

## MOVIMIENTOS SOCIALES E IDENTIDAD COLECTIVA EN REDES SOCIALES

### *Social movements and collective identity in social networks*

Amaro La Rosa\*

Universidad Jaime Bausate y Meza

---

#### Resumen

*El artículo intenta una aproximación al análisis de la identidad colectiva al interior de las redes sociales que actúan en los movimientos sociales contemporáneos. Se parte de una apreciación de los enfoques teóricos sobre los movimientos sociales y las redes sociales.*

**Palabras clave:** *movimientos sociales, identidad, redes sociales.*

#### Abstract

*This article tries an approximation to the analysis of collective identity within the social networks acting in contemporary social movements. It starts from an appreciation of the theoretical approaches about social movements and networks, ending with a state of art on the construction of collective identity.*

**Keywords:** *social movements, identity, networks.*

---

\* Licenciado en Psicología. Candidato a Maestro en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Docente de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, UNIFÉ, Lima, y de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima. amaro@unife.edu.pe

## CRITERIOS PRELIMINARES

Desde que, como resultado de un prolongado y complejo proceso de evolución nos convertimos en seres humanos, se han hecho efectivas innumerables formas de comunicación, indispensables para la vida en sociedad, el desarrollo de una cultura y hasta la propia supervivencia de la especie. A guisa de ejemplo, si en la actualidad enfocamos nuestra atención solamente en la India, observaremos que los idiomas oficiales del país son el hindi y el inglés; sin embargo se hablan unos 1,652 idiomas y dialectos (tamil, urdu, bengalí, sánscrito, asamés; entre otros).

Estimamos que desde que la política existe como tal, idealmente concebida como forma de lograr el bienestar de la sociedad, se han utilizado diversidad de recursos comunicacionales ya sea para difundir las ideas políticas, para ganar adeptos a la causa, para convencer a los indecisos o para contrarrestar los mensajes de los opositores. Aquello ha estado necesariamente vinculado, por cierto, con el desarrollo de la tecnología, que ha permitido resolver paulatinamente y de manera creativa las crecientes necesidades humanas, y con la evolución de los sistemas de comunicación que ha hecho posible perfeccionar sustancialmente el intercambio de mensajes entre los seres humanos. En consonancia con ello, a nuestro entender, existe una relación muy estrecha entre comunicación, tecnología y sociedad que se hace patente a lo largo de la historia.

La frase *Eppur si muove*, que habría pronunciado Galileo Galilei frente al Tribunal de la Santa Inquisición el 12 de abril de 1633, fue formulada en un contexto sociocultural donde la comunicación interpersonal marcadamente segmentada constituía la modalidad básica de intercambio entre la mayoría de los seres humanos y donde los libros eran leídos por una pequeña minoría ilustrada.

Han pasado numerosas generaciones y nos encontramos ahora, a decir de Jeremy Rifkin (2011) en la tercera revolución industrial, concebida como aquella en la cual convergen profundos e irreversibles cambios en las reglas del intercambio económico, el uso intensivo de las energías renovables así como el desarrollo de revolucionarias formas de comunicación.

En esta era, de la sociedad globalizada, Internet deviene en una infraestructura de información de amplia cobertura e importancia creciente. Siendo realista, su influencia va más allá del campo técnico de la computación al extenderse también a la sociedad en su conjunto. Es indudable que se acelera el uso intensivo de las herramientas online para el acceso a las grandes bases de datos, el comercio electrónico, la gestión de documentación oficial y hasta al monitoreo a distancia de las actividades domésticas con los avances del denominado Internet de las cosas (IoT).

Como parte de los recursos de la web 2.0 es innegable la importancia que han alcanzado las redes sociales en el mundo contemporáneo. Su valor relativo se ha incrementado en los últimos años dado que la mayor parte de los usuarios de redes sociales se conectan ahora a través de los teléfonos móviles inteligentes (smartphones) así como a la evidencia de que diversas ciudades del mundo poseen un número de teléfonos móviles que supera con creces a su población.

