



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA

LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

El poder de las redes sociales y webs en la nueva participación política en México, del año 2000 al 2015

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
PRESENTA:

Ruiz Cervantes Ulises Yaocuahutli

ASESOR: M. en E.R Ricardo Cortés Padilla

COMITÉ REVISOR:
M. en C. P. David Padilla Macayo
M. Ricardo López Torres

AMECAMECA, MÉX., FEBRERO DEL 2018

Índice

Introducción.....	4
Capítulo I: Internet.....	12
1.1 <i>Internet. Alcances y Límites</i>	12
1.2 <i>Sociedad. Redes Sociales.</i>	16
1.2.1 <i>Modernidad y Post-Modernidad.</i>	25
1.3 <i>Sociedad del conocimiento</i>	28
1.3.1 <i>Desafío de la Sociedad del Conocimiento.</i>	30
1.3 <i>Activismo en las redes.</i>	35
Capitulo II. Activismo Digital y Uso de Medios Electrónicos	40
2.1 <i>Uso del Internet en México.</i>	42
<i>Grafico 1. Crecimiento de usuarios de internet en México.</i>	43
<i>Grafica 2.</i>	45
<i>Grafica 3. Usuarios de Internet por tipo de uso.</i>	45
<i>Grafico 4. Distribución de los hogares con computadora sin conexión a internet.</i>	46
2.2 <i>Ciberactivismo en México.</i>	48
2.2.1 <i>Primera influencia del Internet en la Política Nacional.</i>	55
2.3 <i>Activismo digital en México: el caso del #YoSoy132</i>	60
2.3.1 <i>Redes sociales como medio de Denuncia Ciudadana en México.</i>	65
Capítulo III: La nueva participación	66
3.1 <i>El comportamiento de las nuevas generaciones en internet y redes sociales</i>	67
3.1.2 <i>Jóvenes y el internet en México</i>	68
Tabla 1: <i>Generación @ vs. Generación #</i>	72
3.1.3 <i>Jóvenes y política en la era digital</i>	78
Tabla 2 <i>¿Qué tanto crees en lo que dice(n)?</i>	79
<i>Grafica 5: Interés de los jóvenes Mexicanos por la política</i>	80
<i>Grafica 6: ¿Por qué te interesas poco o nada en la política?</i>	81

3.1.3 Los memes y el Hashtag como vehículo de participación.....	83
Tabla 3 Taxonomía del meme	85
3.2 Participación en la Red, Política y Sociedad, caso Kumamoto y Siri Santiago (El Partido de la Red)	88
3.2.1 Caso Kumamoto y Siri Santiago.....	89
3.2.3 Hacktivismo	96
3.2.3 Plataformas de participación virtual.....	97
3.3 La transformación de la comunicación y participación en internet: los cambios políticos y culturales que produce en México	98
Conclusiones.....	103
Referencias Bibliográficas... ..	110
Anexos	118

Introducción.

Para el ser humano el intercambio de información consiente entre dos o más individuos representan el principal pilar de las sociedades, la existencia humana gira entorno a varias actividades una de ellas es la conexión de uno o más individuos, con los que puede compartir y transmitir sentimientos, pensamientos o ideas, estos pueden ser similares o diferentes pero lo importante es esa transmisión, la comunicación entre los individuos.

La manera en que funcionamos nos convierte en seres sociales, siempre en busca de un grupo de individuos para poder establecer lazos o vínculos en donde podemos compartir nuestros pensamientos e ideales, esto también se puede traducir en un proceso de intercambio de información.

Este es el punto clave de la comunicación y ha sido objeto de estudio en innumerables ocasiones, a partir de la primera mitad del siglo XX en el mundo de la post guerra, el interés por la informática y las nuevas formas de comunicación aumentó paulatinamente, con guerra fría y la carrera armamentista la modernización del mundo se construía de un modo acelerado y con ello el avance en las comunicaciones.

Los canales de comunicación han sido estudiados por numerosos especialistas, teóricos y maestros del campo de la sociología y otras disciplinas encaminadas a las humanidades; desde la teoría matemática de la información introducida por Claude Shannon, hasta los estudios de psicología social y los procesos de comunicación de Stuard Hall, el hombre siempre ha tenido curiosidad por lo que es la comunicación y los canales por donde se genera este fenómeno.

Los diferentes tipos de comunicación como la verbal, la no verbal o la escrita utilizan distintos tipos de canales para poder fluir, desde una simple conversación entre dos personas, hasta el fino arte de evocar a la lengua escrita a través de una carta a un destino lejano, estas son muestras de nuestras distintas maneras de comunicarnos y los medios que empleamos para hacerlo.

La invención de la imprenta por Gutenberg cambió la historia de la humanidad por completo, una revolución cultural en una gran escala, la escritura y el lenguaje escrito se propagó sin ser de uso exclusivo de las elites de aquel tiempo, este se extendió por todo el mundo, sustituyendo a lo que hasta su momento fue la forma más común de transmitir conocimientos la tradición oral, el parteaguas de la era moderna de la humanidad fue la escritura, esta crecía con libros y la creación obras impresas o herramientas para propagar información.

Pasando por la creación del radio, la cual es complicada atribuir a un solo inventor dado que muchos científicos trabajaban en diversos proyectos con fines similares durante una misma época, los cuales tenían como objetivo transmitir mensajes a través de señales electromagnéticas para la difusión de información), y el teléfono desarrollado por Antonio Meucci, hasta la invención de lo que hoy conocemos como Internet, los medios de comunicación han cambiado de una manera exponencial, la evolución de estos canales de transmisión de información es claramente impresionante.

Enfocándose en este último como uno de los objetos principales de estudio, lo que empezó como un proyecto de intercomunicación entre tres universidades de Estados Unidos para crear conexión de ordenadores en distintos puntos geográficos, la cual se llamó Arpanet y llegó a desarrollarse de manera global.

La interconexión de varias computadoras a la vez que se comunicara una con la otra que transmitiera y retransmitiera mensajes formando una red de flujo de información como si se tratara de la neuronas que funcionan dentro de un cerebro tendría lugar como la nueva gran revolución comunicacional de nuestros tiempos, otro cambio en la historia de la humanidad.

Uno de los cambios más sobresalientes desde la invención de la imprenta, el nuevo código es digital y los individuos que interactúan con estos medios son parte de un nuevo modelo de comunicación y de interacción, el registro de su comunicación se guarda en bytes o en megabytes.

La comunicación como pilar de la sociedad moderna, da el panorama perfecto para el cambio de paradigma que vive la generación actual, está se deriva del cambio de siglo y de la revolución tecnológica que deviene desde hace casi tres décadas, la generación que creció con la nueva revolución tecnológica es el testigo fiel de todos los cambios de grado mundial que se presentan en un nuevo mosaico de multiculturalidad y a la vez de una sociedad globalizada.

Esto lanza la pregunta de la presente investigación: ¿En realidad ha existido una participación digital y ciberactivismo en México que cambie el sistema político en los primeros 15 años del siglo XXI?

Los aparatos de comunicación dan pauta a una sociedad de consumo de contenidos y de productos, son estudiadas y analizadas por softwares y estos a su vez utilizan esta tecnología para poder estar integrados al mundo a ser parte de la gran red de comunicación.

Esta revolución cultural actual es palpable, está presente en cada una de las acciones que los individuos que están conectados a internet realizan, los cambios en los hábitos de comunicación y de comportamiento son evidentes; una sociedad es plasmada y recordada por su integración y comportamiento por el legado que dejan a futuras generaciones que habitan en su mismo espacio geográfico.

La cultura es resultado de este tipo de conjunciones entre comportamientos adquiridos y heredados la cosmovisión de los habitantes de diversa zona depende de estas identidades culturales con sus creencias y sus costumbres; el cambio de paradigma reside no solo en como las personas se comunican sino en cómo cambian sus comportamientos dentro de la sociedad y estos a su vez conforman una sociedad que funciona de manera diferente.

Los cambios en los hábitos de comportamiento también engloban las transformaciones en el lenguaje, la adopción de modismos lingüísticos extranjeros producto de la globalización cultural que se vive, de enlaces sociales y de intercambios económicos entre las principales potencias mundiales.

Los países como México se parten en diversos fragmentos de multiculturalidad, adoptando la influencia extranjera en su mayoría estadounidense, combinando sus raíces culturales prehispánicas y a su vez denotando la fusión cultural de la conquista europea.

Lo que el mexicano, ve en los medios masivos son productos de consumo de industrias extranjeras, series televisivas, dibujos animados y comerciales de televisión que están cargados con modelos de vida en buena medida ajenos a la realidad del ciudadano promedio, pero este tiene que adaptarse a la modernidad y a los cambios globales siempre aferrándose a sus identidades culturales.

Esto genera un *crossover*¹ cultural, la adopción de comportamientos y costumbres extrañas en México ha estado presente durante casi toda su historia, pero en las últimas décadas ha tenido un crecimiento relacionado con el desarrollo en el uso de las comunicaciones digitales, con la llegada del internet y con aumento de usuarios de éste.

Generando de manera correlacional para la investigación la siguiente hipótesis: En los últimos quince años del siglo XXI los nuevos medios electrónicos y digitales como lo es el caso de internet cambia la manera de participación política. Siendo la opinión digital y el ciberactivismo ya una manera en la cual la sociedad puede influir en fenómenos sociales y políticos en México.

La contemporaneidad de la aparición del internet con los cambios en la sociedad mundial, no es fortuita, es algo que va totalmente relacionado, se podría decir que los cambios en los medios de comunicación son la base del cambio en la sociedad moderna, tanto en su forma en la que cohabitan los individuos así como en su forma de relacionarse.

El conocer a alguien de manera virtual o interactuar con un individuo a kilómetros de distancia, da un sentido de cambio a la realidad colectiva de los usuarios en

¹ Un **crossover** (lit. **cruce**) es la interrelación de historias o personajes de diferentes lugares, ya sea de televisión o en el cine entre otros (Wikipedia, 2016)

cuanto a los límites que se tenían para poder hacer llegar el mensaje, la idea y el pensamiento.

Y de éste derrumbe de barreras y de límites geográficos viene la convivencia de individuos que comparten sus pensamientos, éstas se pueden encontrar en un plano de concordancia y esto rápidamente se traduce en colaboración, es aquí donde aparece las redes de comunicación, no solo las que permiten las máquinas que permiten comunicarse, sino la de los usuarios generadores de contenido.

Estos usuarios pertenecen en su mayoría a una generación que interactúa con la tecnología de una manera fluida y abierta, entienden la importancia de estar conectados, de ser parte del todo y los alcances de estos nuevos de modelos de comunicación a nivel internacional.

La presente investigación plantea el estudio de la sociedad que está conectada a estos nuevos medios de comunicación digital, los acontecimientos que tienen relación con estos medios y la política en internet, como ha cambiado el modelo de participación, en los últimos quince años que son en donde más se ha tenido influencia de las nuevas tecnologías.

Se podrían poner varios ejemplos de la influencia de internet en los cambios sociales globales, la aparición de las redes sociales son un preámbulo de la influencia real de internet en el día a día, éstas se han adoptado como parte de una identidad en internet como otro plano en la vida de un individuo, éstas dan una oportunidad de poder comunicar los sucesos del día a día a otros usuarios.

En el sentido de la política se podría poner como factor externo las elecciones presidenciales del 2008 con el candidato demócrata Barack Obama y su fuerte aparición en blogs, redes sociales y plataformas multimedia como YouTube, este ejemplo de políticos y política es muy claro en cuanto a la propaganda o el esparcimiento de una idea que tiene un efecto bola de nieve.

El efecto bola de nieve, entiéndase como un mensaje lanzado por un actor político o figura pública con cierto grado de influencia en la sociedad y esta le da

contestación, rechazando o apoyando su idea, pero a la vez que se genera el acto de retroalimentación va creciendo y teniendo mayor difusión el mensaje, éste logra difundirse y con ello las demás ideas en torno a ella.

México es un país con un gran número de habitantes, lleno de contrastes socioeconómicos claramente marcados, azotado por la desigualdad, la inseguridad y la pobreza; presenta un alto índice de analfabetismo y un rezago tecnológico, en pocas palabras una nación en vías de desarrollo en muchos aspectos, esto involucra nuevas formas de comunicación.

El acceso a la información muchas ocasiones depende del nivel económico del sector social; en México no es el total de la población la que cuenta con servicios como internet, esto tiene que ver con la situación económica en la que se encuentren, a pesar de este factor el crecimiento de manera exponencial y acelerada de los usuarios de internet en México se refleja año con año.

Las nuevas formas de comunicación conectan a la sociedad mexicana no en su totalidad pero si en una mayoría significativa que representan, una posible herramienta para el cambio de la situación actual, se plantea estudiar en esta investigación cuales serían las nuevas formas de comunicación y las nuevas formas de participación, enfocando la mirada a la índole política y social, con la serie de cambios que se han vivido durante los últimos quince años, en donde México y su sociedad se ha transformado de una manera significativa.

Se tienen objetivos tanto generales como particulares en la investigación realizada los cuales son primero en términos generales: Analizar los cambios en la comunicación de las nuevas tecnologías (internet), identificar las variables que indique cómo estos cambian los procesos de participación social. Estudiar si estas dan surgimiento a nuevas formas de participación como el ciberactivismo, la opinión digital entre otras en los primeros quince años del siglo XXI. Esto retomando estudios previos y analizando.

Y por otro lado de manera particular: Analizar y observar el comportamiento de las nuevas generaciones en internet y redes sociales en México en los últimos quince

años; Analizar la participación y movilización de la sociedad en redes sociales, blogs y web en general en relación con temas sociales y políticos mexicanos en los últimos 15 años; Analizar qué cambios culturales produce en México la transformación de la comunicación a partir de internet.

La presente investigación utiliza una metodología de observación y análisis del entorno, social, económico y político en su mayoría, estudia la situación del país y el desarrollo del internet dentro de este marco; tiene varios métodos de investigación como son los siguientes explicados a grandes rasgos:

- Exploratorio: Aunque existen estudios acerca del tema en cuestión, el tema de estudio es extenso y actual, para esto se recurrirá a bibliografía, investigaciones previas, observaciones y estudios de caso.
- Descriptivo: Ya que nuestra investigación analiza un fenómeno de transformación de conductas sociales, participación y cambios en la comunicación, todas estas variables se observarán y medirán por separado para poder describir características de cada una de ellas, identificar conductas, descubrir y comprobar las variables de la investigación, con ayuda de diversos instrumentos como encuestas selectivas, entrevistas, entre otros.
- Correlacional: La forma en que nuestras variables, dígame sociedad internet, medios electrónicos, fenómenos políticos y culturales, comunicación, participación y como estas interactúan entre sí, estas estableciéndose en un mismo contexto.
- Explicativo: la investigación analizará a profundidad los conceptos y variables para poder dar un entendimiento y comprensión al fenómeno de manera más general.

La investigación en este caso estudia el fenómeno de la transformación de la comunicación desde que el fenómeno de internet como punto de partida para la participación social, hasta el punto en el que se pudiera dar o no una participación

concreta en medios digitales, por lo que se habla que pertenece a un tipo de investigación prospectiva y además una investigación documental ya que parte del modelo de investigación exploratoria, esta se apoya en material bibliográfico y estudios previos acerca del tema.

Todo esto dentro de un enfoque conductista, puesto que es un estudio social, se habla de una transformación de comunicación y participación por lo tanto un cambio en la conducta del colectivo; con un método de control analítico en donde también se encuentran varias variables en las que se enfoca la investigación, como son los medios electrónicos y digitales, redes sociales, internet, comunicación, participación, sociedad.

Capítulo I: Internet

En la década de los años setenta la interconexión de varias computadoras a la vez permitió que comunicara entre sí, que transmitiera y retransmitiera mensajes formando una red de flujo de información, este avance tecnológico tendría lugar como la nueva gran revolución comunicacional de nuestros tiempos, otro cambio en la historia de la humanidad.

1.1 Internet. Alcances y Límites

Internet siendo el punto base en la comunicación de la vida moderna y del ser humano, se identifica como un medio para todo, para la propagación de información, de ideas, un medio para compartir intereses colectivos. A medida que este sistema ha ido desarrollándose en los últimos cuarenta años y creciendo de manera acelerada, organismos económicos, sociales y culturales se van a adaptando a las nuevas formas de comunicación.

Este medio pasó de ser minoritario a la expansión; en los años noventa se concebía como una esfera en donde solo unos cuantos tenían acceso a él y eran capaces de entender su funcionamiento y poder utilizarlo como una herramienta, el lenguaje de la red en sus inicios no era para cualquier persona, lo especializado de sus códigos y algoritmos así como su programación lo convertían en un medio con una tendencia al elitismo intelectual.

Posiblemente una de las principales limitantes de este canal de transmisión eran lo complicado de su uso o lo especializado de su lenguaje pero a medida que la tecnología fue avanzando, la simplificación de este medio de comunicación también progresó, esto se traduce en que cualquier persona independientemente de su nivel de escolaridad o sin tener una especialización en tópicos de informática o código, podría hacer uso de estas tecnologías, esto representa una gran apertura a la utilización de este medio.

A la actualidad en donde la compenetración del sistema de comunicación internet se ha vuelto un básico y un esencial de la vida diaria, ya sea en el hogar, el trabajo

o en la escuela todo el tiempo es estar en línea, actualizando la información acerca de nuestro entorno local, nacional y mundial, que hacen las personas y la sociedad en conjunto.

Se crea entonces una realidad alterna a la realidad palpable, la mega biblioteca de la humanidad, el compendio cultural más grande que haya existido alguna vez, la red que contiene todas las redes de información “Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad y, de hecho, a pesar de ser tan reciente, en su forma social” (Castells, 2001; 1)

Desde sus inicios, el hecho de que los ordenadores se pudieran comunicar entre sí, representó el quiebre de las barreras geográficas espaciales para el buen funcionamiento de los sistemas de comunicación.

Uno de los elementos que más contrasta la generación actual con las anteriores, no es la forma de divertirse o de vestir, es el cómo se interactúa, el cambio en la comunicación es sin duda la gran brecha generacional de nuestro tiempo ligada a los avances tecnológicos que nuestros padres durante la década de los setentas y ochentas vislumbraron, hasta nuestra época donde disfrutamos de impresionantes avances tecnológicos

El cambio en la comunicación en base a los avances tecnológicos nos dice mucho, la sociedad no es la que solo se adapta a los cambios en la tecnología, y ésta a su vez interactúa con la sociedad, las exigencias del mundo actual dictan ya que todos los individuos deben de estar conectados en todo momento, en cualquier hora y en cualquier parte del mundo.

Por supuesto, la tecnología no determina la sociedad. Tampoco la sociedad dicta el curso del cambio tecnológico, ya que muchos factores, incluidos la invención e iniciativas personales, intervienen en el proceso del descubrimiento científico, la innovación tecnológica y las aplicaciones sociales, de modo que el resultado final depende de un complejo modelo de interacción”(Castells, 2001; 30)

Si se habla de un alcance en el medio de comunicación, la exposición más rápida sería obviamente que internet es el vehículo para poder interconectar a todas las personas en tiempo real creando una red inmensa de transferencia masiva de información, en todo momento, esa sería la visión más ambiciosa.

Una revolución tecnológica que se traduce en una transformación comunicacional, el internet como medio en donde las conexiones elimina las distancias para la recepción y el envío de los mensajes, para la mayoría de las personas que habitamos este planeta las barreras geográficas más haya de representar un límite espacial, nos exponía un freno en la comunicación en la difusión de nuestras ideas y pensamientos.

