López, G. (2005). El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. Valencia: Universitat de Valencia.
- Luhmann, N. (2005). *Poder*. Barcelona: Anthropos.
- Martínez, S. (2008). *Internet y cultura digital: la intervención política*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n28/n28a10.pdf>
- Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Salamanca: Grupo Anaya Comercial.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Medina, G. (2012). Opinión pública, comunicación política y democracia. Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://www.afacom.org/publicaciones/69-opinion-publica-comunicacion-politica-democracia-y-medios>
- Molina, J. L. (2001). *El análisis de redes sociales: una introducción*. Barcelona: Bellaterra.
- Morató, J. (2011). La comunicación política en la sociedad del marketing y de Internet. Encuadres, relatos y juegos de lenguaje. *Revista de Comunicación*. Recuperado de <http://rcom.medianewsonline.com/pdf/2011/Art102-128.pdf>
- Paredes-Labra, J., Herrán-Gascón, A. & Velázquez, D. (2012). Generando una comunidad de práctica en una red social. Análisis de un caso. *Revista complutense de educación*. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/39103>
- Restrepo, B. (2000). Una variante pedagógica de la investigación-acción educativa. *OEI Revista Iberoamericana de Educación*, 40. Recuperado de <http://www.unap>

- cl/~jsalgado/documentos/investigacionnacionvariante.pdf
- Rueda, R. (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. *Nómadas*, (28), 8–20. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n28/n28a2.pdf>
- Sartori, G. (2010). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza.
- Sartori, G. (2012). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana Ediciones.
- Valbuena, W. S. (2009). Entre el uno y el cero. El rol del docente y el estudiante en la investigación-acción en informática educativa en Colombia. *Revista de investigaciones UNAD*, 8(2), 237–245.
- Valdivia, M., & Beltrán, U. (2009). Dilemas de estrategia: ¿Tierra o aire? *plataformademocratica.org*, 177–198. Recuperado de <http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/12442.pdf>
- Vedel, T. (2005). Political communication in the age of the Internet. En G. Maarek, Philippe; Wolsfeld (Ed.), *Political communication in a new era*. New York: Routledge.
- Ward, J. (2011). Political consumerism as political participation? In K. V. K. Brants (Ed.), *Political communication in post-modern democracy*. Palgrave Macmillan.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications* (p. 825). Cambridge University Press. Recuperado de <http://books.google.com.co/books?id=CAm2DpIqRUIC>
- Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Ciudad: Paidós Iberica.
- Wolton, D. (2009). La communication politique: Construction d'un modèle. *Revue Hermès*, 4, 27-41.