Tal como lo hemos planteado previamente (La Rosa, 2015) la naturaleza interactiva por esencia así como la inmediatez de las avanzadas herramientas de la web 2.0, han hecho posible la puesta en marcha de un sinnúmero de conexiones en tiempo real entre los seres humanos así como han estimulado de modo creciente la activa participación social de los individuos, grupos y comunidades; de modo tal que cambia el tradicional modelo de la comunicación donde se pensaba en la vinculación unidireccional de un emisor hacia un receptor. Actualmente, tal como lo comprobamos cotidianamente, la propia agenda temática de los medios de comunicación está influenciada necesariamente por las redes sociales. La búsqueda de información, la cobertura informativa y hasta la propia presentación noticiosa en TV reciben el impacto de las redes sociales.

Los movimientos sociales del siglo XXI no podían estar ajenos a esta realidad, tal como lo demuestran la Primavera árabe, la revolución de los paraguas y las movilizaciones contra la llamada Ley Pulpín, entre otros.

## MOVIMIENTOS SOCIALES

En las Ciencias Sociales, por lo general, no

existe consenso en cuanto a los conceptos dada la multiplicidad de paradigmas que orientan los conocimientos especializados dentro de una misma especialidad, entre los cuales existen en algunos casos discrepancias irreconciliables. Esto se evidencia tanto más tratándose de constructos que atraviesan diversos campos disciplinarios, como en el caso de los movimientos sociales. Revisaremos sobre el particular algunos puntos de vista para luego esbozar el nuestro.

El clásico criterio de Melucci (1980) plantea varios rasgos que caracterizan a lo que denomina “nuevos movimientos sociales”:

- Fin de la separación entre espacios públicos y privados. Los espacios privados se convierten en asuntos de discusión social mientras que lo público sufre el influjo de lo individual.
- Superposición de la desviación y los movimientos sociales: Lo marginal toma partido por el movimiento y presiona por el logro de las demandas.
- No se focalizan en el sistema político sino en asuntos concretos que se intentan modificar.
- Se plantea la solidaridad como objetivo pues se busca responder a intereses de determinado colectivo que procura el cambio desde abajo.
- Participación directa y rechazo a las modalidades de representación social.

Para Eroles (2009) los movimientos sociales son formas organizativas de sectores populares que determinan una acción social concreta y representan modos alternativos a la acción política.

Por nuestra parte coincidiendo con el punto de vista de Della Porta y Diani (2006), tal como lo manifestamos en un trabajo reciente (la Rosa, 2016) asumimos que los movimientos sociales suponen cuatro elementos: Interacción informal, creencias compartidas, compromiso con la acción colectiva y protesta.

Ovejero (2003) revela que a diferencia de los siglos XIX y XX, en la actualidad los movimientos sociales anteceden a los intelectuales y que en este sentido la Psicología Social no se compromete con el análisis de esta problemática. A su entender, ello está relacionado con cinco errores de esta disciplina:

- La visión individualista del objeto de estudio de la Psicología Social.
- La creencia en la esencia racional del ser humano
- La explicación del comportamiento del ser humano a partir de variables internas.
- La visión de la Psicología Social como ciencia biológica.
- La adopción de la metodología experimental para el análisis de los fenómenos colectivos.

Desde una perspectiva eminentemente psicoanalítica, tomando como material de base el libro de Sigmund Freud *Tótem y Tabú*, Santander y Readi (2015) intentan la comprensión de los movimientos sociales contemporáneos en Chile. Luego de una visión analítica de esta obra de Sigmund Freud apelan al mito de la horda primitiva adjudicando el rol de padre primitivo (ideal de la masa) a Pinochet y el de hermanos de la horda a la Concertación de Partidos por la Democracia. Ante la muerte del macho conductor la comunidad fraternal asume como tótem al modelo económico y a la constitución y muestran dificultades para elaborar el duelo del régimen autoritario, lo cual se vincula internamente con los movimientos sociales.

Por otro lado, es de suma importancia entender a los activistas participantes en los movimientos sociales. Le Saout (1999) enfatiza en la necesidad de enfocar la atención en los actores sociales que son quienes en realidad deciden su actuación y no responden automáticamente a las demandas de los movimientos sociales. Intentando explicar su conducta colectiva desde el Psicoanálisis, se ha destacado el papel motivacional de las fantasías de los activistas con respecto a la vida futura en el mundo que quisieran lograr con sus protestas (Omrod, 2009).