La eliminación de las limitantes geo espaciales en cuestión del poder comunicarnos a través de largas distancias en tiempo real sería solo uno de los alcances que tiene internet.

La conjunción de varios elementos que hacen a este medio de comunicación único es la capacidad multimedia que tiene de comunicación, la difusión de ideas de los individuos del mundo a través de mensajes escritos es solo una característica, en el ciberespacio tenemos la posibilidad de mandar y recibir audio, video e imágenes, de realizar broadcasting con ayuda de un micrófono y una cámara para poderle dar difusión a un mensaje, pensamiento o idea.

Internet significó una ruptura con lo anterior. Uno de los cambios clave es que la lógica de un productor hacia varios receptores se ha transformado. “Actualmente, el reto es identificar y analizar las múltiples tareas posibles en variadas plataformas mediáticas, convergentes, interactivas, móviles e incluso híbridas entre sí, tornando a los receptores a su vez en productores” (Padilla y Flores, 2011; 105)

La conexión de realidades y pequeños universos, la cosmovisión de las generaciones que han vivido y crecido con el internet es diferente, el poder del

individuo se traduce en que ahora puede conectarse con la información y directamente él está generando y compartiendo contenidos.

Internet además de un vehículo, es un espacio, se podría decir que existe una realidad dentro y fuera de él, el cómo los individuos se comportan dentro de la red de redes y cómo se comportan en la vida diaria, la conjunción de internet con la vida diaria tiende a exponer un cambio en los hábitos y el comportamiento de los individuos, no solo es el cómo se comunican los usuarios si no el cómo actúan, el lenguaje que utilizan y como lo van desarrollando.

Se podría exponer como una limitante del internet al irónico alejamiento de los individuos en cuanto su comunicación en el plano real, en donde sus hábitos comunicacionales se encuentran transformados y adaptados al plano cibernético, entonces las relaciones interpersonales cambian y con ello los hábitos que teníamos para relacionarnos en colectivo.

El límite de internet se podría encontrar en el plano de una realidad palpable que se vive en el día a día, el internet transforma nuestra realidad, pero, el internet depende de la realidad y los individuos para funcionar, si las centrales del internet que se encuentran alrededor del mundo cayeran o fallaran, el medio de comunicación tendría su fin de cierta manera, pero las personas seguirían comunicándose en un plano real.

Otra limitante y un punto de fragilidad dentro de éste es el control que los gobiernos intentan ejercer en él, internet muchos lo traducen en libertad de expresión y libre circulación de información, pero la realidad es poco más diferente que eso, organismos gubernamentales tratan de controlar internet para su propio beneficio, la mano del dictador tratando de controlar la evolución de la comunicación y el desarrollo humano.

“Las investigaciones llevadas a cabo por organizaciones como Open Net Initiative (ONI) y Reporteros Sin Fronteras (RSF) indican que muchos países filtran una amplia variedad de contenido social, político y de 'seguridad nacional', aunque

raramente publican listas precisas de lo que ha sido bloqueado” (Info.securityinabox.org, 2016)

Desde otro punto de vista podría hablarse que los alcances y los límites del internet es dependiendo de la persona que lo utilice y el fin que tenga al utilizarlo, el cómo se desenvuelva dentro de este medio y como esto influya en su entorno, que función tenga dentro de la sociedad.

La conexión que se crea entre todos los usuarios o cibernautas representa el mayor de los alcances de internet, cuando se da estos enlaces, todo un sistema se forma, el cual puede comenzar a comportarse de manera autónoma, creando su propio lenguaje, organizándose y teniendo una total influencia en lo que pasa en el plano real, una realidad dentro de otra realidad.

El Internet ha venido a cambiar significativamente el concepto de comunicación y, en consecuencia con el o los procesos de interacción, “Internet es el tejido de la comunicación en nuestras vidas” (Castells, 2001; 15)

1.2 Sociedad. Redes Sociales.

La introspectiva humana y el cuestionamiento de lo que somos o como funcionamos ha sido uno de los motores de avance intelectual a través de la historia, nuestro pensamiento se ha dedicado a resolver problemas que sirve para mejorar sus condiciones de vida, simplificar el día a día, pero también encienden la curiosidad, el tratar de entender nuestro entorno y lo que nos rodea.

Una red es un conjunto, una organización, una serie de conexiones, para el ser humano, nuestro cerebro contiene una red neuronal, esta red es la encargada de conectar todo nuestro pensamiento, como la capacidad de memorizar y de asociar hechos, sin estas conexiones en nuestra mente no podría realizar sus funciones, “Todos los procesos del cuerpo humano se relacionan en alguna u otra forma con la (in)actividad de estas neuronas. Las mismas son un componente relativamente simple del ser humano, pero cuando millares de ellas se conectan en forma conjunta se hacen muy poderosas” (Matich, 2001; 5)

Para el campo informático y computacional, el pensamiento humano, su funcionamiento y la inteligencia propia del hombre han sido objeto de estudio, comprenderlas y poder duplicarlas ha sido un avance dentro de la tecnología, el poder crear una inteligencia similar a la humana es un objetivo de las redes neuronales artificiales “son redes interconectadas masivamente en paralelo de elementos simples (usualmente adaptativos) y con organización jerárquica, las cuales intentan interactuar con los objetos del mundo real del mismo modo que lo hace el sistema nervioso biológico”.(Matich, 2001; 8)

Los ordenadores que forman una red comunicacional, son los que conforman internet; la sociedad forma redes, “Las redes son formas muy antiguas de la actividad humana, pero actualmente dichas redes han cobrado nueva vida, al convertirse en redes de información. Impulsadas por Internet” (Castells, 2001; 15)

Las redes sociales, en primera instancia son entendidas por Castells como: sociedades que comparten sinergias, ideas, tradiciones, en el caso de las redes sociales en internet parten de una fuente de identidad cultural sobre temas informáticos, especialistas en el campo de la tecnología fueron los primeros en desarrollar redes de comunicación.

“La convergencia de la evolución social y las tecnologías de la información ha creado una nueva base material para la realización de actividades por toda la estructura social. Y esa base material, compuesta por redes, marca los procesos sociales dominantes, con lo cual organiza la misma estructura social” (Castells, 1996; 707).

Estas redes de información, sirven de escape comunicacional; el mensaje que se expresa es escuchado globalmente no importando en donde se situó el emisor de éste, teniendo como objetivo indirecto conectar una red de conocimiento.

Con esta red global de conocimiento, estamos ante un proceso de globalización informática y cultural, fuera de los usos y costumbres de cada país, en internet, se

crea una identidad aparte, es decir en la red se dan identidades propias a las del entorno real en donde se vive, la sociedad crea diferentes tipos de lenguaje y manera de expresarse, simbologías y distintos significados.

Iniciando en simples listas de correo dentro de las cartas cadenas que se recibían en los correos electrónicos, hasta los foros de internet en donde siempre había distintos tópicos que se sometían a debate o en donde los participantes discutían y retroalimentaban su conocimiento acerca de algún tema en específico, la evolución de lo que conformaría la redes sociales es el resultado de todas interacciones electrónicas.

Las nuevas plataformas digitales de interacción social. Las ciencias sociales –desde las disciplinas de la comunicación hasta la sociología, pasando por la ciencia política o la psicología– se vieron obligadas a incorporar esta nueva realidad en sus agendas de investigación. Las redes sociales trajeron nuevas prácticas de producción/consumo informativo e innovadoras formas de organización social (Scolari, 2014; 10)

Las redes sociales son los espacios en los que actualmente la sociedad se desenvuelve, comparte pensamientos, ideas, emociones, vivencias, en estas comparten fotos del día a día, de sus actividades, gustos, ideologías políticas e intereses artísticos, muestran gustos musicales y están dentro una red local de personas que conocen en la realidad que conectan otras personas las cuales no conocen físicamente, como una cadena de contactos.

Una suma de variables y co-ordenadas la responsabilidad del rápido crecimiento y el vertiginoso desarrollo de las redes sociales en internet. Entre ellas, seguramente aparecerán: los avances tecnológicos aplicados a la comunicación, la posibilidad de conectar lugares bien distantes del planeta, la reducción de espera en la interconexión, la instantaneidad, los desarrollos que permitieron notables mejoras en la transmisión de datos y gran nitidez en la calidad de la imagen, la convergencia mediática (radio, diarios, revistas, televisión, cine,

todo en el mismo soporte), los múltiples y cada vez más maniobrables puertos de acceso, entre otras (Suarez,2014)

La transformación de la interacción humana surge cuando mantenemos una conversación en línea con personas que conocemos y personas que no conocemos en un plano real, conocer a alguien en internet es un cambio en la manera de interactuar con otros individuos, no necesitas estar físicamente con la persona que estas conversando, tus intereses y tus características personales aparecen en tu perfil como una pequeña base de datos de ti mismo.

En la arquitectura de la Web 2.0 se puede distinguir a los siguientes grupos de aplicaciones: 1) las redes sociales (Facebook, Twitter, Myspace, LinkedIn, etc.); 2) las *Wikis* (como la Wikipedia); 3) los *blogs*; 4) los *mashups* (aplicaciones web híbridas); 5) los servicios de alojamiento de videos, fotos y audios (YouTube, Flickr, Instagram, etc.); 6) los sitios de intercambio de documentos (Napster, BitTorrent, etc.), entre otros. Con esta forma de interactuar se desarrollan comunidades de usuarios, redes de personas que pueden interactuar aprovechando las aplicaciones de la Web 2.0 (Espino-Sánchez, 2014; 43)

Para la generación que vivió el boom del internet a inicios del año 2000 una de las maneras favoritas de comunicarse en internet y la cual resultaba bastante divertida y entretenida además del correo eléctrico eran los servicios de mensajería instantánea, un ejemplo claro es el de Messenger, un servicio que lanzo Microsoft en julio de 1999.

Este tuvo una evolución constante en actualizaciones de diseño y funcionalidad, con este servicio se podían compartir imágenes, videos y archivos; esta plataforma es en donde se desarrollan muchas de las comunidades que después utilizarían servicios como Myspace, una de las primera redes sociales con el modelo que se conoce actualmente.

Windows Live Messenger (llamado así oficialmente en 2007) represento uno de los primeros servicios de comunicación que definieron a la generación que hoy usa servicios como Skype, Periscope o están registrados en Facebook, lo innovador de su funcionamiento aunado a las características como el poder conocer gente en línea o hacer grupos de chats de más de dos personas, constituyeron una de las bases de la interacción virtual actual.

Desbancando a Myspace y posicionándose como una de las redes sociales favoritas, Facebook creado en el 2004 por Mark Elliot Zuckerberg un estudiante de la universidad de Harvard con la ayuda de varios colegas, esta plataforma social, ha tenido uno de los crecimientos más acelerados eh impresionantes, en Facebook el mensaje llega a los contactos que el perfil tenga como “amigos”, este presenta una estructura de red en forma de círculos sociales, ” en Facebook, usar es comunicar; en Facebook, la frontera real/virtual es porosa y prácticamente inexistente” (Piscitelli, 2009)

Esta plataforma social también tiene una evolución a través de los años, lo que empezó siendo una base perfiles del alumnado de la Universidad de Harvard, cuenta ahora con características que lo hacen multifuncional, desde compartir lo que estás pensando a postear enlaces a otras páginas así como compartir videos, imágenes de tu perfil o de otras páginas o perfiles, hacer publicidad, crear sitios enfocados a negocios, intereses, actividades, perfiles de artistas, figuras públicas, etc.

Las “fan pages” de Facebook permiten a industrias, marcas, empresas y personas poder darse a conocer y tener difusión, pero lo más importante es analizar el mercado de una manera particular, los “likes” o me gusta de Facebook cumplen una función de estudio de aceptación hacia algún producto, persona o cosa, “Las páginas de Facebook de las principales marcas de Gran Consumo permiten llegar a un target (objetivo) de valor, especialmente aquellas mejor valoradas por sus fans” (Kantarworldpanel.com, 2016)

Esto se traduce en que las marcas mejor valoradas o como más cantidad de me gusta o fans, son las que más se consumen, y en donde las personas que le dieron al botón de me gusta gastan más dinero en ellas según un estudio realizado por el sitio Kantarworldpanel.com

Además de estas características de mercadotecnia, Facebook cuenta con funciones para desarrollar aplicaciones dentro del sitio, y app de mensajería instantánea, con opciones para mandar y recibir archivos multimedia, una de las piezas claves de este sitio para ser el gigante de las redes sociales es su versatilidad y su simplicidad de su interface al momento de utilizarlo, cualquier persona queda registrada con un par de clics.

En Twitter la dinámica de la emisión de la información cambia un poco, si se utilizan palabras claves o algún tema de tendencia este mensaje puede ser leído por millones de personas alrededor del mundo que estén interesadas en el tema del que se habla, esta red es un espacio de microbloging que da la posibilidad de compartir imágenes, videos y publicaciones en 140 caracteres.

En Twitter a diferencia de Facebook, mueve las noticias de lo que está pasando en tiempo real más rápido, es un medio más informativo del entorno global, el “que está pasando y en donde”, este sitio maneja una estructura similar a la de Facebook pero con algunas diferencias como interface y el manejo de la información en su línea de tiempo.

Twitter como herramienta de comunicación directa presenta un crecimiento descomunal, que como es previsible, se constituye en una caja de resonancia de y en la vida social, cultural, política y económica de un país o región: sólo enterarse de los seguidores de políticos locales, funcionarios gubernamentales, estrellas del espectáculo televisivo y otros, como también de los de la globalidad (el presidente Obama, comenzó y adoptó el Twitter para robustecer su campaña política, y otros repiten actos similares), debería tenerse en cuenta (Fainholc,2011; 3)

La historia de estos espacios virtuales nos remonta a la década de los setenta con el primer envío de un correo electrónico; se simplifica en la siguiente tabla.

Tabla 1. Breve Cronología de las Redes sociales.

Cronología de las Redes Sociales en Internet.

1971: Se envía el primer mail. Los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

1978: Se intercambian BBS (Bulletin Board Systems) a través de líneas telefónicas con otros usuarios.

1978: La primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.

1994: Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).

1995: TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

1997: Se lanza AOL Instant Messenger.

1997: Se inaugura la web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.

2000: La “burbuja de internet” estalla.

2002: Se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de “amigos reales”. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.

2003: Se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un “clon” de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.

2004: Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su pistoletazo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.

2006: Se inaugura la red de microblogging Twitter.

2008: Facebook adelanta a MySpace como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.

2011: Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, MySpace 260 millones, Twitter 190 millones y Friendster apenas 90 millones

Elaboración propia, Fuente: (OnlineSchools.com, 2015)

El internet es un espacio libre en cierto modo, estas redes a pesar de que su uso tiene un crecimiento totalmente acelerado en los últimos cinco años, no fueron creadas tan recientemente, la interacción de las personas en internet fue uno de los objetivos por los que se creó el mismo.

En la red todo mundo tiene algo que decir, este espacio tiene las plataformas mencionadas para poder difundir cualquier tipo de información, si tienes personas que escuchen tu opinión, tu mensaje será escuchado, en la transformación de los medios de comunicación, este enlace directo y sin mediadores representa una clara democratización de los medios.

En esta coyuntura temporal, una persona no solo tiene que ser una figura pública para difundir un mensaje en internet, este es un foro abierto, desde un video en YouTube hasta un post en SnapChat mostrando lo que estás haciendo en tiempo real, esto crea un registro de tus actividades y comportamiento, dentro de las redes el individuo desarrolla una “identidad digital”.

La identidad digital se ha tratado, a parte del mundo corporativo y empresarial, desde la reflexión sobre la seguridad y la privacidad, así como observando los comportamientos en línea de niños, adolescentes y otros colectivos temáticos. La identidad analógica y la digital convergen, pero mientras que el analógico remite a un mundo referencial de lo físico (nuestro cuerpo, nuestra familia, nuestra situación vital, nuestros documentos oficiales), la digital es construida, por nosotros mismos y por lo que los demás puedan comunicar sobre nosotros. Son nuestros textos, imágenes y videos, y los perfiles que nosotros mismos creamos (Ferré, 2014, p.31)

Desde la llegada de Google a la vida moderna, la interacción entre personas que conviven en un territorio determinado cambió significativamente, es lo que Kuhn describe como “el cambio de paradigma” (Kuhn, 1962)” Los medios sociales son plataformas tecnológicas online orientadas a la interacción humana síncrona y

asíncrona con un alcance global y local sin precedente en la historia de la humanidad” (Fresno, Daly & Segado, 2016; 24)

Varias nuevas redes sociales toman las características con las que el individuo se describe, sus ideales intereses y gustos para conectarlos con otras personas similares mediante algoritmos de compatibilidad, las computadoras se encargan de hacer análisis y cálculos de los individuos para ver si son compatibles.

A partir de estas compatibilidades se forman comunidades virtuales dentro de las redes sociales, comunidades que tienen intereses en común, “Las nuevas aplicaciones facilitan compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración” (Espino-Sánchez, 2014; 43)

En WhatsApp fundada en 2009 es el servicio de mensajería instantánea conectada al número de teléfono de una persona que tiene un auge inmenso, en la actualidad es raro no ver a las personas transitando por la calles y avenidas atentos a dispositivos móviles, este servicio provee además de poder enviar mensajes de texto, realizar llamadas en tiempo real, compartir archivos multimedia y crear “chatrooms” o grupos en donde uno o varios contactos se encuentran dentro de una conversación.

Servicios como Tinder o Happn, que están estrictamente diseñados para que las personas se puedan conocer y entablar relaciones de amistad o romance, usan algoritmos de compatibilidad mediante el uso de botones colocados en la aplicación para que el usuario descarte o acepte a la persona que está viendo con imágenes, además de que los perfiles son filtrados por ubicación geográfica y busca que las personas se encuentren cerca.

Esta inefable transformación de las relaciones interpersonales nos muestra un cambio de paradigma en los comportamientos sociales los cuales no volverán a ser los mismos, desde el conocer personas, hasta la creación de comunidades virtuales, dan lugar al avance en las conductas sociales, su desarrollo y crecimiento.

“Internet es un medio interactivo que multiplica las posibilidades de contacto de una forma muy eficiente en términos de inversión en tiempo y crea un entorno intensivo de comunicación. Asimismo, Internet permite la creación y recreación de “espacios” donde la discusión y la deliberación sobre temas de interés común son posibles” (Karakaya, 2005; 435)

Las redes sociales son parte de la vida del ser humano, y el ser humano es parte de las redes sociales, los tejidos y las interconexiones que estas representan son el motor de la sociedad actual, las tecnologías se fusionaron con los modos de vida y la conducta de las personas.

1.2.1 Modernidad y Post-Modernidad.

Para poder estudiar el mundo y el entorno actual, se debe ser consciente de la corriente histórica de la que se es parte, la revolución de la tecnología aunado al avance en los procesos de comunicación están dentro de un periodo de tiempo único en la historia de la humanidad, “La Modernidad –Escribió Baudelaire en su fecundo ensayo «El pintor de la vida moderna» (publicado en 1863)- es lo efímero, lo veloz, lo contingente; es una de las dos mitades del arte, mientras que la otra es lo eterno y lo inmutable” (Harvey, 1998; 25)

Bauman a pesar de su avanzada edad se ha mantenido al tanto de todos los nuevos procesos y cambios en materia de sociedad y comunicación, la modernidad o en este caso de nuestra generación la post-modernidad, son el panorama intrínseco actual, la brecha generacional fuertemente marcada por la tecnología y las nuevas formas de comunicarnos.

