



CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN



No. 110 Del 22 de febrero al 01 de marzo de 2011.

## MEDIOS Y AGENDA PÚBLICA



Guillermo Rothschuh Villanueva\*

### Las marchas virtuales

La convocatoria de Javier Báez, *Marcha virtual en Nicaragua*, “No nos quedaremos callados”, “no más reelección”, provocó entre otras reacciones *La otra marcha virtual en Nicaragua*, *Marcha de la alegría*, creada por Rossana Ramírez, Douglas Castro, Carlos Vargas Arana, Pedro José Madrigal Reyes, Silvio Palacios y Geraldine Lugo, quienes apoyan la reelección presidencial del comandante Daniel Ortega.

### El efecto dominó

¿Será que lo ocurrido en Túnez y Egipto repercutió en Nicaragua? En una puja por quién podía más, los interpelados hicieron su propia marcha virtual. La marcha virtual contra la no reelección apareció hace cuatro semanas en Facebook; *La otra Marcha Virtual*, o *Marcha de la alegría* fue convocada del 24 de febrero al 06 de marzo por varios administradores. Una manera de hacer política por otras vías.

### Colonizan redes sociales

La convocatoria de Báez, permitió constatar la colonización de Facebook por Daniel Ortega 7,403 miembros (27 feb. 2011), Comandante Daniel Ortega 2,016 miembros (27 Feb. 2011). Fabio Gadea Mantilla 4,892 miembros (27 Feb. 2011); Fabio Gadea Mantilla Presidente 2011 (Oficial) 4,423 miembros (27 Feb. 2011). Arnoldo Alemán 5,001 miembros (27 feb. 2011), Arnoldo Alemán Lacayo, 114 miembros (27 Feb. 2011).

### Otras revelaciones

Las disputas partidarias en las redes están a la orden del día. Todos se aprestan a sacar rédito en sus respectivas cuentas. El FSLN y el PLC tienen abiertas decenas de cuentas para atraer simpatizantes. Ambos partidos marcan la pauta en Facebook, en la mayoría de los municipios del país. En orden descendente se ubica UNE. En último lugar aparece ALN quienes apenas hacen presencia en la red.

### Medios se interesan

Como prueba del interés dado por los medios para conocer quiénes de los actores convocantes a la marcha y contra marcha virtual ganaba, siguieron de cerca este nuevo fenómeno para mantener al tanto a sus lectores y audiencias. Esta es la primera ocasión que los medios se vuelcan para seguir paso a paso el desarrollo de un evento en las redes sociales. Sobre todo por sus implicaciones políticas.

### Los más interesados

Medios nacionales e internacionales siguieron de cerca el fenómeno con el afán de medir la temperatura. Los más interesados fueron

**END** <http://elnuevodiario.com.ni/nacionales/95592>, <http://www.elnuevodiario.com.ni/nacionales/95580>;

**LP** <http://www.laprensa.com.ni/2011/02/25/nacionales/53206>,

<http://www.laprensa.com.ni/2011/02/25/politica/53195>;

**Confidencial** <http://www.confidencial.com.ni/articulo/3308/batalla-contra-la-reeleccion-de-ortega-se-traslada-a-facebook>

**CNN** Panorama Mundial con Patricia Janiot

**TV Noticias** Redes sociales revolucionan el mundo y **19 digital**.

### El gran eco mediático

El poder de la red social quedó de manifiesto con la caída de los regímenes de Túnez y Egipto. Las redes han servido para mostrar el autoritarismo que padecían estos dos países. Lograron lo que medios tradicionales, sujetos a la censura, no podían hacer. Durante las últimas crisis han sido utilizados en diversos países. En CNN y TV Noticias leyeron lo que decían las redes. En Yemen y Libia fue suspendida internet.

### Otro uso a las redes

Las marchas virtuales abren una nueva etapa en la contienda política nicaragüense. Los nuevos usos conferidos a la red social, manifiesta una vocación por introducir cambios en la manera de hacer política. Las marchas aceleraron el proceso de otras formas de utilización de la red. Diferentes figuras políticas del país ya usaban las redes sociales. Todos están conscientes de su importancia.

### Lo bueno

Otro logro de las marchas virtuales fue evidenciar la necesidad urgente que tienen amplios sectores, de entrar a un proceso de alfabetización acelerada. Millares de nicaragüense se dieron cuenta de sus alcances y funcionamiento. Como teníamos previsto, se profundizará su uso para promocionar candidatos, programas de gobierno, campañas y partidos políticos, en la contienda electoral que ya dio inicio.

### Usuarios son jóvenes

Los datos que aparecen día a día en los registros de Facebook, dejan claro que el porcentaje de usuarios más alto, son jóvenes comprendidos entre 14 a los 30 años. En un país mayoritariamente de adolescentes y jóvenes (65.9%), asesores y expertos en redes aconsejaron a los candidatos incrementar su presencia en Facebook. El número de votantes que representan no es nada despreciable.

### Ausencia multimedia

Una de las debilidades consistió en no recurrir a las plataformas y servicios en línea utilizados para el info-activismo. Sólo alimentaron ambas páginas; no generaron diálogos. Necesitaban interactuar, bastaba con postear, subir fotos, videos, música, slide show, enlaces, crear foros, escribir notas y comentarios, monitorear el comportamiento de sus aliados y aliadas, así como de sus competidores. Un vacío sensible.

### Mensajes llegan

Aunque nadie certifica que las publicaciones y declaraciones hechas desde los perfiles de los candidatos, hayan sido autorizadas por ellos, lo cierto es que están colgadas en la web, generando opiniones y reacciones públicas. De esta forma sus mensajes tienen la posibilidad de llegar a los más de 400 mil usuarios en Nicaragua; una población que recurre de manera sistemática a la utilización de esta herramienta.

### Los resultados

¿Cuánto incidió en el ánimo el cotejo realizado por END y LP? ¿Qué tipo de sinergias se produjeron entre los medios y las redes? La otra marcha virtual el 28 de febrero llevaba contabilizada 6.212 personas, 1.035 personas tal vez asistan, 39.185 personas no habían respondido, 2.808 personas no asistirán. La marcha contra la reelección reportó 13 mil 400 personas.

### Dudas y escepticismo

Una lectura equivocada sobre el valor que deben atribuirse a las redes, concluiría fácilmente que se trata de un dispositivo de alcances reducidos. Mientras su crecimiento continúe expandiéndose con la celeridad que lleva, mayor será el número de personas que se enteraran de la contienda electoral a través de la red. Internet sigue concitando la atención de los jóvenes, una manera expedita de acercarse a ellos.

**\*Director del Observatorio de Medios-Cinco**