Igualmente debemos tomar en cuenta las modalidades de uso de la comunicación. Sobre el particular Puyosa (2014) estima que un Movimiento Social en Red aprende a darle sentido a su protesta con un lenguaje que unifique a sus adherentes. En estos movimientos es fundamental la relación entre el nuevo lenguaje simplificado de la protesta para expresar el descontento y los nuevos repertorios de acción colectiva. Sobre este particular Harb (2013) revela que durante la Primavera árabe el gobierno

usaba el árabe estándar para mantener a toda costa el régimen de Hosni Mubarak. Mientras tanto, los activistas lograron mayor impacto al comunicarse en el árabe coloquial.

SWAT.IO (s.f.) presenta una apreciación sobre el rol de la teoría de la Gestalt en la comunicación de

marketing en redes sociales. Revela la importancia de la utilización de sus principios, los cuales intentaremos aplicar para la comprensión de los recursos simbólicos que emplean los movimientos sociales (Tabla 1).

Tabla 1  
*Teoría de la Gestalt en Marketing en redes sociales*

Ley	Descripción	Aplicación	Casos
De pregnancia	El cerebro humano busca simplicidad	Cuanto más simple el mensaje es más efectivo	
De continuidad	Los elementos se perciben como una estructura a pesar de estar incompletos	Unos cuantos trazos pueden delinear un mensaje	
De similitud	Tendemos a ver como un todo las cosas que comparten características visuales	Identificamos un patrón	

Elaboración del autor basado en SWAT.IO (s.f.)

Cuando se alude a los movimientos sociales contemporáneos frecuentemente se tiene la impresión que para activarlos bastaría con la motivación de activistas a través de las redes sociales. Estamos

convencidos que las cosas no suceden de esta manera. Tal como se explicó en un artículo reciente (La Rosa, 2016) es necesaria la concurrencia de varios factores que aparecen resumidos en la tabla 2.

Tabla 2  
*Factores en la génesis de los movimientos sociales*

Factor	Descripción
Situación social previa	Condiciones que predisponen
Situación coyuntural	Condición social específica que desencadena
Actores sociales comprometidos	Individuos decididos a participar activamente
Acceso a redes sociales	En especial a través de teléfonos móviles

Elaboración del autor

## REDES SOCIALES

Hoy en día se habla constantemente de redes sociales y se les utiliza cotidianamente en el mundo entero. Como punto de partida para este acápite cabe preguntarnos ¿sabemos lo que implica en términos generales una red social?

Para la teoría de las redes, estas configuran rasgos de considerable importancia que configuran la base de la existencia humana, pues como modalidades de intercambio social se manifiestan desde los albores de la humanidad. Un individuo cualquiera depende en medida considerable de sus modalidades objetivas de vinculación con las amplias redes sociales a las cuales pertenece que están reguladas por determinados patrones que se ponen en marcha cotidianamente y pueden tener mayor o menor permanencia y trascendencia. Según Butts (2008) consiste en un conjunto de entidades (personas, grupos) claramente identificables que tienen alguna relación entre sí.

Desde lo que entendemos como una visión sistémica, Cabañas (2011, p. 20) concibe que los medios sociales o redes sociales constituyen “estructuras sociales que se puede representar en forma de uno o varios grafos en los cuales los nodos representan individuos, a veces denominados actores, y las aristas relaciones entre ellos”.

Las redes sociales son para Boyd y Ellison (2007) servicios web que posibilitan al usuario construir un perfil, articular una lista de otros usuarios y visualizar su lista de contactos. No obstante, a decir de Finkelievich y Kisilevsky (2005) constituyen algo más que tecnología en red, pues son en la práctica un nuevo tipo de asociación propio de la era digital en la cual las organizaciones sin desconocer sus anclajes se proyectan a través de la interacción con otras comunidades.