Bauman es de suma importancia ya que toca el tema de las redes sociales desde un aspecto más psicológico, el comportamiento de las masas a través de las redes sociales digitales corresponde a una necesidad humana, pone al descubierto el cómo los medios de comunicación actuales basados en el compartir información y gustos, mas encaminados a la satisfacción de los miedos existenciales del hombre como lo es el temor a la soledad.

“La modernidad significa muchas cosas, y su advenimiento y su avance puede evaluarse empleando diferentes parámetros. Sin embargo, un rasgo de la vida moderna y de sus puestas en escena sobresale particularmente, como “diferencia que hace toda diferencia”, como atributo crucial del que derivan todas las demás características. Este atributo es el cambio de relación espacio tiempo” (Bauman, 2003; 14)

El concepto tiene un enfoque de progreso, avance, innovación, el ser humano siempre ha querido dar respuesta a su entorno, analizar, teorizar y crear; los avances tecnológicos son ejemplos de modernidad porque significan progreso intelectual, van de la mano con la simplificación de la vida diaria.

Pero más allá de la modernidad, de la que se hablaba desde antes del siglo XX, estamos en una post-modernidad, la línea bien marcada del cambio en las estructuras de los compartimientos sociales de nuestra generación, el arte, la música, y los medios de comunicación, son totalmente postmodernos.

Se habla de la post-modernidad de un periodo que tiene su punto de auge después de 1950 teniendo su mayor crecimiento después de la caída del muro de Berlín, uno de los exponentes o de los que ponen en la mesa el tema del postmodernismo es Lyotard (1979), este expone el tema del postmodernismo como la muerte de los grandes relatos de la historia humana.

“El posmodernismo, privilegia la heterogeneidad y la diferencia como fuerzas liberadoras en la redefinición del discurso cultura. Fragmentación, modificación y descreimiento profundo respecto de todos los discursos universales o totalizantes. son las marcas distintivas del pensamiento posmodernista”. (Harvey, 1998; 23)

Esta corriente tiene como componentes la sociedad caótica influenciada por los medios masivos de comunicación, las cuales aportan muchas realidades la cuales se cruzan y convergen, opiniones vertidas en distintos canales, no se habla de una verdad absoluta sino que reina el escepticismo y el nihilismo, los individuos no se pueden guiar de una sola verdad sino que buscan la alternativa de buscar las repuestas en varios tipos de conocimientos.

El posmodernismo integra el multiculturalismo, evoca a la multiplicidad, a muchas realidades, muchas historias y muchas opiniones, nos dice en su corriente filosofía que no hay una verdad absoluta, hace una deconstructiva de la historia, que ya exponía Heidegger.

“Nunca en la historia humana hubo tanta comunicación como hoy pero esta comunicación no desemboca en el diálogo, que es el desafío cultural más importante de nuestro tiempo. Nadie realmente habla. En Facebook jamás puede suceder que alguien se sienta rechazado o excluido. Siempre, veinticuatro horas al día, los siete días de la semana, habrá alguien dispuesto a recibir un mensaje o a responderlo” (Bauman, 2013)

El camino de lo positivo de las redes de información se desvirtúa en cierta medida con todo lo que ello conlleva, las grandes agencias de investigación y corporaciones multinacionales toman las redes sociales como una infinita base de datos para así satisfacer intereses económicos o gubernamentales.

La diversidad que expone la posmodernidad se ve corrupta con estos factores de control por parte del gobierno y el sistema capitalista, la realidad que encierra miles de realidades como es internet, se podría decir que pierde sentido con el tema de lo global y la globalización de la información, pero lo que amenaza la pluralidad de internet es el control de estos organismos internacionales.

Internet siendo la súper carretera de la información, ha crecido de una manera poco controlable para empresas y gobiernos, esto significa una multiplicidad de pensamientos y opiniones, pero dentro de las comunidades virtuales que tienen su lugar dentro de las redes sociales como Facebook, en donde como individuo te registras y creas una identidad digital, cae en un sistema de control global, no se está diciendo que la aparición de internet sea algo negativo, sino que el elemento clave de estos medios siendo la comunicación tratan de corromperlo en un mecanismo de control.

Bauman y su modernidad líquida, donde los sólidos se mantienen estáticos y no transformables a través del tiempo sin embargo los líquidos fluyen cambian y

adquieren la forma de donde pasan, se adaptan a su entorno, avanzan, crean, las generaciones actuales buscan la manera de conectarse en estas sociedades caóticas.

Las sociedades posmodernas se adaptan a las nuevas formas de interacción humana de absorción de información, se llenan de ella, se mueven a través de conocimiento constante de diversas cosas, la retroalimentación constante de los individuos en una plataforma de interacción genera mucha información.

Esto también incluye la autocrítica de la sociedad, el cuestionamiento de lo positivo y lo negativo, la autorreflexión del ser, como nos desenvolvemos en una realidad contrastante multicultural, multidialectica y llena de matices, una cadena de micro universos que se entrelazan para dar forma a una red de información y comunicación.

La transformación de la modernidad a la posmodernidad y su generación que destruye y cuestiona la historia da paso a una sociedad del conocimiento, en donde este se utiliza como una herramienta de interacción para convivir

1.3 Sociedad del conocimiento

Estos acontecimientos históricos de avance y progreso en la era posmodernista de la sociedad, crea una brecha generacional, la sucesora de la Generación x es decir la Generación Y, es la supuestamente la más informada en la historia de la humanidad, esta también denominada Millennial, es un híbrido de la tecnología actual con la tecnología del siglo XX, se podría decir que se trata de un individuo digital-analógico.

Los individuos de esta generación son todos aquellos jóvenes que llegaron a su vida adulta con el cambio de siglo, es decir en el año 2000, los cuales empeña varias horas de su vida en estar conectados a internet, más de 25 por semana, como lo señala el estudio del sitio Forrester. (Forrester.com, 2016)

Estos nativos digitales están pendientes de las redes sociales y la tecnología móvil. Los medios tecnológicos, a su vez, están pendientes de esta generación Y (los cuales ahora tienen entre 18 y 34 años y prueba de ello son los miles de estudios que hay en internet sobre su hábitos. Todas las miradas están puestas en ellos: un grupo que en 2025 supondrá --según la consultora Deloitte—“el 75% de la fuerza laboral del mundo” (Deloitte.com, 2015)

Esta generación junto con la Generación Z, los nacidos a mitad de los noventas y principios del nuevo milenio, que son además nativos totalmente digitales, moldean el entorno de la comunicación actual y representan el futuro motor de la economía mundial.

En el caso de la influencia de las redes sociales entre la juventud, los investigadores que participaron en esta obra han observado la relación entre Internet y la juventud y las preferencias de diseño de los productos virtuales que consume (Ferré, 2014; 27)

Ante todos estos cambios que se han mencionado, está claro que la sociedad está viviendo la era de la información en todo su esplendor, para Daniel Innerarity (2011) quien hace una reflexión a esta sociedad de la información de las cuales también tienen injerencia obvia las herramientas tecnológicas como difusores de dicha información.

Innerarity es quien hace una análisis más profundo a como recibimos ese conocimiento que ya todos tenemos al alcance de la mano, no le basta el solo hecho que absorbamos todo tipo de noticias o información, sino que realmente se genere más conocimiento o ciencia, para el activismo social es fundamental estar informado de lo que pasa a nuestro alrededor.

Entonces la reflexión de nuestro autor parte del hecho de que vivimos realmente una sociedad del conocimiento o solo estamos ante el espejismo de una ignorancia disfrazada “Una sociedad del conocimiento es, desde este punto de vista, una sociedad especialmente interesada no tanto en que sus componentes

sean inteligentes como en lo que sea la sociedad en su conjunto” (Innerarity, 2011; 62)

Para abordar estas cuestiones es imprescindible comenzar analizando la naturaleza de la sociedad del conocimiento, concretamente, que forma de saber es el que se ha generalizado en ella.

¿Cómo saber si esto que tenemos delante es una sociedad del conocimiento o, simplemente algo que se le parece? ¿Basta que haya ciencia y moda, cambios y novedades, patentes que podamos hablar de una sociedad del conocimiento y la innovación? Hay una dificultad a la hora de celebrar la sociedad del conocimiento es una propiedad humana general y no tanto una diferencia específica de una época concreta (Innerarity, 2011; 55)

1.3.1 Desafío de la Sociedad del Conocimiento.

A través de los medios tecnológicos, la propagación de la información, los nuevos modelos comunicativos y el cambio en la sociedad, existen varios desafíos, estos se traducen en como la información debe de llegar a todos, y de esta manera generar una inteligencia colectiva. El gran desafío de una sociedad del conocimiento es la generación de inteligencia colectiva.

“Una sociedad del conocimiento es, desde este punto de vista, una sociedad especialmente interesada no tanto en que sus componentes sean inteligentes como en lo que sea la sociedad en su conjunto” (Innerarity, 2011; 62)

Formas de inteligencia colectiva se encuentran en la experiencia cristalizada de los instrumentos tecnológicos o en las prácticas sociales, en las memorias de las epistemic communities, en las instituciones y organizaciones, en los procedimientos y en las reglas comunes, en los lenguajes, las culturas y los símbolos. “La inteligencia colectiva designa una propiedad emergente de los sistemas sociales que no resulta de la manera agregación de inteligencias individuales sino que constituye una inteligencia propia del sistema” (Innerarity, 2011; 63)

La inteligencia colectiva que mencionaba Innerarity en sus obras tiene un efecto de fenómeno social pues el conocimiento del entorno de lo que nos rodea y nos afecta desemboca en el ¿qué debemos hacer? y ¿Cómo hacerlo? Y ¿Por qué hacerlo? Suena simple pero es más complicado de lo que se lee.

Nuestra sociedad irrefutablemente está informada, pero ese bombardeo constante de información acerca de una innumerable cantidad de tópicos, solo en la línea de tiempo que está en la página principal de los perfiles de Facebook, es de una manera algo ensordecedor.

Nuestro conocimiento está basado en la información y cada vez tenemos más información, pero esa información sólo nos brinda un conocimiento virtual y generalmente superficial de las cosas, y no tiene una equivalencia práctica. Cada vez conocemos más cosas, pero no existe una relación proporcional con nuestra capacidad de hacer cosas, esto es desde objetos materiales” (Martínez, 2016)

Otro desafío para la sociedad del conocimientos son los distractores de los nuevos medios de comunicación, cuando se tiene información demás es difícil poder centrar la atención en una sola actividad, además está la negativa actividad mental de procrastinar, está cada vez se hace más frecuente, con todos os distractores y el entretenimiento actual, se dejan las responsabilidades inmediatas para más tarde.

Esto indica que la sociedad más informada se desvía de la verdadera sabiduría y riqueza del conocimiento y solo está informada superficialmente en mucho de los casos, la gran cantidad de contenida es para nuestra mente en ocasiones intrascendente.

Hemos comprado la idea de que la información es por sí misma un bien y que es equivalente a conocimiento e incluso a conciencia, pero esto es fácil de refutar mirando a nuestro alrededor y a nuestro interior. Para que la información se convierta en conocimiento es necesaria la experiencia, es decir

la práctica, que hace que ésta se integre como un todo coherente (Martinez, 2016)

Uno de los cuestionamientos gira en torno a qué tipo de sociedad somos y los valores que manejamos, y si somos empáticos con nuestro entorno y los problemas que aquejan a nuestras comunidades; se necesita ejercer el conocimiento y la información que se tiene para crear la experiencia y vivencia de ese conocimiento, es ahí cuando la verdadera inteligencia empieza a surgir.

Un pueblo informado e inteligente consiente de su entorno y con una cosmovisión más allá de la cultura del consumismo y el enajenamiento del sistema capitalista con todo su bombardeo de propaganda y mercadotecnia es claramente un pueblo libre, que tiene conciencia grupo y de unión, de participación y organización.

Podría sonar muy utópica esta ideología de una comunidad inteligente, pero los mismos medios actuales dan las herramientas básicas y fundamentales para poder llegar hasta un punto en donde se pueda crear una sociedad no solo informada en datos superfluos si no una sociedad inteligente.

Una persona es un ente de información y experiencia, este tiende a esparcir su conocimiento y experiencia con otros individuos que lo rodean, la base de la comunicación y el lenguaje, un objetivo de la existencia humana es el de poder dejar huella en el espacio tiempo del que es parte.

Se puede ser un individuo famoso o reconocido por alguna acción, algo que cambie su entorno o la realidad que se vive por que deja una vivencia o enseñanza, cuando la base de la sociedad, es decir la familia, se forma, los padres y los hijos viven en una constante formación de aprendizajes empíricos, el padre transmite sus vivencias y experiencias hacia sus hijos para que ellos puedan darle formación a la que sería la siguiente generación, es el punto de partida de lo que podríamos llamar un conocimiento común o básico.

La base de la sociedad es la familia, un núcleo familiar que fomente la información, y además ayude a formar un conocimiento que derive en una inteligencia, es el detonante para una sociedad de conocimiento.

Una sociedad informada pero no crítica con la información que se tiene no es una sociedad que pueda generar un criterio sobre su situación, y si lo hace no sería trascendental, una sociedad de conocimientos que genera una inteligencia colectiva es la que puede tener trascendencia y transformar la realidad.

Para en el caso de México, la sociedad mexicana tiene un alto consumo en medios como la radio y la televisión, el internet ha tenido un auge exponencial en su uso en los últimos 10 años, pero ¿qué pasa con toda esta información libre?, de algún modo no tiene trascendencia general en la sociedad.

En un estudio hecho por la firma británica IPSOS Mori(2015), la cual es una compañía dedicada a servicios integrales de investigación, situó a México en el número uno en un “ranking de ignorancia” comparado con otros 33 países como Argentina, China, Brasil, Estados Unidos entre otros.

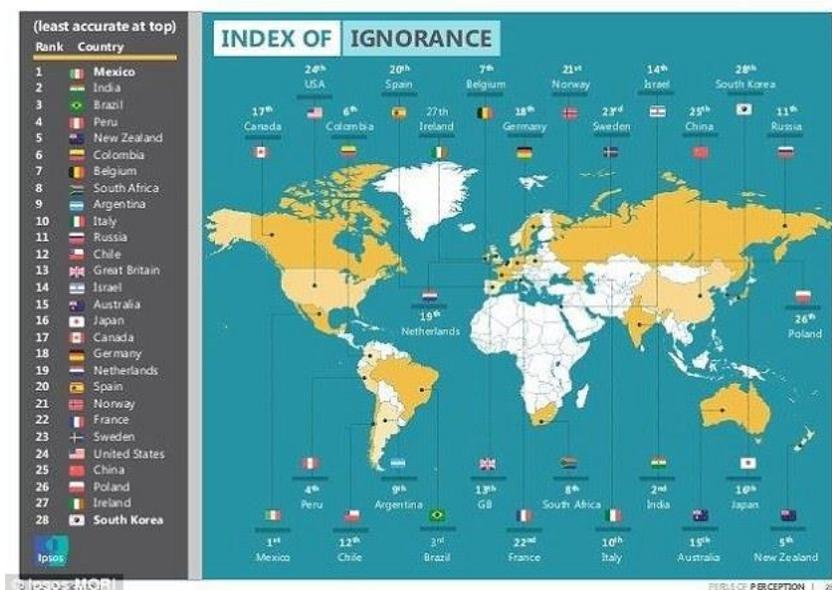
En el mundo existen 196 países, los países del estudio por parte de IPSOS Mori (2015) no son todos los países del mundo, estos solo representan el 17%, el término “ignorancia” no fue de una manera literal hacia su sociedad, consistió en una serie de preguntas destinadas a establecer qué tan equivocada —o que tan alejada de la realidad— está la población de un país específico acerca de determinados tópicos demográficos que tienen lugar en su propio país. En palabras simples: ¿qué tan bien los individuos se conocen como sociedad, y qué tanta información veraz que se tiene al respecto de nuestra población?

Cuando el estudio fue presentado, periódicos y medios europeos con un afán sensacionalista hablaron de México como el país más ignorante del mundo, cuando la noticia se comenzó a publicar en portales de internet, y se empezó a viralizar en las redes sociales, se encabezaba la nota con el término “México el país más ignorante del mundo”.

Esto despertó un poco de polémica social, si realmente el individuo es ignorante gracias a lo pobre sus hábitos de lectura o por su pésimo sistema educativo, De acuerdo con la Encuesta Nacional de Lectura 2015, en México hay apenas un 57% de la población que declara leer libros. Únicamente 30% de la población declara haber leído libros en algún momento de su vida, pero que ya no lo hace; mientras que 12% de quienes tiene 12 años o más declara que jamás ha leído un libro en su vida.(Conaculta.gob, 2016).

Lo señalable o destacable del “ranking de ignorancia” es que pocas personas o individuos se dieron a la tarea de revisar el significado de los datos obtenidos así como el propio objetivo de la estadística realizada por IPSOS Mori; al contrario solo se dejaron llevar por unos cuantos encabezados de portales electrónicos y enlaces en redes sociales, los cuales comparten y generan diversas opiniones pero que de un modo u otro realmente esparcen una verdadera ignorancia generalizada.

Tabla 2. Índice de Ignorancia



Fuente: (IPSOS MORI, 2015).

Una sociedad inteligente es una sociedad que recurre a los conocimientos que tiene y que además los pone en práctica, el ejemplo está claro en la participación

de los individuos para resolver problemas de forma colaborativa y organizarse para distintos tipos de actividades.

1.4 Activismo en las redes.

En internet los individuos además de compartir sus ideas y pensamientos, utilizan las plataformas virtuales como escapes para sus opiniones acerca de lo que les interesa o aqueja, estas desembocan en plasmar la formación o ideología de las personas, sus afiliaciones partidistas o creencias religiosas.

Dentro de este panorama, en las redes sociales las comunidades virtuales con individuos que tienen una identidad digital, exponen un trabajo colaborativo, organizacional tratan de retroalimentarse con información para resolver los problemas u organizarse para poder hacer algo al respecto.

La educación al alcance de todos es uno de los temas que siempre distingue a internet, desde tutoriales perfectamente explicados de cómo fabricar algún objeto, realizar alguna actividad o llevar a cabo una receta de cocina, hasta los portales en donde los cibernautas postean libros, imágenes, videos, audios, podcast entre otros elementos multimedia para ser compartidos de forma gratuita.

Esto representa una “vitalización” del conocimiento al alcance de todos, estas comunidades virtuales funcionan de una manera totalmente organizativa y colaborativa, las opiniones directas en los sitios webs para los administradores de éstos, generan lo que se podría denominar un control de calidad; además de los foros o comentarios en donde los usuarios pueden verter su opinión acerca del contenido, y dan alternativas o comparten enlaces en donde la información puede variar.

Como ya se había mencionado, la sociedad posmodernista no busca la verdad absoluta en una sola fuente de información, sino que busca e investiga en diversas y numerosas fuentes, porque el nuevo consumidor de contenido no se fía de una en específico; esta sociedad está siempre buscando alternativas, estas

alternativas no solo están en el plano de las artes y las ciencias si no en el plano informativo, en el de la sociedad de consumo y en el de la libertad de expresión.

Como el pensamiento de los individuos se vuelve más crítico a medida que ejercen el conocimiento, las bases ideológicas de los países y las bases ideológicas de la sociedad como la obediencia al estado o la ciega creencia a la religión se ven más amenazadas por el cuestionamiento constante, en internet el constante cuestionar va dirigido generalmente a la forma en que es controlada la sociedad por los gobiernos.