En términos reales, los primeros sitios web que facilitaban el establecimiento de redes sociales por los internautas comenzaron a funcionar a mediados de la última década del siglo XX. En 1995 Randy Conrads creó el sitio web classmates.com el cual consistía en una red social que permitía a las personas de todo el mundo recuperar o continuar manteniendo contacto con sus antiguos amigos, ya sea compañeros de colegio, de la universidad, de distintos ámbitos laborales y demás, en medio de un mundo totalmente globalizado. En 1997,

se desarrolla la web SixDegrees.com, que por primera vez combinó listas de amigos propios con las de otros integrantes. Un año después aparecería Friendster -2002- y luego surgirían sucesivamente redes sociales ahora muy importantes como Myspace -2003-, Flickr -2004-, Facebook -2004-, Youtube -2005- y Twitter -2006- entre otras. Ahora estas redes son parte de la vida cotidiana de millones de personas alrededor del mundo. Conociendo la tendencia creciente de sus usuarios a nivel global, podemos colegir la potencial importancia que ello puede involucrar para los movimientos sociales a nivel global, que usan de modo intensivo las redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp y Flickr, entre otras.

## ESTADO DEL ARTE SOBRE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD COLECTIVA

Si intentamos partir de una definición de lo que implica identidad nos encontraremos con que se trata de un término de múltiples connotaciones.

Desde una perspectiva psicológica, la identidad social ha sido definida como algo que se genera en vinculación con los otros. “...aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1984, p. 292).

Delahanty (1996) encuentra útil el enfoque de la identidad social para el estudio de los movimientos sociales por las siguientes razones:

- Corrige el enfoque individualista de los fenómenos colectivos.
- Inscribe los fenómenos colectivos en el estudio de la conducta grupal.
- Es especialmente idóneo para explicar los procesos psicosociales de naturaleza colectiva.

La identidad puede comprenderse en términos de categorías de membrecía razonablemente estables que la persona reclama como suyas. Se plantea como inapropiada la diferencia entre identidad personal y social por cuanto están interrelacionadas de modo tal que “la identidad personal se define al menos en parte por la membrecía grupal y las categorías sociales están

infundidas con significado personal” (Deaux, 1993, p. 5).

Ayers (2001) concibe a la identidad colectiva como un proceso psicosocial de interacción que conecta al individuo con el grupo. No obstante, estimamos que tratándose de movimientos sociales no podemos referirnos sensu estricto a grupo sino más bien a un colectivo de individuos.

Brewer (2001) propone diferenciar cuatro clases de criterios sobre identidad social:

- Identidades sociales basadas en la persona: Se refieren a factores del self que reciben la influencia de la membresía a determinado grupo.
- Identidades sociales relacionales: Se definen en vinculación con otros individuos.
- Identidades sociales basadas en grupos: Se refieren a la percepción del yo como integrante de una entidad social de mayor rango.
- Identidades colectivas: Implican representaciones colectivas que se basan en experiencias e intereses comunes.

Tubella (2005) sostiene que la interacción a través de Internet demanda una reformulación del concepto de identidad, considerando la construcción de dos modalidades de identidad, con un sector común de interacción. Construimos a partir de este criterio un modelo (Figura 1).

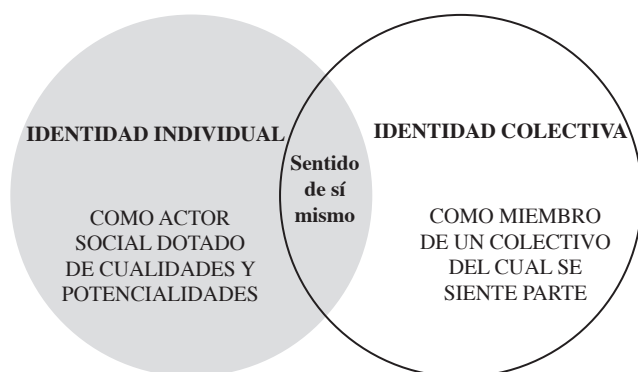


Figura 1. Modalidades de identidad

Elaboración propia, basado en Tubella (2005).

Estimamos que para el caso de la identidad colectiva que presuponen los movimientos sociales resultan aplicables mutatis mutandis algunos de los rasgos que identificáramos previamente como correspondientes a la identidad nacional (La Rosa, 2010):

- Sentido de pertenencia a un sujeto colectivo: Los integrantes de un movimiento social se perciben como parte de un conglomerado de individuos con características comunes
- Espíritu de cuerpo: Defensa corporativa de los suyos.
- Identificación con su grupo de pertenencia: La persona identificada con «lo suyo» toma como grupo de referencia aquel en el cual se incluye.