Este cuestionamiento acerca del entorno y crítica hacia el sistema dentro del plano de internet es decir redes sociales, webs y blogs deriva en el activismo, pero no en un activismo en el plano real (no se está negando que el activismo digital tenga o no tenga una injerencia en el plano real) sino que éste se da a través de la difusión de información acerca de una situación o problema que aqueja a cierto sector de la sociedad.

Se define al Activismo Digital como: “la participación y organización de los ciudadanos utilizando las TIC para difundir, promover y defender diversas causas civiles, políticas, sociales y culturales –muchas veces buscando un objetivo particular relacionado a las políticas o decisiones de las autoridades” (Azuela & Tapia, 2013; 11)

Muchos de los movimientos activistas en internet además de ser asuntos de interés político o religioso son causas sociales que están más enfocadas a los valores de las personas como la justicia, la no discriminación, la equidad de género, la ayuda humanitaria y la beneficencia.

Entonces el Activismo digital o “ciber-activismo” refleja que ya no solo se habla de sociedad del conocimiento y sus implicaciones con la vida diaria sino que ahora estamos tocando el tema de la sociedad que ya tiene la información y ocupa los medios electrónicos para hacer cambios en el mundo y difundir su mensaje para hacer escuchar su voz dentro de una mar de voces que también buscan ser escuchadas y que merecen ser tomadas en cuenta.

La propiedad social sobre los medios con fines políticos es precisamente lo que motiva movilizaciones bajo el ámbito de ciberactivismo. “De esta manera, la Historia del ciberactivismo también es la Historia de la apropiación de estos mecanismos e instrumentos para contar y difundir Informaciones” (Tascón y Quintana, 2012; 102)

Se entra en materia de los movimientos sociales, el descontento o la preocupación de un extracto de la sociedad o bien de toda la sociedad da pauta a una movilización de ésta, en este caso, los medios tecnológicos actuales que conectan a la sociedad sin fronteras geográficas, hacen de la movilización y activismo un tema más complejo.

El gran problema que se plantea es cómo, desde lo local, se puede controlar lo global, cómo desde mi vivencia y mi relación con mi mundo local, que es donde yo estoy, donde yo vivo, puedo oponerme a la globalización, a la destrucción del medio ambiente, a la masacre del Tercer Mundo en términos económicos. ¿Cómo se puede hacer esto? Pues bien, Internet permite la articulación de los proyectos alternativos locales mediante protestas globales, que acaban aterrizando en algún lugar, por ejemplo, en Seattle, Washington, Praga, etc., pero que se constituyen, se organizan y se desarrollan a partir de la conexión Internet, es decir, conexión global, de movimientos locales y de vivencias locales. Internet es la conexión global-local, que es la nueva forma de control y de movilización social en nuestra sociedad (Ferré, 2014; 11)

Dentro de las movilizaciones sociales no solo están presentes los procesos de cambio de comunicación sino también los procesos en los cambios de participación; entiéndase participación como todas las vertientes de la opinión digital acerca de los tópicos actuales que afectan a la sociedad, dígase política, medio ambiente, economía.

Los movimientos sociales se acercan al ciberactivismo: son esencialmente horizontales, desordenados e incontrolables, a pesar de que no se pueden caracterizar estrictamente como ciberactivismo porque tienen singularidades relacionadas por la

presencia en las calles, además de en Internet. Los disturbios no son causados por Twitter ni Facebook, pero las redes mantienen una cara en las calles y otra en los medios de comunicación social, no siendo necesariamente unos rostros enfrentados (Ferré, 2014; 27)

El activismo en las redes sociales tiene su base en la opinión de las personas dentro de estas plataformas virtuales, la difusión de una denuncia o descontento con algo, dispara un hervidero de opiniones y puntos de vista, estas plataformas son vistas como espacios de libre expresión.

Posteriormente es cuando la comunidad virtual comienza a organizarse o bien en el plano real existe una organización que utiliza como herramienta las redes sociales para su difusión y su organización; “La población juvenil manifiesta que utiliza las redes sociales para participar e incentivar a otros a involucrarse en movilizaciones sociales y cívicas, particularmente si estos hechos se perciben como cercanos a las circunstancias personales” (Landa, 2015; 1)

El activismo digital no solo es un concepto que se crea sin ninguna repercusión histórica, este ya ha tenido injerencia en la transformación dentro de la historia de países y comunidades, tiene ejemplos contundentes en donde la conexión de individuos que buscan una causa para un bien común o de un sector social han encontrado la alternativa perfecta para la libertad de expresión y organización en internet.

Claros ejemplos a través de la historia actual que tuvieron su inicio en internet son La primavera árabe, serie de manifestaciones y movimientos sociales, la revolución egipcia en 2011 para derrocar al presidente Hosni Mubarak, tuvo lugar en las calles de El Cairo, Alejandría, y otras ciudades egipcias, en donde el activismo digital sin duda jugó un papel crucial en las protestas. Los activistas utilizaron Facebook, Twitter y YouTube para ayudar a organizar protestas para el levantamiento que comenzó el 25 de enero de 2011, según el New York Times.

Internet era una preocupación tal para el régimen totalitario que el gobierno ordenó cerrar la mayoría de los accesos a Internet en el país durante las protestas, el ciber-activismo ayudó a cambiar la historia de un país.

El caso de Irán 2000 también es un claro ejemplo de Activismo digital, este tuvo lugar en Twitter este se consideró una herramienta clave para la organización y transmisión de eventos a sobre las protestas postelectorales de Irán. Esta era la primera vez en donde las redes sociales tenían una injerencia real en un movimiento social, muchos la llamaron a esta la "Revolución de Twitter", puesto que gracias a esta plataforma se pudo saber a detalle lo que estaba ocurriendo en tiempo real, así como los lugares en dónde se llevarían a cabo las movilizaciones y las protestas.

En los ejemplos de medio Oriente, estas plataformas fueron herramientas utilizadas claramente como una alternativa a las medias locales tradiciones de comunicación como la radio y la televisión que eran manipuladas por el gobierno.

En el plano nacional, a mediados de los noventa el Ejército Zapatista de Liberación Nacional utilizó los medios electrónicos principalmente el internet para poder difundir su mensaje, este movimiento revolucionario fue el pionero en organizar y difundir su ideología por internet, esto hizo que la comunidad internacional voltearan a ver el movimiento.

El activismo digital es la respuesta y alternativa en materia de libertad de expresión, esa que se encuentra o se encontraba acotada por los sistemas gubernamentales, es el recobrar la palabra y la escritura como un elemento de poder, los individuos recobran la fuerza con la organización y la colaboración, para poder crecer y desarrollarse, y cuentan con una cosmovisión en donde las tecnologías son elemento clave del día a día.

Capítulo II. Activismo Digital y Uso de Medios Electrónicos

A finales del siglo XX se presentan muchos cambios importantes en el país, como producto de la entrada de México al mercado regional llamado Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) o NAFTA, por sus siglas en inglés, se da un fenómeno de supuesta modernización acelerada del país tratando de emular a las grandes potencias económicas, una de las promesas del presidente Carlos Salinas de Gortari, era el desarrollo de México encaminado al primer mundo.

El proceso de crecimiento del México posmoderno ha implicado la renovación y expansión de casi todas las ramas de su economía y servicios infraestructurales para acceder a otro nivel de desarrollo material. Una de estas áreas profundamente transformadas por el fenómeno de la modernidad se refiere al campo de las telecomunicaciones, la llegada de la comunicación por teléfonos celulares vía satélite y el internet.

Este periodo es uno de los preámbulos para el proceso de una sociedad mexicana que interactuara con la tecnología, la aparición de computadoras portátiles en el mercado nacional el avance en los nuevos modelos de telefonía celular, y la cercanía con el siglo XXI como sinónimo de futurismo y cambio, acercó más a la población a que interactuara con estas herramientas para poder funcionar en un mundo que estaba en el auge de la globalización.

En México, el papel de los medios de comunicación electrónicos se han convertido en instituciones tan estratégicas para el desarrollo político de nuestra sociedad que podemos decir que en la actualidad, los aparatos de mayor potencial socializador para dirigir al país, ya no son los aparatos ideológicos escolares o los religiosos; sino que ahora son los medios electrónicos de transmisión colectiva, en especial la televisión y radio, y las nuevas tecnologías de comunicación (Esteinou, 1998)

Estos avances tecnológicos en materia comunicacional, más concretamente en las nuevas tecnologías dígase internet, conectaron la mayoría de los estratos de la sociedad mexicana, obviamente estos avances no llegaron en un principio a todos los niveles de la población, pero el inicio del crecimiento en el uso y el conocimiento de estas moldean la realidad que se vive ahora, con una sociedad conectada en su mayoría en un mismo espacio virtual, una sociedad llena de diferentes tipos de culturas y realidades.

México es un país totalmente multicultural, contrastante, lleno de matices con tradiciones arraigadas y con características muy especiales que lo hacen un espacio único, la sociedad mexicana es un mosaico cultural en donde se pueden encontrar diferencias marcadas, con una amplia gama de estratos sociales.

Se entiende al multiculturalismo como un concepto que apoya a dar fin con la idea de un nacionalismo tradicional, por reformular la idea de la modernidad basada en la homogeneidad cultural dentro de un plano nacional.

Eso no quiere decir que el multiculturalismo apoye una ideología que busque la fragmentación del mundo en espacios culturales aislados y mucho menos la disolución de los Estados nación, sino que “procura combinar la diversidad de las experiencias culturales con la producción y la difusión masivas de los bienes culturales” (Touraine, 1998: 174).

Esto se traduce en un cambio donde varios pequeños mundos coexistan en la idea de un mundo, que todas las etnias y grupos sociales puedan convivir como una amplia red social en donde el desarrollo y el crecimiento de un país sea la clave para poder avanzar en este espacio tiempo.

Este capítulo de la presente investigación consta de tres apartados, el primero exponiendo el uso del internet en México y su crecimiento exponencial a través de los últimos quince años, el segundo se enfoca en los antecedentes del uso de medios digitales para campañas políticas y movimientos sociales, el tercero se centra en el activismo y ciberactivismo, mencionando los últimos acontecimientos como las denuncias a través de las redes sociales, blogs y medios digitales.

2.1 Uso del Internet en México.

En México, la llegada del internet fue uno de los cambios que traía consigo las nuevas políticas mundiales y los modelos económicos, esta se en el año de 1989 cuando el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), en el Campus Monterrey “Contrató la conexión con la escuela de Medicina de la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA), el enlace fue una línea analógica privada de 4 hilos a 9,600 bits² por segundo” (Robles 2000).

Los primeros sitios que se conectaron a internet por supuesto fueron instituciones de educación y enseñanza, universidades tanto públicas como privadas “A partir de 1989 empezaron a conectarse a la Internet otros centros educativos, organismos como el CONACYT crea redes colaborativas. “El segundo nodo, después del ITESM, fue el de la UNAM, en el Instituto de Astronomía en la Ciudad de México” (Robles 2000).

Las instituciones que conectaron a internet, comenzaron a formar redes de conexión entre ellas, las primeras conexiones se dieron entre universidades, instituciones educativas con fines académicos, investigativos y colaborativos.

El inicio del año 2000 trajo consigo la alternancia de poder al país, el arribo del Partido Acción Nacional a la presidencia de la república representa un variante al sistema político mexicano, para esa época el uso de las tecnologías y la información apenas comenzaban a tener un verdadero auge a nivel nacional, las compañías de telefonía celular iban a la alza y la introducción del internet tenía un crecimiento exponencial.

En el inicio del siglo XXI en México, el uso de las tecnologías no era algo realmente nuevo, desde mediados de los años 90's este medio de comunicación

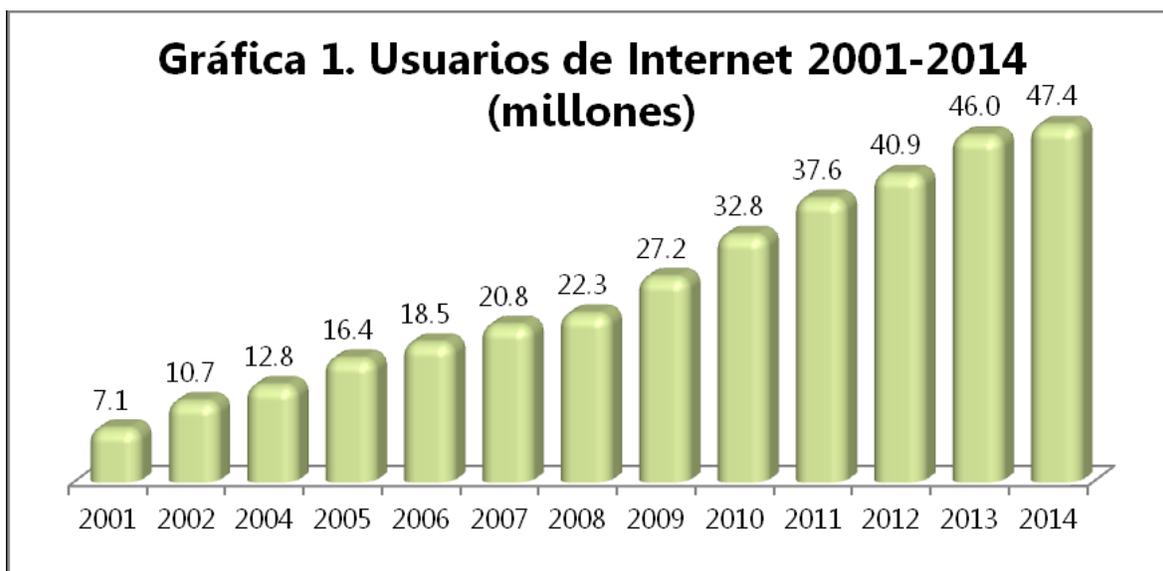
² Bit es el [acrónimo](#) de Binary digit (o sea de ‘dígito binario’, en español señalado como bit o bitio). Un bit es un dígito del [sistema de numeración binario](#). La capacidad de almacenamiento de una memoria digital también se mide en bits, pues esta palabra tiene varias [acepciones](#).(Wikipedia,2016)

ya había servido como medio para poder difundir ideas políticas y como herramienta para la estructura de campañas electorales.

El crecimiento exponencial del internet en México tienen sus raíces en la década de los noventa pero con la llegada del año 2000, surge un “boom” en su utilización a nivel global, no solo en el caso de México; el avance tecnológico aunado a la globalización, crearon el escenario perfecto para que con la entrada del nuevo milenio la población mundial se conectara a la red de redes.

El uso del internet en México tiene un crecimiento exponencial a partir del 2001, el número de personas que usan las nuevas tecnologías para comunicarse aumenta año con año, esto refleja una obvia transformación de los canales de comunicación pero más importante es el cambio en las conductas e ideología de la sociedad.

Gráfica 1. Crecimiento de usuarios de internet en México.



Fuente: Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH), 2014

La gráfica uno muestra el crecimiento en de los usuarios de internet México el cual ha tenido un auge exponencial en los últimos 14 años

El uso de las tecnologías de la comunicación tiene como usuarios varios sectores de la población, anteriormente ya se había mencionado el hecho de que existían una brecha generacional, pues esto se ve reflejando en el uso de internet mayoritariamente por jóvenes, puesto que estos son los nativos digitales, la generación que nació en el apogeo de este esplendor tecnológico.

Esta aseveración no solo está plasmada superficialmente, un claro ejemplo es cuando vemos a los más jóvenes desenvolverse sin problemas en el campo tecnológico y entender el funcionamiento de ordenadores y dispositivos electrónicos de una manera más intuitiva, esto también se expone en cifras y se traduce de la siguiente manera

El acceso a las tecnologías digitales es predominante entre la población joven del país: de los 12 a los 17 años, el 80% se declaró usuaria de Internet en el 2014. Entre los niños de 6 a 11 años, el acceso es igualmente significativo (42.2%) y es de esperar que crezca con rapidez (Inegi, 2014)

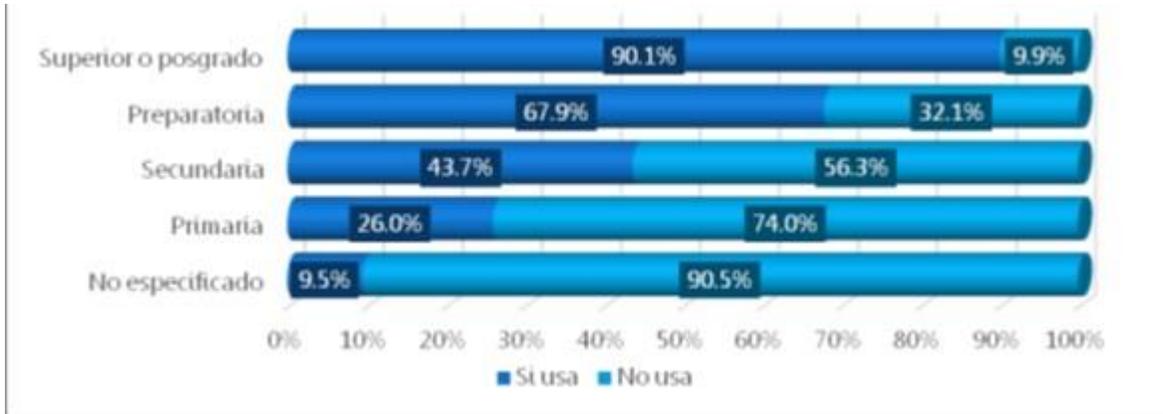
Además del factor de edad en el uso de las tecnologías digital, existen otros factores que determinan el tipo de usuario que utiliza este tipo de medios de comunicación, uno de ellos es el nivel de escolaridad, dependiendo del nivel educativo que se tenga es mayor el grado del uso del internet, y como estos incorporan a su vida, y cuál es el comportamiento dentro de la red, es decir para que son utilizados.

Desde búsqueda de información, hasta el uso de las redes sociales, el comportamiento de los usuarios de internet tiene características dependiendo de los factores que ya se han mencionado, en el ámbito pedagógico las nuevas tecnologías de la comunicación y la información fungen como pieza clave en la transformación de los métodos de enseñanza actuales.

La implementación de estas en el plano educacional, agilizan muchos de los procesos de aprendizaje, estos no podrían sustituir a una profesor en su totalidad pero si es una herramienta completa para el poder formar a las mentes más

jóvenes, ya que sus alternativas multimedia dan más posibilidades a la enseñanza.

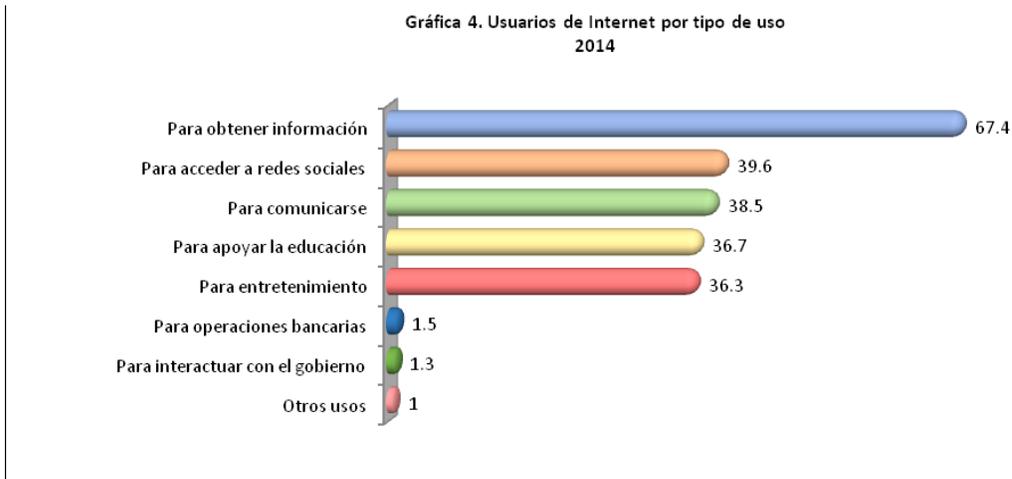
Gráfica 2. Nivel educativo en los usuarios de internet.



Fuente: (MODUTIH, 2014)

La gráfica dos muestra la relación proporcional entre el nivel de escolaridad con el uso del internet en México, a mayor grado de educación, mayor es el uso de internet.

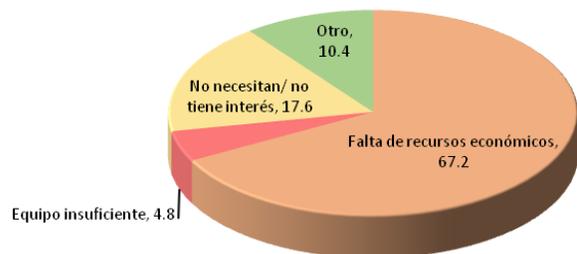
Gráfica 3. Usuarios de Internet por tipo de uso.



Fuente: (MODUTIH, 2014)

La gráfica tres extraída de la investigación sobre el uso del internet en México del INEGI (2015) muestra las actividades más recurrentes dentro de internet.

Gráfica 4. Distribución de los hogares con computadora sin conexión a internet.



Fuente: (MODUTIH, 2014)

La gráfica cuatro muestra la cantidad de los hogares con computadora pero que no cuentan con conexión a Internet.

El perfil del internauta mexicano es algo variado, en cifras según datos del INEGI (2015) existe un 50% de hombres y un 50% de mujeres mexicanas que utiliza internet de estos individuos en su mayoría tienen una edad que oscila entre 13 a 24 años, y los cuales tienen una mayor actividad en la zona geográfica del centro del país.

Dentro de los hábitos de uso de internet por parte de los cibernautas no sólo es destacable la cantidad de personas más usan este medio, sino que también es remarcable el tiempo que le dedican a estar conectados en internet, así como la cifra de usuarios aumenta, de igual manera los nuevos dispositivos electrónicos permiten en estar cada vez más tiempo en línea, ya no solo en un periodo de tiempo específico, si no en un uso continuo a lo largo del día, como si este se convirtiera en una especie de adicción.

Esto tiene una relación en cuanto a los lugares en donde el internauta mexicano prefiere conectarse, según datos de AMIPICI (2015) el usuario común pasa un promedio de seis horas y veinticuatro minutos diarios conectado a internet, y el hogar seguido del trabajo y la escuela, son los lugares preferidos para conectarse, el tipo de conexión que mayoritariamente usan los usuarios mexicanos es la conexión Wi-Fi privada y los días de la semana que más tienen actividad en línea son los lunes, miércoles y viernes (AMIPICI, 2015)

De estos 9 de cada 10 acceden a redes sociales, desde computadoras personales o Smartphones, principalmente, para comunicarse con sus amigos, seguido del querer estar informado (que ha aumentado significativamente este 2015), La red social por excelencia es Facebook. Twitter e Instagram ganan relevancia en el móvil (AMIPICI, 2015)

En el tema de las redes sociales, la AMIPICI (2013) dio a conocer los resultados del estudio MKTdigital y redes sociales en México 2013, que fue el segundo estudio que realizó la AMIPICI sobre marketing y redes sociales, este arroja resultados a partir del uso de las principales redes sociales, y que edades son las que lideran el uso de estas redes.

Listado que expone el uso de las redes sociales en México.

Facebook

Del total de internautas en México que acceden a redes sociales, 96% están inscritos a Facebook; además 93% acceden diariamente a esa red y 56% lo hacen a través de un teléfono inteligente o Smartphone. En cuanto al género de los usuarios, 55% de los usuarios de Facebook en México son mujeres y 45% hombres.

Twitter

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 69% están inscritos a Twitter; 66% acceden diariamente a esa red y 55% lo hacen a través de un teléfono inteligente. Además, 56% de los usuarios de Twitter en México son mujeres y 44% son hombres.

YouTube

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 65% están inscritos a YouTube –la AMIPICI la considera red social-; 66% acceden diariamente a esa red y 44% lo hacen a través de un teléfono inteligente. En cuanto al género de los usuarios de YouTube en México, 55 son mujeres y 45% hombres.

Google+

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 57% están inscritos a Google+; 56 % acceden diariamente a esa red y 33% lo hace a través de un teléfono inteligente. Además 52% de los usuarios de Google+ en México son mujeres y 48% hombres

Listado extraído de la investigación de Javier Islas Carmona (2015) nos muestra los índices de uso de redes sociales su relación entre ellas y el crecimiento exponencial que tienen, además de las diferencias de género y edad entre los internautas y la preferencia entre redes sociales dependiendo de estos indicadores, Cifras sobre jóvenes y redes sociales en México, con datos obtenidos del estudio MKTdigital, proporcionado por AMIPCI (2013).

Estos estudios e investigaciones reflejan la integración de la sociedad a las nuevas tecnologías en México, las cuales enlazan a las personas y crean una mescolanza socio-cultural generacional, además de reflejar un amplio panorama acerca del uso del internet en México.

2.2 Ciberactivismo en México.

Antes de la revolución de Egipto, el movimiento denominado “Ocupar” y el fenómeno de “los indignados” en España, entre otros casos de activismo digital que han ocurrido a través de la historia y que además todos y cada uno de ellos tuvieron un impacto real en la situación de sus países, los antecedentes directos de un movimiento social en internet en México, con objetivos de difusión y propagandismo, provienen de los dominios www del Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

El primero de enero de 1994, el grupo de insurrección conocido como EZLN, se levanta en armas, tomando el palacio municipal del poblado de San Cristóbal de las Casas y seis municipios más en el estado de Chiapas, declarándole la guerra al gobierno federal.

El movimiento elige esa fecha, puesto que entraba en vigor el tratado de libre comercio y porque marcaba el inicio del año electoral, cuando la irrupción del

EZLN toma por sorpresa al gobierno y la sociedad, la mentira del gobierno estabilizador que había sido predicada por Carlos Salinas de Gortari como una de sus banderas del progreso nacional se desvanece.

Una de las consignas del ejercito zapatista era que ellos se oponían a un “primer mundo” y a una modernidad que no integrara a los indígenas “El México frente al que se levantaban los zapatistas en 1994 era, pues, ése que había construido un cerco de abandono, marginación, miseria, pobreza y desolación en torno a ellos” (Torres-Ruiz, 2015; 6)

El levantamiento del EZLN es un punto clave en transformación del autoritarismo del régimen que por más de 70 años había controlado el país, la democratización de los medios de comunicación por medio de internet le dio voz, a los que no tenían voz, fue el primer movimiento que utilizo el internet para difundir su demandas, y el objetivo de su lucha, además de crear empatía con muchas otras instancias internacionales.

El tradicional control del gobierno que se venía repitiendo en el país en las últimas décadas, no estaba preparado para soportar un movimiento revolucionario que no solo se guiara por el uso de las armas y la violencia como únicos medios para lograr su cometido, si no que se enfrentaron a un movimiento de insurrección que utilizaba la tecnología y la palabra como una poderosa arma, que se apoyaba en el intelecto y la innovación. El zapatismo surge como "resultado de dos imposibilidades: la de la guerrilla y la del movimiento social" (Lotkova 2001).

El EZLN genero una simpatía internacional, distintas organizaciones se sumaron a la causa y se vieron unificadas por la causa Zapatista, los ojos del mundo se posaron en el sureste mexicano, en la realidad de México y no en la falacia que el gobierno quería presentar.

La estrategia mediática del movimiento zapatista, tuvo un resultado bastante bueno, llamo la atención de artistas, intelectuales, organizaciones civiles y no gubernamentales, y comunidades virtuales, como un grupo de hackers llamado el Electronic Disturbance Theater, los cuales eran simpatizantes del EZLN, llevaron

a cabo protestas virtuales con ataques de denegación de servicio contra sitios web del gobierno de EE.UU. y México, según la nota publicada por la reportera Amy Harmon en el New York Times(Harmon,1998)

Justin Paulson, profesor de sociología, miembro del Consejo de Estudios en Historia de la Conciencia de la Universidad de California, Estados Unidos, fue el responsable de poner al movimiento chiapaneco en línea en la primavera de 1994.

El uso de internet fue una de las cartas fuertes del EZLN, su finalidad fue para conectarse con el resto del mundo, el EZLN hubiera sido un movimiento más, aislado en algún punto del planeta, de no ser por este medio de comunicación, pero no fue así, al contrario el movimiento de insurrección creció en línea y creció físicamente, gano adeptos y popularidad porque supo cómo combinar los nuevos medios de comunicación para sus fines propagandistas.

No solo se limitó a difundir ideas y comunicados, los sitios programados por Paulson representaron una compleja red que se apoyaba de extensas listas de correos electrónicos, blogs y estaban ligados a otros sitios webs de opinión o de diversos movimientos sociales.

Las páginas electrónicas del EZLN incluían una lista de correo, la cual permitía que los cibernautas pudieran enterarse, desde cualquier lugar del planeta y de manera inmediata acerca de todos los sucesos en los que se ve involucrado el EZLN, así como de la situación que se observaba en el estado de Chiapas.

Las noticias y comunicados se enviaban por mensajes de las lista de correo, tales mensajes solían incluir un pequeño resumen del artículo y, en caso de que así exista, una liga hacia el lugar en el que el material informativo puede ser consultado directamente en la red.

Gracias a internet los simpatizantes del movimiento zapatista realizaron un trabajo en “cibercomunidad” que donde los textos, boletines de prensa y comunicados del ese entonces Subcomandante Insurgente Marcos eran traducidos a diferentes idiomas, los hacían llegar a otros medios locales eh internacionales como radio y

prensa, logrando así una difusión masiva alternativa de lo que el periódico estadounidense The New York Times llamo la primera revolución posmoderna.

El argumento del movimiento zapatista exponía los tópicos de globalización y neoliberalismo, el conocimiento de la situación actual del país, los rezagos económicos, la discriminación hacia el pueblo indígena, ese que envenena México, con su sociedad supuestamente modernizada y encaminada al primer mundo, como lo hizo creer el gobierno en turno.

Años después del levantamiento, un suceso que mancho la memoria y conciencia nacional el cual afortunadamente no quedo aislado; el 22 de diciembre de 1997 el grupo paramilitar priista denominado Mascaras Rojas, irrumpió en el pueblo de Acteal para cometer una brutal masacre, donde se habían refugiado cientos de zapatistas civiles desplazados y miembros de la organización pacífica de la sociedad civil conocida como Las Abejas; los hechos ocurridos en la comunidad de Chenalho, Chiapas, atrajo la atención de un gran número de instituciones que formaban parte de la extensa red de organizaciones no gubernamentales y despertó la indignación de intelectuales, periodistas, artistas y diversos organismos que se solidarizaron con el EZLN.

“Un amplio número de agencias informativas, nacionales y extranjeras, como Reuters, y Notimex también concedieron una amplia cobertura a los sucesos de Chenalhó en sus respectivas páginas electrónicas. En esa tarea, lógicamente destacó la cobertura informativa que destinaron los sitios electrónicos de La Jornada y Proceso.

Gracias a los medios de comunicación electrónicos, la voz de la comunidad indígena olvidada e ignorada durante décadas pudo llegar a varias regiones del planeta, se podría decir que fue uno de los primero fenómenos virales de un movimiento social en internet.

No hay una moderna computadora con múltiples pantallas empeñadas en cifrar y descifrar la vertiginosa estática de la matrix cibernética. Lo que hay es un par de mesas, dos o tres sillas, algunas tazas con restos de café frío, papeles

mal arrugados, cenizas de tabaco, humo, mucho humo. A veces hay también un tazón de palomitas rancias, pero sólo en caso de que se requiera un trueque con algún ser insólito (...) Puede haber, no siempre, es cierto, una computadora portátil y una impresora. No diré ni marcas ni modelos, baste decir que la computadora trabaja a base de insultos y amenazas, y que la impresora tiene un peculiar sentido del albedrío pues se niega a imprimir lo que no le parece digno de ir más allá de la pantalla. Ciertamente, suele haber en la pantalla de esa computadora, invariablemente un procesador de textos y un escrito que no termina nunca por alcanzar el punto final. (Marcos, 2015)

La descripción anterior del Subcomandante Marcos se expuso en el discurso que celebraba la vida de Luis Villoro Toranzo y Galeano en la primavera del 2015, no era más que la realidad, sin dar descripciones geográficas o de ubicación, se habló de cómo es el cuartel general de la lucha armada e intelectual, desde su trinchera del sureste mexicano, el EZLN no se apoyaba en un poder de recursos económicos ilimitados o una gran infraestructura; cuando no se tiene una fuente de capital lo único que queda son las ideas, la creatividad y las herramientas alternativas para la difusión del mensaje, la palabra como un arma, evocando un lenguaje social que se tenía olvidado.

El uso de internet y de la estrategia informativa del EZLN no se vio limitada al simple desarrollo de páginas WWW, el éxito de la operación se vio reflejada en la multiplicidad de la información que se apoyaba de los simpatizantes y adherentes cibernautas que compartían el discurso crítico y verosímil del movimiento zapatista.

El ejemplo del zapatismo no era un caso aislado del poder de los medios electrónicos de comunicación, los ciudadanos y gobiernos ya habían empezado a mostrar interés en el internet como medio totalmente masivo de difusión, la información que se transmite en los periódicos y medios como la radio y la televisión tienen a tener barreras o limitantes locales, ya sea que un emisor con

alguna noticia pase por varios filtros de censura y manipulación y otra que el emisor y el receptor están distanciados de cierta manera.

El movimiento zapatista, genero empatía y simpatía en el país y alrededor del mundo el hecho de que ellos difundieran su situación y su mensaje directamente a la sociedad mexicana, provoco que la respuesta de la gente fuera un alto a la violencia por parte del gobierno, repudio a la guerra y además del apoyo a la apertura al dialogo.

Y lo que inicio como un conflicto armado gracias a los procesos de difusión en Internet derivo poco a poco en un conflicto de tintes políticos, la voz indígena viajo por el país y el mundo, la otra campaña del EZLN llego hasta el senado en el 2001, la caravana zapatista llego a comunidades y pueblos, y compartió su ideología, escuchando e integrando otras ideologías.

Recibió durante los 16 días de trayecto apoyos incontables de la gente; de hombres, mujeres, jóvenes, niños y niñas que salían a las calles de sus ciudades a recibir a la Caravana protegiéndola y escoltándola durante sus recorridos por carreteras, veredas y caminos diversos. El apoyo y acompañamiento también provino de agrupaciones civiles y políticas, de estudiantes. Los zapatistas recibían el bastón de mando por parte de las autoridades indígenas de aquellas poblaciones por donde pasaban. Las muestras de respaldo no faltaron, la solidaridad de importantes segmentos de la sociedad mexicana hacia la causa zapatista era palpable y se propagaba. La Caravana culminó su largo recorrido el 11 de marzo en la plancha del Zócalo capitalino, donde miles de personas se congregaron para escuchar y ver a los zapatistas (Torres-Ruiz, 2015; 23)

El movimiento zapatista, generó en el contexto nacional el inicio del Activismo digital y la utilización de las herramientas tecnológicas como medios para realizar acciones sociales, cambios en el entorno y unificar a los individuos, que presentan una inconformidad colectiva o que no son ajenos a la realidad que se vive, en esto influye la formación y el criterio de las personas.

A finales de los años 90's y principios del 2000, los usuarios de internet se caracterizaban por tener altos grados de escolaridad, eran conscientes de la situación del país y se comportaban críticos con su entorno, con un pensamiento autónomo y un poco o nula confianza en el gobierno como institución.

El zapatismo expuso una unidad de los pueblos indígenas, como respuesta a la opresión y el olvido del sistema, provocó que la sociedad mexicana se mirara de otra manera, que escuchara y observara al indígena de una manera diferente, no negando las raíces de su mestizaje y no teniendo el concepto del indígena como algo ajeno a su realidad, como si este se tratara de algo inexistente en sus vidas o como un individuo circunstancial en su día a día.

El EZLN no solo fue un movimiento que utilizó los medios masivos de comunicación para tener una trascendencia, más allá de eso la difusión de la información sin los filtros de los medios de comunicación tradicionales muestran un cambio en la ideología social, la cual se vuelve empática y crítica de su entorno.

Con ejemplos claros de lo efectivo que eran los nuevos canales de información y comunicación y de cómo estos tienen una repercusión directa en la sociedad, despertando la divulgación y la expresión de opiniones, los partidos políticos y asociaciones civiles, voltearon a ver estos relativamente nuevos medios de comunicación, como una alternativa a sus metas propagandísticas y de difusión de ideas dirigidas a ciertos segmentos poblacionales o con temas complejos.

Según Phillipe Maarek (1997), es que este tipo de comunicación horizontal permite, en algunos casos, abordar temas complejos, lo que resulta casi imposible en la televisión o radio, medios que exigen presupuestos altos para producción de spots. La difusión de los mismos, los partidos, movimientos y asociaciones muchas veces se ven limitados por el factor económico, dígase falta de recursos o por lo pequeñas de sus estructuras.

Al principio las estrategias de campaña no tomaron a internet como la carta fuerte de sus difusiones, pero si ocuparon una herramienta como una extensión de su

campaña, una alternativa a los demás medios tradicionales, esto en respuesta al avance y desarrollo tecnológico que se presenta a nivel global, el tener un dominio en la web representaba modernidad y alternativa, innovación.

En el caso de México, específicamente en la capital de país, Distrito federal, se dio el fenómeno de registros de dominios webs para campañas políticas. En 1997, los tres principales candidatos que pretendían asumir el gobierno del Distrito Federal emplearon a Internet como un recurso propagandístico en sus campañas. Dada la trascendencia de los comicios, inclusive los administradores de los sistemas de información en línea de Alfredo del Mazo, Cuauhtémoc Cárdenas y Carlos Castillo Peraza adquirieron dominios independientes a los sitios WWW de sus partidos políticos.

2.2.1 Primera influencia del Internet en la Política Nacional.

Los sitios web de los candidatos a la jefatura del distrito federal y su equipo de colaboradores de campaña no solo utilizaron internet para fines de difusión y propaganda, los sitios se llenaron con notas informativas, noticias acerca de los candidatos, entrevistas e información de los aspirantes, además de ligas a otros sitios de interés como las webs de los partidos o movimientos afiliados.

Cuatro años después la utilización de los medios alternativos se definía en varias estructuras propagandistas, fue el ataque de un partido a otro, las burlas, el cotilleo, mensajes negativos, estrategias de información y desinformación, presentaciones en power point para el desprestigio de un candidato, que tomaban sitios de web dedicados al humor y la sátira política, así como argumentos para definir el sentido del voto, denuncia de la manipulación de la información por parte de los medios de comunicación convencionales denuncia a hechos y situaciones de campaña que no trascienden a los medios informativos convencionales.

Para el año 2000 en las campañas electorales para la presidencia de la república el e-mail representó una herramienta de difusión de ideas y alternativa para plasmar una opinión o en este caso queja o cuestionamiento al desempeño informativo de los medios convencionales.

En el inicio del uso de internet como foro abierto de opinión, un suceso notable en la influencia de las TIC's dentro del escenario de la política nacional, fue el que ocurrió durante la campaña electoral del año 2000.