## REFERENCIAS

- Ayers, M. (2001). *CollectiveIdentity.org: Collective identity in online and offline feminist activist groups* (Tesis de Maestría, Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia). Recuperada de [https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/33518/thesis\\_final.pdf?sequence=1](https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/33518/thesis_final.pdf?sequence=1)
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Brewer, M. (2001). The many faces of social identity: Implications for Political Psychology. *Political Psychology*, 22(1), 115-125. doi:10.1111/0162-895X.00229
- Butts, C. (2008). Social network analysis: A methodological introduction. *Asian Journal of Social Psychology*, 11(1), 13-41. doi:10.1111/j.1467-839X.2007.00241.x
- Cabañas, G. (2011). *Extracción y análisis de información del servicio de red social Twitter, a través de la plataforma de “cloud computing” Google App Engine* [Proyecto de fin de carrera] Universidad Carlos III, Madrid. Recuperado de <http://earchivo.uc3m.es/handle/10016/12973>



- Deaux, K. (1993). Reconstructing social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin* 19(1), 4-12. doi:10.1177/0146167293191001
- Delahanty, G. (1996). Atmósfera social y cambio. Contribuciones de Kurt Lewin a la psicología social. *Tramas*, 10, 51-78.
- Eroles, C. (2009). *Familia, democracia y vida cotidiana: Las familias en la gestación de movimientos sociales*. Buenos Aires: Espacio Editorial.
- Finquelievich, S. y Kisilevsky, G. (2005). *La sociedad civil en la era digital: Organizaciones comunitarias y redes sociales sustentadas por TIC en Argentina*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Harb, N. (2013). "Irhal! The role of language in the Arab spring" (Tesis de Maestría, Georgetown University, Washington DC). Recuperada de <https://repository.library.georgetown.edu/handle/10822/707400>
- La Rosa, A. (2010). *Los medios y la audiencia en la sociedad globalizada: Apuntes para una Sociología de la comunicación*. Recuperado de [www.eumed.net/libros/2010b/712/](http://www.eumed.net/libros/2010b/712/)
- La Rosa, A. (2015). Contenidos generados por los usuarios y periodismo. *Consensus*, 20(2) 131-137.
- La Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. *Correspondencias & Análisis*, 6, 47-60.
- Le Saout, D. (1999). Les théories des mouvements sociaux. Structures, actions et organisations: les analyses de la protestation en perspective. *Insaniyat / إنسانيات* [En línea], 12 doi:10.4000/insaniyat.8334
- Melucci, A. (1980). The new social movements: A theoretical approach, *Social Science Information* 19(2), 199-226. doi10.1177/053901848001900201
- Omrod, J. (2009). Phantasy and social movements: An ontology of pro-space activism. *Social Movement Studies*, 8(2), 115-129. <http://dx.doi.org/10.1080/14742830902770274>
- Ovejero, A. (2003). Psicología colectiva y compromiso. *Revista de Psicología Social*, 18(2), 213-221.
- Puyosa, I. (2014). *El contagio de ideas políticas, la identidad colectiva y los movimientos sociales en redes*. Ponencia presentada en el XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Lima, agosto. Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/11/GT3-Puyosa.pdf>
- Rifkin, J. (2011). *La terza rivoluzione industriale: Come il "potere laterale" sta trasformando l'energia, l'economia e il mondo*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.
- Santander, P. y Readí, R. (2015). Comprensión psicoanalítica de la transición política chilena y los movimientos sociales actuales. Una revisión de 'Tótem y tabú' en nuestros días, *Desafíos* (27-2), 167-185.
- SWAT.IO. (s/f). *The psychology of social media marketing*. Recuperado de <http://blog.swat.io/wp-content/uploads/sites/11/2016/03/Swat.io-The-Psychology-of-Social-Media.pdf>
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Tubella, I. (2005). Television and Internet in the construction of identity. En M. Castells y G. Cardoso. *The network society: From knowledge to policy* (pp. 257-268). Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations.

Fecha de recepción: 9 de noviembre, 2016

Fecha de aceptación: 25 de noviembre, 2016