Varios correos electrónicos fueron enviados al buzón del reportero Joaquín López Doriga después de una entrevista a Francisco Labastida candidato por el Partido Revolucionario Institucional a la presidencia de la república, la denuncia era el de manipular la información para dar ventaja al candidato del PRI en donde exponía a Vicente Fox como hostil. (Gutiérrez & Islas, 2000)

Esta denuncia tuvo un efecto en varios usuarios de la lista de correo, los cuales tuvieron una respuesta a favor del usuario que exponía la manipulación de la información por parte de la empresa televisa la cual desde sus inicios ha sido adherente del partido revolucionario institucional.

Lo medios de comunicación tradicionales se mostraban tambaleantes, ante estos nuevos canales en donde se puede exponer una opinión y que exigen total veracidad y transparencia por parte de los medios informativos, la campaña electoral del año 2000 fue un ejemplo claro del cambio de modelo.

Con la incursión y operación de los medios de información electrónicos en nuestra República se alteraron radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido en el país; en una idea, de elaboración de la conciencia social. Su presencia ha representado el mayor potencial tecnológico para hacer participar a las masas en los sistemas de signos que cohesionan a la sociedad. Dicho fenómeno se ha enclavado, a tal grado, en las vísceras de la sociedad civil, que cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapas de desarrollo pre monopolista, ha dado origen a un nuevo "modo de comunicación" que se distingue por la forma ampliada de elaborar, distribuir e inculcar las ideologías sobre los auditorios (Esteinou, 1998)

En la campañas político-electorales se comienza a dar un uso a las plataformas virtuales como páginas web o blogs, como áreas para generar marketing político, las figuras políticas comienzan a actuar como como marcas y objetos de consumo, en un estudio hecho por Lee Kaide (2003) encontró evidencias contundentes acerca de la relación entre la buena evaluación de un candidato en internet y la aceptación del electorado, más allá de la evaluación que tenga en radio y televisión, tomando la evaluación en internet como la de mayor confianza.

En los blogs en donde se escribía acerca de los candidatos y las características del “producto” que ofrecían en este caso su ideología y propuesta política, que intentaban insertar en la mente de los individuos, el perfil que tenían y el historial de cargos o actividades que había desempeñado, captaban la atención del cibernauta y además tenían más credibilidad que los medios tradicionales de comunicación.

El impacto de estos blogs que escribían acerca de las figuras políticas o hacían un análisis acerca de la situación actual, tenían repercusiones dentro y fuera de internet además de que acaparaban a la atención de la ciudadanía la cual tomaba estas plataformas como un referente en la opinión política.

A medida que avanzaba la primera década de nuevo siglo, el desarrollo de plataformas virtuales para la interacción de la sociedad tenía un crecimiento acelerado, los usuarios ya empezaba a interactuar con medios sociales en internet “El surgimiento y la popularidad de los blogs y las redes sociales a partir 2004 empoderó a millones de personas a crear contenido y compartirlo en Internet, formando rápidamente redes especializadas” (Gómez, 2015; 22)

El crecimiento en las salas de chat como Messenger y la publicación de contenido con tintes periodísticos y analistas en blogs así como la aparición de Friendster y Myspace redes sociales (que son un precedente para la existencia de Facebook y Twitter), constituyo una alternativa más en los canales de comunicación en internet y además una alternativa en el consumo de información.

En el ámbito nacional, los comicios electorales del 2006 los cuales estuvieron llenos de polémica y contrastes, muchas de las opiniones acerca del proceso electoral tuvieron su lugar en internet “el caso del movimiento de resistencia contra el “fraude electoral” de 2006 en México, en el cual un grupo de blogs ha funcionado como apéndice de lucha del grupo político oficialmente derrotado en las elecciones presidenciales de 2006 en México” (Torres Nabel. 2007; 2009).

Estos blogs manejaban la información en una burbuja de incertidumbre, aseguraban el fraude electoral en internet para desestabilizar lo que decían los medios tradicionales, aunado al descontento generalizado de la población por la decepción acerca del sexenio del “cambio” con Vicente Fox, hicieron que las publicaciones acerca del fraude electoral circularan más rápidamente.

La información que se espacó acerca del fraude electoral en internet fue puesta en circulación antes de los resultados de la elección, para que los medios convencionales se encargaran de terminar el trabajo basándose en lo que se leía en internet, muchos de estos espacios de información eran manejados por periodistas o analistas que publicaban en medios físicos.

Esto se convirtió rápidamente en un fenómeno que desataba diferentes tipos de puntos de vista y de creencias, la polémica de si había existido o no, “La difusión en Internet de la creencia del fraude electoral en las elecciones de 2006 México, da cuenta de algunas hipótesis acerca de cómo opera la información en el llamado ciberespacio, lo cual apunta que es a través de redes. Y decir redes no solo implica la alusión metafórica que comúnmente se le da al concepto.” (Cibersociedad.net, 2016)

Después de que los medios de comunicación tradicionales difundieran la noticia de un supuesto fraude electoral, los simpatizantes de López Obrador, recurrieron a la resistencia civil pacífica, por la indignación ante el “robo” que supuestamente había sufrido su candidato.

En la mención de este hecho no se pueden dar conclusiones contundentes acerca si realmente hubo o no un fraude electoral, este hecho se utiliza para exponer el

comportamiento de los medios de comunicación tradicionales y su relación con internet y sus plataformas para la difusión de información, además expone el comportamiento de los individuos, “un acercamiento hacia la explicación futura del funcionamiento comunicativo- social de Internet” (Cibersociedad.net, 2016)

La creencia en este tipo de información sin corroborar ni investigar, pero que se da de supuestas fuentes confiables es parte del uso del internet y de los medios alternativos dentro de este, puesto que el usuario no está acostumbrado a realizar una actividad de investigación, o de análisis comparativo acerca de la información que está consumiendo, resulta difícil en ocasión comprobar la veracidad de la información, o encontrar una fuente 100% confiable.

El intercambio masivo de información de una manera tiene cierto control echo por los mismos usuarios una parte de los que se toma el tiempo para checar fuentes investigar y dar alternativas informativas, es de la parte que cree en una espacio colaborativo en internet, muchos de los usuarios que no tienen ese tipo de conducta no se entregan por completo a una causa o no podrían tener una activismo digital notable o bien estos usuarios no entienden el significado de una comunidad virtual.

En temas políticos, dentro de las redes sociales, siempre es difícil llegar a conclusiones que den soluciones inmediatas a un problema, la organización que se da en internet a veces es un poco frívola o superficial, el hecho que las personas no puedan verse frente a frente crea cierta barrera sensorial, en donde en varios casos la gente solo utiliza las plataformas virtuales para desahogar frustraciones en contra del aparato de gobierno, el sistema o partidos políticos, pero que no dan una solución real o palpable para poder mejorar la situación. “Las plataformas cibernéticas que sirven de vínculos sociales, también llamadas redes sociales, son parte de los portales de Internet que permiten la interacción entre la ciudadanía y los partidos políticos” (Baltazar, 2011)

2.3 Activismo digital en México: el caso del #YoSoy132

Conforme va avanzando el tiempo en México, los usuarios de internet se hacen más empáticos de las cuestiones sociales, el querer cambiar al sistema o lo que está mal con él es uno de los motores que rigen la opinión en internet.

Un caso en donde el internet tuvo total injerencia y que derivó en un activismo social a partir de un activismo digital, y que además quedó como uno de los principales movimientos en la historia del activismo digital en México fue el movimiento #YoSoy132, este movimiento estuvo ligado totalmente a las redes sociales

Este movimiento surgió el 11 de mayo de 2012 cuando el candidato a la presidencia de la república, por parte del partido revolucionario institucional, Enrique Peña Nieto, asistió un foro abierto a la Universidad Iberoamericana; los estudiantes expresaron un total rechazo al candidato, varios vistieron mascararas de Carlos Salinas de Gortari y referencia al viejo régimen priista y su repudio hacia él.

En los medios tradicionales de comunicación controlados como se manipulaba la información exponiendo que los inconformes de la universidad iberoamericana se trataba de un grupo de infiltrados de la oposición. Después de que los medios difundieron esta noticia, no tardó mucho para que los noticieros fueran desmentidos por un video de 131 estudiantes, en donde se identificaban como alumnos de la Universidad Iberoamericana y que además manifestaban su participación en la protesta. Inmediatamente surgió ese número con el que miles de ciudadanos reclamaron su lugar en la protesta: el 132.

Se podría tomar el surgimiento de estas acciones, o bien el surgimiento de este movimiento como el primer movimiento de activismo digital en México que utilizaba las redes sociales (Twitter, Facebook y YouTube) como plataformas para su difusión. El numero 132 toma significado como un estudiante más que se **uno a** los otros 131, en cada individuo indignado con el regreso del viejo régimen priista o simplemente inconforme y harto con el gobierno toba la consiga del #YoSoy132

En pocas semanas el movimiento logró abrir espacios en los medios que tradicionalmente se oponían, y estaban acostumbrados a llevar su agenda de lo que transmitían sin tomar en cuenta los movimientos sociales, lo que permitió que fuera posible que, tanto sus demandas como sus logros, fueran conocidos a nivel global (Pérez, Camacho & Arroyo, 2014)

El video que se difundió a través de YouTube, tomo por sorpresa al aparato gubernamental y los medios tradicionales de comunicación como la televisión, la manifestación y muestra de inconformidad que había sido intentada ignorar dentro de las instalaciones de la Universidad Iberoamérica el 11 de mayo de 2012, se propagó y creció, derivando en un movimiento social que salió a las calles e hizo tambalear al entonces candidato a la presidencia Enrique Peña Nieto.

Pero no solo mostro la inconformidad ignorada, sino que además demostró el poder que tienen las redes sociales, para el 19 de mayo la primera marcha Anti-EPN había sido convocada en donde se invitaba a organizaciones civiles y organismos estudiantiles a alzar la voz y eliminar el sesgo informativo que mantenían los medios tradicionales de comunicación.

En la marcha que tuvo lugar en la Ciudad de México, se aglutinaron más de 46,000 personas, para demostrar su rechazo a Enrique Peña Nieto y que además rechazaban cualquier tipo de censura o control, el movimiento rechazaba la manipulación de la información que ejercían las dos corporaciones de medios masivos de comunicación Televisa y Tv Azteca, las cuales siempre han estado al servicio del control gubernamental.

Uno de los antecedentes directos al rechazo y cuestionamiento del entonces candidato presidencial Enrique Peña Nieto, fue su error en la Feria Internacional del Libro (FIL) el 3 de Diciembre del 2011 al no poder citar los tres libros que más influyeron en su vida, este hecho se volvió viral en twitter, detono toda clase de burlas calificándolo de un ignorante, desde ahí en internet la figura del candidato

fue objetivo de burla, se hicieron muchos memes con su fotografía y remarcando su error.

Para la segunda manifestación que tuvo como sede el monumento conocido como “la estela de luz”, el movimiento estudiantil, se mostraba como apartidista y quería deslindarse de cualquier relación mediática con los candidatos a la presidencia de la república, lo cuales con publicidad engañosa trataban de colgarse del movimiento para ganar adeptos, el 28 de mayo en esa manifestación el movimiento cobro una identidad con el #YoSoy132 en un documento en donde definía al movimiento y además dejaba en claro su ideología.

Este se definía como un movimiento ciudadano, de estudiantes universitarios, apartidista pero social y político, plural, multicultural, laico, humanista, autónomo y permanente. Una de las definiciones de su principal objetivo era la defensa del derecho a la información y la libertad de expresión, proponiendo una participación de la ciudadanía y la apertura de todos los medios de comunicación, así como la democratización de los mismos.

El manifiesto del #Yosoy132 se difundió vía twitter el mismo día en que se convoca a la marcha que se iba a dirigir a las instalaciones de televisa Chapultepec,” El manifiesto fue subido a la red de textos en línea Pastebin.com un sitio ligado a la difusión de acciones de la red de ciberactivistas Anonymous.” (Gómez, 2012)

Este fue compartido, por miles de personas en internet, era la ideología del movimiento que estaba tomando una gran fuerza y que generaba un cambio notable en la apatía de las ciudadanía que no habían sido participes de algún movimiento social.

Este es un fragmento de la postura ideológica del manifiesto publicado el 28 de mayo de 2012:

Somos los expatriados, los que no creen en las fronteras ni en los pasaportes. Somos amigos de lo clandestino, parias que

copian software, música y libros y los distribuimos en todo el mundo.

Somos los que conjuran un mejor país, hombres y mujeres partidos en varias lenguas, en muchas culturas y pensamientos.

Somos los desesperados, los que refrescan el timeline cada cinco minutos. Somos la nostalgia de revolución de nuestros padres.

Somos la nostalgia de un futuro que podría ser. Creemos que la protesta pertenece al pasado, pero también creemos que la protesta contra el orden es el fundamento del orden nuevo. Somos un camino, una desviación.

Somos #YoSoy132

La sociedad mexicana vivió el movimiento no solo si se estaba a favor o en contra de él, el fenómeno del hashtag #YoSoy132 exponía las fallas de los medios de comunicación tradicional, la censura que se vivía y los muchos temas sociales y políticos que necesitaba atención.

En redes sociales el contenido de debate político y opinión acerca de estos tópicos era impresionante, las personas que no simpatizaban con algún partido político o que no estaban al tanto de movimientos sociales fueron informadas y hubo un cambio en las conciencias sociales no de la mayoría pero si de minorías importantes.

Las líneas de tiempo en los perfiles de Facebook, se llenaban con contenido multimedia de crítica social desde memes hasta videos en donde se exponía al viejo régimen del PRI y los estragos que había causado en el país por más de 70 años se hacían presentes.

Documentos, artículos y reflexiones de artistas, políticos, analistas e intelectuales generaban cuestionamiento hacia los partidos políticos; desde el punto de vista de esta investigación el proceso electoral del 2012 es el referente histórico en cuanto

a la participación digital, en ningún momento de la historia en el uso de redes sociales a nivel nacional se había vertido tanto contenido político, ni mucho menos se había suscitado un movimiento social digital de esta índole.

La empatía generalizada por el video de los estudiantes de la universidad Iberoamericana movilizó a una buena parte de la sociedad mexicana, tal vez no de manera física pero sí virtual; muchos de los usuarios de internet estuvieron al tanto del movimiento, de una u otra manera los medios tradicionales también le dieron una difusión masiva.

Este movimiento tenía como objetivo la democratización de los medios de comunicación utilizó de una manera correcta el foro abierto de internet para lograr su cometido aunque el #YoSoy132 se diluyó de una manera que se podría llamar rápida, mostró a la sociedad mexicana que una vez más el verdadero poder recaer en el individuo.

El #YoSoy132 se fraccionó. Los que indagaban por un movimiento más profundo, serio, formal, sensato e incluyente se vieron rebasados por quienes aparecían como anarquistas y perturbadores. Un zapatismo digital. Otros fueron seducidos por el sistema (como en otros movimientos), cooptados por los mismos a los que criticaban volviéndose igual a ellos. Les dieron espacios para inhabilitar el estandarte de la manipulación y la censura; creyeron, cayeron y callaron. (Pérez, Camacho & Arroyo, 2014)

El poder de internet se tradujo en la posibilidad de generar una multiplicidad masiva de pensamiento, una ciudadanía del colectivo que se preocupe por temas de interés social que afectan su realidad, se expuso una alternativa en donde los aparatos de gobierno tienen que obedecer a las exigencias y demandas de la sociedad y que además ya no pueden esconder información tan fácilmente, puesto que los medios de comunicación tradicionales también perdieron mucha de la poca credibilidad que tenían ante la sociedad.

2.3.1 Redes sociales como medio de Denuncia Ciudadana en México.

El movimiento social del #YoSoy132 dejó un cambio en la participación de las personas en temas políticos y sociales, expuso de una forma indirecta que la búsqueda de la democratización de los medios y la libertad de expresión depende de los mismos usuarios, es su deber defender su derecho a comunicación sin censura ni filtros de ningún tipo.

Otro fenómeno, se comenzó a propagar en el sitios de internet en México y en la las plataformas como YouTube, Twitter y Facebook, este era la exposición directa de la corrupción y prepotencia de autoridades y figuras públicas en México, el caso de las “Ladies & Gentleman de México” en donde la ciudadanía tomaba una vez más internet como foro para exponer los abusos de la elite del país y el comportamiento de la clase alta que siempre se ha manejado con influyentísimo, despotismo y nepotismo.

El fenómeno de las exhibiciones de prepotencia y abuso tendría inicio con el video titulado “Ladies de Polanco” posteadado en YouTube en 2011 exponiendo a Azalea Ojeda, ex protagonista del reality de televisión de Big Brother junto a otra mujer agrediendo a un policía en pleno estado de ebriedad, humillándolo por su clase de trabajador y servidor público,

Otro ejemplo muy marcado fue el del empresario Miguel Sacal, agrediendo física y verbalmente a un empleado del edificio donde residía por no tener un gato hidráulico para su automóvil.

Una exhibición de la clase política fue el video de la senadora del PRD, Luz María Beristáin, quien trato de utilizar sus “influencias” para abordar un avión que acababa de salir porque ella había llegado tarde, el caso de “Lady Profeco” es otro ejemplo claro de influyentísimo, la hija del entonces Procurador Federal del Consumidor, Humberto Benítez, mando a clausurar un restaurante en la colonia Roma por que según ella la habían hecho esperar de más para obtener una mesa.

Este hecho fue denunciado vía Twitter, además del repudio generalizado de la sociedad y tuvo una repercusión real con la suspensión de los funcionarios que actuaron por orden de la hija del Procurador y la remoción de Benítez del cargo. “La decisión de remover de su cargo a Humberto Benítez, por el caso de ‘Lady Profeco’ es un gran golpe a la cultura del influyentísimo y prepotencia que el mexicano tiene muy arraigados. Muy buena señal que, esperemos, cambie poco a poco al país” (Herrera, 2013)

La situación de impunidad y corrupción que vive el país era manejado como un secreto a voces las partes afectadas por el abuso de autoridad y poder de personajes como los expuestos su estrecha relación con los niveles de gobierno y la nula acción de las instituciones judiciales, la sociedad afectada por los abusos de la elite política y empresarial encontró en internet una alternativa para denunciar acciones de corrupción eh influyentísimo ya que por las vías tradicionales sus voces no eran escuchadas.

En la sociedad actual los preceptos de igualdad, justicia social, participación y democracia deben aplicar para todo el pueblo mexicano, no solo para las elites que tiene posibilidades económicas para hacer que su voz e escuche, los medios electrónicos como internet independientemente de la clase social, la sociedad tiene un espacio para exponer los problemas que le aquejan como individuo, esto garantiza su derecho a la libertad de expresión.

Capítulo III: La nueva participación

La presente investigación ha abarcado varios puntos en donde de manera analítica, explicativa y cuantitativa expone al internet como el medio de comunicación que cambió el paradigma comunicacional, así como en su momento la imprenta revolucionó el mundo; para este apartado, se estudia los sectores de la sociedad que generan la participación y el cambio dentro de la estructura política y social del país.

Este capítulo está más enfocado a la generación que usa las nuevas tecnologías y que las adopta mediante un sentido de pertenencia, en donde el razonamiento más próximo es que: si no se está conectado en la red, el individuo pasa a ser un espectador del entorno más que un participante de éste; internet y redes sociales es ahora en donde se vierten las opiniones sobre la situación política y social, y más importante aún, es en este espacio en donde se están preparando las acciones que van a tener repercusión en el entorno real.

El presente capítulo consta de tres apartados, abre con el comportamiento de los jóvenes y los medios digitales, pasa por acontecimientos importantes en los tópicos del internet y la movilización social como es el caso de Siri Santiago en Argentina y Pedro Kumamoto en México, y cierra el análisis e investigación con la transformación de la comunicación y participación en internet, analizando los cambios políticos y culturales que producen el uso de las nuevas vías de comunicación en México.

3.1 El comportamiento de las nuevas generaciones en internet y redes sociales

Los cambios dentro de la sociedad mexicana con relación a la manera de comunicarse actualmente son muy claros y están bien marcados, el uso de las nuevas tecnologías para expresarse en los medios electrónicos principalmente internet son una actividad diaria y ha cambiado las conductas de los individuos mexicanos.

La ola de movimientos sociales provenientes la década de los noventa con el Movimiento Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), hasta la denuncia de abusos de las clases sociales privilegiadas y las elites del poder, así como la penetración de la tecnología en la manera de propagar el mensaje político en campañas electorales, la difusión de información y la invitación a la participación, indican un cambio claro en el modelo de accionar de la sociedad mexicana, no de la mayoría pero si de una cantidad importante de ciudadanos.

Los sectores de la población que están conectados a la red de redes representan un despertar de conciencia colectiva sobre el entorno y la problemática que aqueja el día a día del acontecer nacional, las nuevas formas de comunicación son el escaparate perfecto para estas minorías que van virilizando sus contenidos, estos comienzan a hacer uso de esos medios para mandar un mensaje, el cual con otros grupos que a su vez forman redes de información.

Las redes de información son las herramientas para además de mantener informados a los usuarios, pueden tener acción participativa ya sea en forma de opinión o bien de generar conocimiento, contenidos e investigación sobre temas actuales, temas que son tendencia en el entorno nacional o internacional, de índole política social o cultural.

Dentro de los sectores antes mencionados de la sociedad que se encuentra en línea, y que tiene pleno conocimiento en el uso de la tecnología se encuentran los jóvenes, hombres y mujeres que además de hacer uso de estos nuevos recursos, crecieron con ellos y los han adoptado en una parte fundamental de su vida, tanto que separan la realidad palpable de la realidad virtual, en donde vierten la información de su persona y entorno, en perfiles de redes sociales, donde dan a conocer más que otro lado sus intereses, gustos e ideologías.

En estas también se mantienen en todo momento al tanto de los acontecimientos que los rodea, en donde ellos tienen la oportunidad de generar críticas y hacerse escuchar, rompiendo barreras monetarias, lingüísticas y espacio-temporales, la juventud se mantiene en internet ya como una necesidad del pertenecer conectado al mundo, como individuos que tienen voz en un espacio en donde todos tiene voz por igual, consumidores en potencia, generadores de conocimiento, y potenciales agentes de cambio.

3.1.2 Jóvenes y el internet en México

Las tendencias así como las modas siempre se siguen por los sectores más jóvenes de la población, los cuales adoptan comportamientos y estilos que son usados por la mayoría, a estos la transformación de modelos les llama la

atención, el cambio de paradigmas, una manera diferente de ver y hacer las cosas siempre llama la atención de la juventud.

Toman como un código de pertenencia e integración las redes sociales; entre los grupos de jóvenes el sentido de pertenecer a una comunidad en donde el lenguaje y los símbolos son entendidos y generan una identidad, la juventud entonces hace uso de estas plataformas para conectar e integrarse a grupos con sus mismos intereses e inquietudes.

El uso de Internet, Smartphone, computadoras y diversos gadgets representan innovación, el estar en tendencia, el estar conectado con el mundo y actualizarse en todo momento es un comportamiento colectivo de la juventud nacional y global que tiene un crecimiento acelerado y exponencial.

Ya anteriormente en el apartado 2.1 del capítulo 2 de esta investigación se había puntualizado las características generales de los usuarios de Internet en México, con varios indicadores como el nivel de escolaridad y edad de los internautas mexicanos, lo que resalta en éste es el porcentaje de jóvenes en Internet, de 13 a 24 años de edad los usuarios de Internet representan el 46%, otro 17% se encuentra en la población en donde la edad oscila de los 25 a los 34 años, según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2015).

Las cifras de la Asociación Mexicana de Internet representa además del número de usuarios de Internet, el predominio de los jóvenes como usuarios de las nuevas tecnologías de la información, en la sociedad mexicana las y los jóvenes generan una cifra bastante grande, según estudios de la Consejo Nacional de Población (CONAPO) más de la tercera parte, es decir casi 43 millones, lo que equivale a 35.4% de los mexicanos, son adolescentes o jóvenes entre los 10 y 29 años de edad dentro de la sociedad mexicana.

Los jóvenes como estratos generacionales que emplean el uso de las redes sociales, webs, blogs e internet en general se puede dividir en dos categorías los Millenials y la generación z, estas dos generaciones son las encargadas de llevar el internet no sólo como un medio alternativo de comunicación sino como el medio

principal de comunicación para conectar con los individuos que los rodean, teniendo entonces una comunicación electrónica y como antes ya se había mencionado el desarrollo de un lenguaje también electrónico, que deriva en la transformación de su participación y opinión con asuntos y temas de actualidad.

Es de importancia señalar la brecha generacional que existe en el uso de las nuevas tecnologías de la información su adopción por parte de las generaciones que son híbridas y nativas digitales, su adaptación a un sistema que se vuelve automatizado y tecnológico, en donde los paradigmas cambian de manera exponencial y acelerada.

Los Millenials como híbridos digitales, son individuos que lograron apreciar el cambio de los medios de comunicación de manera cercana, que están familiarizados con el uso de viejas tecnologías pero que dominan en su totalidad los nuevos modelos comunicacionales con sus códigos y lenguaje que día a día se va transformando y evolucionando.

Son el grupo poblacional que mayor acceso a educación ha tenido en la historia y mayores posibilidades de consumo. Crecieron con consciencia de los daños ambientales y los efectos de la discriminación en los ámbitos sociales y laborales. Y, además, siempre han convivido con las nuevas tecnologías de la información (Gonzalez-Perez, 2014; 7)

Por su parte la generación z es totalmente digital, ésta precede a la generación de los Millenials, tienen total control de dispositivos digitales y uso de internet puesto que nacieron en medio del boom tecnológico, las relaciones humanas y personales se transforman para esta generación que está en constante cambio, tanto en el uso de fuentes de conocimiento así como en los cambios de métodos de enseñanza, su manera de relacionarse es totalmente diferente a otras generaciones.

Son conscientes de su entorno y además son consumidores potenciales desde más temprana edad que la generaciones anteriores, generan contenidos en la red y tendencias a nivel global, la generación z es la que cambia los esquemas

globales de consumo de productos y consumo de información, el marketing de grandes industrias y empresas se esfuerza para comprender a esta generación y poder satisfacer sus necesidades tan cambiantes.

Cambiantes como el ritmo de vida acelerado en el que se han desenvuelto como individuos, este crece de manera exponencial y gradual, en tiempo virtual las temporalidades en las que se mueve la información cambian a como se mueven en el ámbito real, las metáforas de los estados de la materia, líquido, gaseoso y sólido de Zygmunt Bauman cobran sentido cuando se analiza a las nuevas generaciones y sus conductas.

Si aplicamos los tres estados de la materia a las temporalidades juveniles, comprobaremos que las transiciones clásicas (familia-educación-empleo) se combinan con formas intransitivas producidas por la cultura juvenil (subculturas, postsubculturas, escenas) y con formas virales producidas por la web social (conexiones, agregaciones, nodos). (Bauman, 2007; Leccardi, 2005).

Más focalizado al uso de las tecnologías en los segmentos generacionales antes mencionados, estos también son divididos en otros términos como Generación @ y la Generación #, la primera corresponde a un grupo que está conectada con Internet, con la red, aquellos individuos que forman parte de ella, y la segunda son se desarrollaron ya con el uso de éste y que además forman parte activa y constante “se sobreentiende que nos estamos refiriendo a los jóvenes que han nacido y crecido en la era digital, es decir, a la generación de la red” (Fernández-Planells, 2011; 37)

La Generación #, es decir la del Hashtag es un grupo que pertenece más a los nacidos en los 90's y 2000's son nativos digitales en su mayoría, utilizan internet sin ninguna dificultad, están familiarizados con términos tecnológicos e informáticos “podemos definir la Generación # como la generación de las redes o de la web social” (Fernández-Planells, 2012; 42)

Jóvenes conectados y generadores de contenido en las plataformas que consideran parte fundamental de su entorno, tienen su identidad en ellas, su lenguaje y su cosmovisión se amplía al ser parte de un todo más que de un medio local, recurren a la investigación de las cosas que realmente les interesa, su participación en un modo peculiar, el agregar algún comentario en un video de YouTube o en una publicación de Facebook, les da la satisfacción de ser proactivos en un tema de interés.

En el desarrollo de estos términos es destacable el trabajo de investigación del Doctor en Antropología Social por la Universidad de Barcelona, Carles Feixa, quien durante una ponencia que presentó en Ixtapan de la Sal (México) en 1998, acuñó por primera vez el término Generación @ para referirse a los jóvenes que crecían junto con el desarrollo de Internet y las nuevas tecnologías, de uno de sus textos desprende una tabla comparativa que resalta las diferentes características entre los dos conjuntos generacionales antes mencionado.

Tabla 1: Generación @ vs. Generación #

DIMENSIÓN	GENERACIÓN @	GENERACIÓN #
Periodo	Nacimiento: 1975-1990 Infancia: 1980s Adolescencia: 1990s Juventud 2000s	Nacimiento: 1985-2000 Infancia: 1990s Adolescencia: 2000s Juventud: 2010s
Significante	@ Arroba: medida volumétrica Mediterráneo, s. XV Navegación	# Hashtag: medida numérica América, s. XX Conectividad y movilidad
Significado	Digitalismo Globalización Unisexualismo	Hiperdigitalismo Relocalización Transexualismo Trending topics
Contexto	Web 1.0 Capitalismo informacional Nueva economía	Web 2.0/web social Capitalismo salvaje Recesión
Rasgos	Generación @ Espacio global Tiempo virtual Nomadismo Red	Generación # Espacio global Tiempo viral Translocalismo Rizoma
Ejemplos	Subculturas Antiglobalización Comunidades virtuales Teenagers vs. Jóvenes adultos Biografías Peter-Pan	Escenas Altermundialismo Microblogs Tweenagers vs. Adultescentes Biografías Replicantes

Elaboración propia con datos de Feixa (2011; 50)

Carles Feixa plasma en la tabla uno, las dimensiones y los rasgos de los dos arquetipos de su investigación en donde señala que “no deben considerarse como realidades empíricas definitivas sino como modelos analíticos provisionales, que pueden ser útiles en la medida en que sean capaces de orientar la investigación sobre los jóvenes, la comunicación y la cultura digital” (Feixa, 2011; 51)

Sus métodos de consumo se transforman en una medida notable, requieren mecanismos acelerados de producción de contenidos e ideas, su modo de vida es rápido, exige eficacia y eficiencia en todos los aspectos.

Esta cultura digital también está plasmada en las formas de consumo de productos y de información, en México, el sitio de entretenimiento más popular para el año 2012 era YouTube y sigue manteniendo ese puesto, no afirmando que la televisión como Medio masivo de comunicación y propagador de información haya sido totalmente desbancado por el Internet, sino que es una muestra de cómo estos medios digitales generadores de contenido está teniendo una mayor importancia que va en crecimiento, tanto así que las productoras de Cine, Radio y Televisión están ajustando sus contenidos con base en lo que se ve y escucha en Internet.

Las marcas se enfocan no sólo en los posibles consumidores de su producto del sector joven, sino que además tienen en la mira a las figuras influyentes que tienen poder de difusión y alta popularidad entre los jóvenes, un ejemplo claro de esto son los YouTubers mexicanos, individuos que vierten opiniones acerca de cualquier cosa con fines de entretenimiento en YouTube, o que inician creando un video blog en respuesta a la necesidad de hacer que su voz sea escuchada.

Estos son contactados por diversas marcas para la promoción de sus productos, esto tiene una razón para ser destacable, los individuos que actualmente son figuras famosas del Internet en México tienen un cierto grado de influencia en el comportamiento de los jóvenes mexicanos imponiendo modas, marcando tendencias, en ciertos segmentos específicos, con temas especializados, teniendo

un crecimiento exponencial de audiencia llegando a aparecer en la Radio y la Televisión.

Estos individuos pertenecientes a los Millenials y a la Generación Z no son un fenómeno pasajero y sin trascendencia, ellos tienen un grado de difusión de mensaje bastante elevado, los YouTubers más famosos de México tienen alrededor de 10 y 14 millones de suscriptores en sus canales (El Comercio, 2016).

Su fama no es la única recompensa para estos individuos al generar contenido multimedia, YouTube les paga por generar este contenido, algunos llegando a ganar aproximadamente hasta 95 mil dólares mensuales como es el caso de Mariand Castrejón mejor conocida como Yuya (El Comercio, 2016) YouTuber mexicana que se especializa en tutoriales de belleza y maquillaje o Werevertumorro que fue un canal de comedia con un gran millones de seguidores en su momento, parteaguas para muchos de los YouTubers e Influencers actuales.

El punto de mencionar a este tipo de individuos que son parte del mundo cibernético mexicano es que son denominados, “Influencers” personas que tienen influencia en los comportamientos o ideologías de ciertos sectores en este caso el público joven en su mayoría, puesto que generan contenido multimedia en varias redes sociales y tienen un alto grado de credibilidad.

Twitter es el escenario de muchas de estas muestras de marketing digital, que no solo lo usan las empresas para vender sus productos sino que también es utilizado por diversas organizaciones, sociales, religiosas y políticas para difundir sus mensajes, estos más allá que deseen convencer al público como lo hacen los medios de publicidad tradicionales, tratan de un modelo de mercadeo a modo de una opinión o una reseña del producto o ideología.

Si a la figura influyente de Internet o líder de opinión le gustó un producto o una idea lo da a conocer por sus redes sociales, mostrando su aprobación su apoyo hacia esta, que aparte de darse a conocer de una manera masiva tiene un impacto

en los que siguen a ese individuo casi siempre teniendo más aceptación que si observaran un típico comercial de televisión.

Para esta investigación se contactó para realizarle una serie de preguntas al estudiante en Ingeniería Mecánica originario de Puebla, que es Twittstar y Vinestar Rodrigo Briones, mejor conocido como @Loligo en las redes sociales, él vivió de manera directa el apogeo y posterior declive de la red social Vine, superando los 100 mil seguidores, y 29 millones de reproducción en sus videos.

Entrevista a Rodrigo Briones (@Loligo).

¿Qué tipos de empresas le contactan para que haga publicidad sobre ellos?

En redes sociales nos llegan a contactar cualquier tipo de empresa, en lo personal me han llegado a contactar empresas de comida, de bebida, de transporte, de algunos lugares, establecimientos, la verdad es que el campo de marketing con las empresas es muy abierto.

¿Qué partido político o candidato se acercó a usted para que realizara marketing digital sobre ellos?

Cuando hay campañas políticas se te acercan todos los candidatos, se te acercan todo tipo de candidatos, y decidí trabajar con el candidato que más me apego a sus ideales

¿Qué impacto tuvo el internet y redes sociales en la campaña del partido político del cual hiciste difusión?

La campaña política en que yo estuve involucrado al hacer mi difusión tuvo un impacto muy fuerte pues tuvo resultados muy favorables para el partido político, incluso logramos elevar algunos Hashtags a nivel nacional de los cuales incluso se habló en varios periódicos y noticieros nacionales.

¿Por qué cree que haya funcionado una campaña con ese diseño?

Creo una campaña de este tipo es muy favorable, y tiene mucho impacto ya que las redes sociales están al alcance de casi todos y la mayoría de las personas se dedica a estar en el teléfono y checa redes sociales la mayor parte del día, entonces tienes la oportunidad de bombardear con información a todas esas personas.

¿Qué piensa de la participación de las nuevas generaciones en la política nacional, a partir del uso de internet y redes sociales?

A cambiado mucho de dos a tres años para acá, puesto que todos usan por lo menos cuatro redes sociales diferentes, Facebook, Twitter, YouTube, SnapChat , y si bombardeas con información teniendo poder de convencimiento, puedes cambiar muchísimo la forma de pensar de las personas que te siguen,

¿Cree que existe una nueva participación política en México a partir de estas nuevas tecnologías y redes?

Si creo totalmente que existe una nueva participación política a través de las redes sociales y todos estos nuevos medios digitales y creo firmemente que es una participación muy fuerte con un impacto muy grande

Fuente: Elaboración propia con base en la entrevista realizada a Rodrigo Briones (2016)

El objetivo de esta pequeña entrevista es el comprender como los candidatos, partidos políticos y empresas cambian su modelo tradicional de marketing y de hacer política; se acercan a estos “Influencers” de internet para lograr una mayor difusión y aceptación en las redes sociales y que esto a su vez se vea reflejado en sus cifras de captación de votos ó en el caso de las empresas, del consumo de sus productos.

Rodrigo Briones actualmente se encuentra participando en marketing digital para empresas y partidos políticos a través de sus cuentas de Twitter, Instagram y YouTube.

En la serie de preguntas que se le realizaron a @Loligo se observa claramente que existe un cambio de modelo en la manera de hacer campañas, pero además se muestra una elevada importancia de Internet en el campo de la política; aunque la participación de Loligo en campañas pueda ser condicionada por la remuneración de su actividad de marketing digital, él conserva la decisión de elegir la ideología con la que más simpatiza.

Cabe mencionar que esta figura de internet aunque no esta tan dirigido hacia la política sino más bien está enfocado al marketing digital, el vender y difundir la idea, es en estos rubros es donde se encuentra la participación, como lo mencionó, la influencia que tiene sobre los seguidores es remarcable, entonces puede cambiar la opinión o influir en el pensamiento de los usuarios que siguen su contenido.

El hecho de que una persona “normal” que no tiene una relación directa con medios masivos tradicionales para poder aspirar a ser famosa, pero que toma un elemento alternativo, en este caso el internet para poder movilizar sus ideas y sus opiniones representa la democratización de los medios de comunicación.

Con la llegada del Internet o más bien con el crecimiento exponencial y acelerado en el uso de redes sociales hizo que en este caso individuos comunes pudieran llegar a convertirse en figuras reconocidas e influyentes, remarcando esa esencia, alternativa en la cual todas las personas tienen la misma oportunidad de ser

“alguien” si tienen acceso a estos medios de comunicación, por ende la confianza en estas figuras es más sólida que a la figura de los medios tradicionales al servicio de las grandes instituciones o empresas.

Estos fenómenos también ha tenido un impacto en sector económico y de comercio, un ejemplo concreto es la producción de productos de mejor calidad; para una marca es desastroso actualmente que alguna figura de Internet o muchas personas den malas reseñas o críticas del producto en webs y blogs, dando una mala imagen a la marca en general, lo mismo pasa con las personas en el ámbito político, muchos partidos políticos pagan grandes sumas de dinero a Twitstars, individuos con gran influencia en Twitter para que apoyen sus campañas con Hashtags o comentario positivos acerca de su partido, de su candidato o en apoyo a sus propuestas o ideologías.

Marketing de contenidos y de ideas, las personas que son influyentes en los medios digitales hacen una publicidad del producto o idea de manera más personal, más directa, se pueden hacer comentarios, refutar el contenido o generar un contenido propio, la gente joven a diferencia de sus padres o abuelos son bombardeados por todo tipo de publicidad, se vive en un constante marketing de contenidos.

La desconfianza en empresas o instituciones cambia el modelo de consumo de los productos y las ideas, los nuevos consumidores prefieren la opinión acerca del producto de cualquier persona antes que de la misma marca en sí, hacen comparativas con otros productos de otras marcas, debaten acerca de ellas y para que están mejor enfocadas.

El segmento joven es el que más consume estos productos e ideas que se muestran en internet y también es el más influenciado, además de buscar buenos productos o buenas ideas, están en la búsqueda de algo que tenga más que ver con sus intereses e inquietudes; una tendencia es que buscan esa esencia de autoproducción, de la relación directa con quien genera el contenido y el poder generar contenido y opinión, en pocas palabras, participar.

3.1.3 Jóvenes y política en la era digital

México se ha caracterizado desde hace tiempo por ser un país con alta concentración de jóvenes, con un gobierno que no siempre toma en cuenta totalmente la importancia de este sector de la sociedad, no canaliza la fuerza de este grupo generacional, y no focaliza como debería sus conocimientos hacia las áreas en donde tendrían que ser competentes, muchos jóvenes mexicanos viven inmersos en una constante incertidumbre acerca de su futuro inmediato y no proyectan realmente un objetivo concreto a largo plazo.

Un contraste que presentan los Millennials y la generación z con la generación de sus padres y abuelos va más allá sólo de la manera en que se comunican y relacionan o el cómo adoptan las tecnologías, es un cambio de modelo de vida, de modelo de crecimiento y desarrollo, la falta de oportunidades, la pobreza, la tambaleante figura del patriarcado, el cambio de roles dentro de la estructura de la familia consecuencia de la inestabilidad económica nacional y mundial, la sobrepoblación, la violencia del país, el narcotráfico, la desinformación y el desempleo, son ejemplos de los problemas que se viven y que aquejan a la población.

Y no se está generalizando o dando a entender que las generaciones anteriores a estas tuvieron una mejor calidad de vida, sino que su modelo de familia y rol social era más sólido y por ende estaba mejor estructurado, crecer ir a la escuela, encontrar empleo formar una familia, tener hijos, el modelo clásico de vida era aceptado y poco cuestionado por los jóvenes daba un sentido de pertenencia y de estabilidad, era la búsqueda del objetivo de vida visto de una manera superficial.

Este paradigma de ciclo de vida normal se ve opacado por la perspectiva de la realidad actual y por la noción que tienen los jóvenes hacia el futuro “por primera vez en muchas décadas se ha roto ese ascensor social que hacía creer a cada generación que sus hijos iban a vivir mejor que ellos” (Megías, 2015) estas generaciones de jóvenes Mexicanos y Mexicanas han nacido y crecido en un país con una constante crisis económica y social.

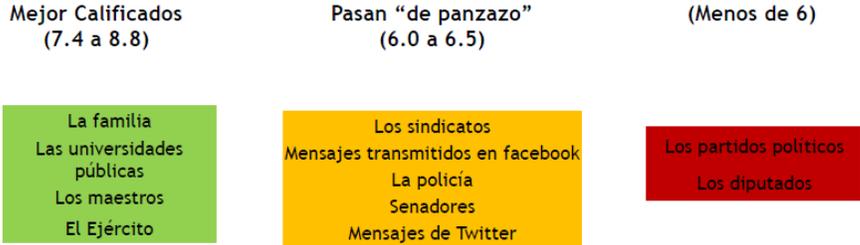
La crisis que se vive empuja a los jóvenes a cambiar sus modos de vida, a adaptarse constantemente a las necesidades de su entorno, a competir por un lugar en el mercado laboral, a tratar de adquirir experiencia para poder mejorar sus puestos en empleos y especializarse cada vez más en sus áreas.

Esta juventud Mexicana tiene algo en común, algo que tienen la mayoría de jóvenes, una opinión negativa acerca del gobierno o más bien dicho una opinión negativa acerca de los políticos, de las instituciones gubernamentales, de las empresas, este segmento generacional tiene nula creencia en todos estos organismos y figuras del modelo de política tradicional.

La desconfianza en el gobierno y sus instituciones es una marcada tendencia entre las generaciones actuales (*Millenials y generación z*), el no creer en lo que dice un candidato es una conducta normal, los jóvenes como analistas de su entorno y realidad, se dan cuenta que la figura de un candidato político como expuesto como ente mesiánico es un modelo desgastado que se viene manejando desde hace décadas en la política tradicional, y que además es un cáncer que carcome el sistema de gobierno.

En 2012 el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) realizó la Encuesta Nacional de Valores en Juventud, en donde se estudiaron las creencias y valores de los jóvenes acerca de diversos tópicos, como educación, trabajo, seguridad, medio ambiente, entre otros.

Tabla 2 ¿Qué tanto crees en lo que dice(n)?

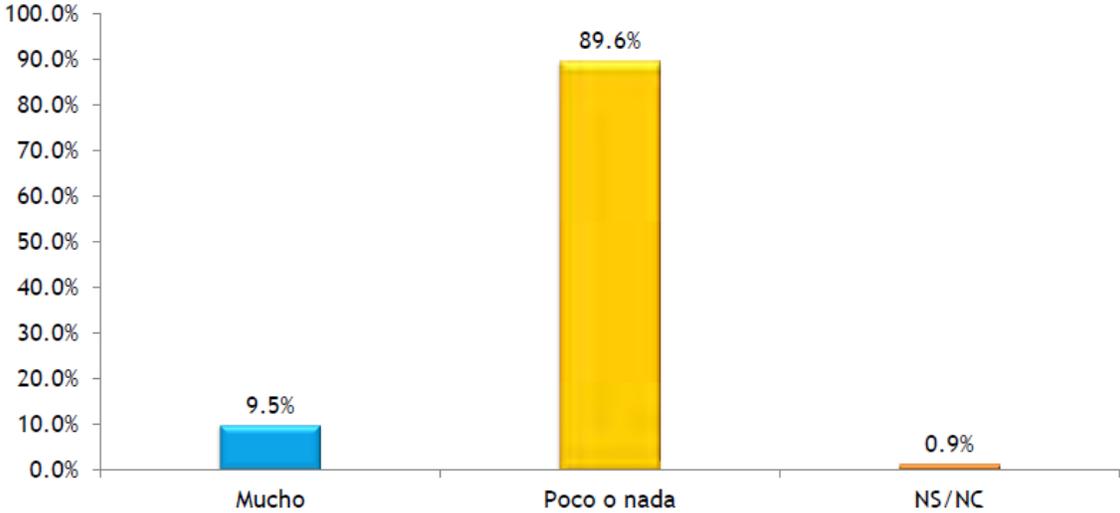


Fuente: IMJUVE-IIJ, (2012; 1)

Para el apartado de participación política, el estudio arrojó resultados en donde los jóvenes muestran un desprecio por la figura de un partido político o por la figura de un funcionario de gobierno además de una apatía por temas de política o de participación política, ya que la realidad expone un estado constante de mal funcionamiento por parte de las instituciones.

En la tabla tres se observa la poca confianza que se tiene hacia los partidos políticos y en este caso hacia los diputados, la pregunta que se formuló en el encuesta fue pensando en una escala del 0 al 10 como en la escuela; donde 0 es que no crees en nada de lo que te dicen y 10 cuando crees completamente en lo que te dicen. ¿Qué tanto crees en lo que dice(n)? del apartado Visión del país y Sociedad.

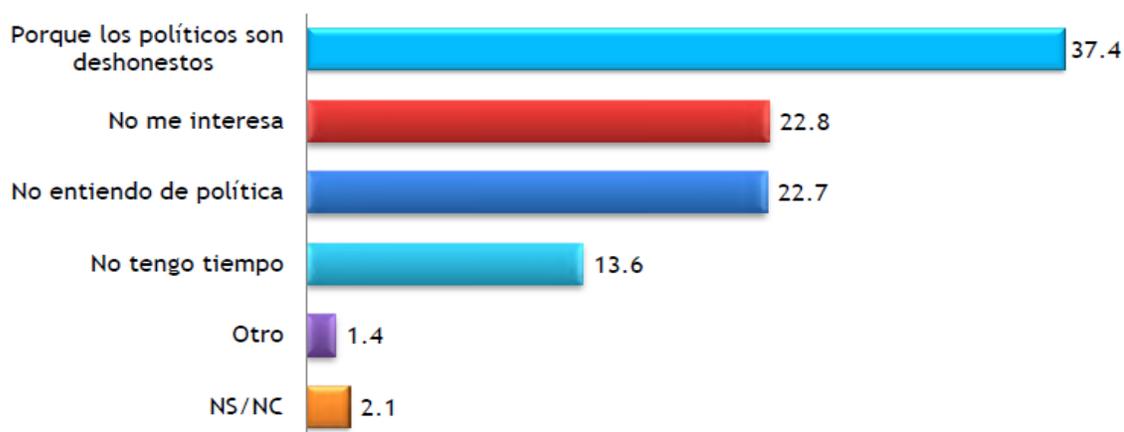
Gráfica 5. Interés de los jóvenes Mexicanos por la política



Fuente: IMJUVE-IJ, (2012)

En la gráfica cinco se muestra que los jóvenes mexicanos, en general, mencionan estar “poco” o “nada” (89.6%) interesados en la política

Gráfica 6. ¿Por qué te interesas poco o nada en la política?



Fuente: IMJUVE-IIJ, (2012)

En la gráfica seis se observa la mayor desconfianza hacia los políticos, este resultado fue de la pregunta ¿.Por qué te interesas poco o nada en la política? se hace referencia a un sistema político que se percibe integrado de políticos deshonestos (37.4%), en segundo lugar, la indiferencia (22.8%) y en tercer lugar se encuentra la percepción de una falta de comprensión de los temas políticos lo cual deriva en el aislamiento o evasión del tema (22.7%) (IMJUVE, 2012).

Estos datos del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) arrojan claramente una apatía hacia la política tradicional y la total desconfianza hacia los partidos políticos y sus actores políticos, se podría pensar incluso que los jóvenes quedan fuera de toda participación política, que no tienen nada que decir y nada que hacer en tópicos de esta índole, siendo solamente observadores de su entorno y del momento en el que viven.

Si bien los estudios de la Encuesta Nacional de Juventud expusieron la apatía de los jóvenes hacia la política, se tendría que analizar, qué es lo que se entiende por política o por participación política, o bien qué es lo que ellos entienden por política.

Tradicionalmente el voto, es el medio de participación política más claro que existe, dejando de lado otro tipo de acciones de participación, que sólo tienen que

ver con los comicios electorales que suceden cada periodo de tiempo determinado, la nueva participación tienen que ver con conjuntos de acciones proactivas que satisfacen las necesidades de las generaciones actuales (*Millenials y generación z*) que están acostumbrados a moverse a un ritmo más acelerado.

Entonces no se podría traducir el estudio en una aseveración generalizada de que los jóvenes son apáticos totalmente de la política; si son desconfiados de los actores políticos y del sistema de partidos que los ha defraudado de eso no queda la menor duda, pero más allá de ser indiferentes hacia la política en sí son apáticos del modelo de política tradicional el cual no llena sus expectativas o bien no llama su atención.

No se puede hacer de lado también que dentro de estos segmentos existen minorías, que son totalmente pasivas y que no alzan de ninguna manera la voz, si no que encuentran en el individualismo la zona de confort para dejar que pasen todos los acontecimientos de los cuales sólo son observadores, otro caso sería el de segmentos de jóvenes que por influencia de su entorno social o familiar son sumamente conservadores e institucionalistas.

Pero dentro de estos grupos existen los jóvenes proactivos que buscan las soluciones por caminos alternativos, no en la política tradicional de representación sino en la necesidad de cambio, la necesidad de apropiación, de buscar nuevas fórmulas, la actuación y la participación directa, hacerse escuchar y exponer distintas opiniones, estos son uno de los principales objetos de estudio en ésta investigación

La preocupación por el colectivo, por el medio ambiente, por el rescate de espacios públicos, por la inseguridad, por el desempleo, las minorías significativas de jóvenes que ponen atención a estos tópicos y que tratan de participar ya sea apoyando movimientos sociales desde plataformas virtuales, hasta la indignación y quejas en internet.

3.1.3 Los memes y el Hashtag como vehículo de participación

Estos grupos de jóvenes que son usuarios de internet, generan además de todas sus opiniones acerca de tópicos políticos y sociales, un lenguaje escrito y gráfico para referirse a las situaciones que viven o para hacer un análisis del entorno o de los acontecimientos del día a día, una serie de códigos de los cuales son intérpretes, reinventan y combinan.

Los “memes” de la red que muchas de las veces están plagados con mensajes de crítica a las figuras de la política nacional e internacional, son un medio popular que es remarcable como una de las herramientas de la difusión del análisis y crítica de la sociedad y el entorno que hacen los nativos digitales, o los híbridos digitales.

Las denuncias de abusos de poder, la crítica hacia la elite política mexicana, se han representado a través de los años en varias fórmulas de difusión gráfica para la mayoría de las personas. Un ejemplo está en los clásicos cartones del periódico que tuvieron sus inicios en el México independiente éstos continuaron con la sátira al Porfiriato, las caricaturas del caudillismo y la revolución mexicana, pasando después por todos los sexenios priistas.

Hoy en día, la expresión de los artistas que eran analistas de la sociedad y que a través de su arte cuestionaban el régimen político y los problemas sociales sigue vigente, se siguen sacando tirajes de revistas y periódicos con este tipo de representaciones de la sociedad, críticas y denuncias sociales con un toque de humor; en internet, estos cartones de los medios impresos se convierten en imágenes digitales, con mensajes y críticas hacia los abusos de poder, situaciones de humor que hacen análisis de la sociedad mexicana y de conflictos sociales.

El análisis del meme de internet es de importancia ya que es la proyección de un tipo de lenguaje nativo de los medios digitales adoptado por las generaciones jóvenes que ven la sátira y la burla de la autoridad y las situaciones como un escaparate a las presiones de la vida cotidiana, pero que además es adoptado

como un conjunto de simbolismos que cierto grupo de personas que tiene interés afín o que conocen los símbolos entienden su significado y pueden interpretarlo.

Se reproducen y se difunden de tal manera que ya no sólo es exclusivo de los jóvenes sino que la sociedad en general empieza a hacer uso de los memes como válvula de escape para la crítica de los problemas que los aquejan, ahora estos siendo el común denominador de la traducción de estos simbolismos gráficos, por simple y vacío que a veces parezca una imagen de alguna figura con algún mensaje de burla o crítica, esto tiene un significado más profundo.

Los memes no sólo son de índole político, estos son muy variados representan la multiculturalidad de las personas y su relación entre ellas en el entorno en el que se encuentran, desde algún meme con un mensaje positivo o que solo trata de sacar una sonrisa en el que lo ve o lo comparte, hasta el meme lleno de sátira social que no todas las personas pueden entender por la carga de simbolismos enfocados en un segmento social en específico.

Son sencillos en su diagramación, a diferencia de los cartones políticos tradicionales, cualquier individuo sin tener estudios de diseño profesionales puede generarlos, y dirigirlos al segmento poblacional que guste, puede partir de lo general a lo particular con su significado.

La teorización del meme es sin embargo algo más extenso que solo una imagen de alguna figura política con un mensaje irónico, los estudios de Dawkins (1976) el cual plasma los primeros planteamientos del campo conceptual conocido memética, dan un panorama más complejo de lo que es en esencia el meme de internet, su origen y su significado.

El autor discute en torno a los mecanismos de transmisión cultural, y llega a la idea de una unidad de sentido, cuya replicación es posible de una forma que podemos decir que es tanto transversal (en distintos grupos dispersos geográficamente, pero con lazos de comunicación entre ellos y ubicados en tiempos más o menos coincidentes), como longitudinal (a lo largo de varias generaciones en el tiempo) (Pérez, Aguilar y Guillermo, 2016; 80)

El mensaje que se difunde a través de estos medios gráficos toman del entorno cultural la substancia de su significado y los receptores de mensaje son intérpretes de estos, el contenido de los memes no se mantiene intacto en el proceso de difusión o vitalización en los medios digitales.

Por el contrario, tanto el contenido como su estructura se ven alterados, dependiendo del fin o del entorno en el que los usuarios se encuentren, los cuales los modifican e impregnan sus propios simbolismos en ellos “Los principales resultados presentados por Knobel y Lankshear (2007) sugieren que la mayor parte de los memes en línea analizados, no son replicados de forma intacta, sino que, en concordancia con lo que hemos ya señalado, pasan por diversos procesos de reinterpretación y modificación”(Pérez, Aguilar y Guillermo, 2016; 85)

Esto quiere decir que el significado del meme o su símbolo cambia a medida que se va difundiendo, la velocidad y el alcance de los medios digitales proyectan una transformación acelerada en los memes, así como los cambios en nuevos símbolos y lenguajes que adoptan los usuarios de internet.

Cuadro 1. Taxonomía del meme

1. Fidelidad
1.1. Replicadores: presentan una reducida variación y una alta fidelidad con respecto al original. Los vínculos compartidos de igual forma en diversos blogs, son un ejemplo de lo observado en este trabajo.
1.2. Metamórficos: son memes con altos índices de mutación y de recombinación, a partir de los procesos de reinterpretación por los que pasan.
2. Longevidad
2.1. Persistentes: aquellos que son replicados durante un tiempo considerable.
2.2. Volátiles: se trata de memes que tienen un corto periodo de propagación.
3. Fecundidad
3.1. Epidémicos: se expanden de manera muy amplia y muy veloz.
3.2. Fecundos: memes con una menor propagación que los epidémicos, presentes de manera más bien marginal, en grupos limitados.
4. Alcance
4.1. Globales: ampliamente dispersos.
4.2. Locales: presentes en un conjunto próximo de nodos

Fuente: Pérez, Aguilar y Guillermo (2014; 87)

En los estudios de estos medios gráficos Da Cunha es un autor que se dio a la tarea de realizar un cuadro explicando la taxonomía del meme en el cuadro de la taxonomía de los memes muestra las cuatro categorías que definen el funcionamiento de un meme dentro del Internet.

En estas encuentra que la duración de un meme en internet así como su alcance se debe a la manera en que este tiene su difusión y su réplica, que tanto abarca un tema global o aun alto número de personas, “dadas las características del medio de propagación, los memes tradicionales toman un tiempo considerablemente mayor en difundirse, comparados con la inmediatez de los presentes en internet, particularmente a partir de las redes sociales” (Pérez, Aguilar y Guillermo, 2016; 87)

Además de los memes en internet, se encuentra otro que se podría llamar vehículo de información, que además ha servido para denominar a una generación dentro del ámbito tecnológico, en la investigación se ha mencionado bastante, el Hashtag es un referente de comunicación digital, de redes sociales y de tendencias, tópicos de importancia que desencadenan la opinión de muchos usuarios primero en Twitter y luego en la mayoría de redes sociales para indexar un tema de interés y que otros usuarios pudieran verlo y difundirlo, Un trabajador de Google de nombre Chris Messina fue el que propuso su utilización para poder vincular temas de interés en vínculos que indexaran la información acerca de ese tema o de cuando era mencionado.

Los hashtag saltaron a la fama sobre todo durante 2011, en la sucesión de protestas ciudadanas que tuvieron lugar en todo el mundo, de #ArabSpring a #OccupyWallStreet, pasando por #SpanishRevolution. Todos estos movimientos surgieron en la red, generaron hashtags muy seguidos y consolidaron el papel movilizador de las redes sociales en general y de Twitter en particular. En 2012, la Sociedad Americana del Dialecto la eligió como la palabra del año por su popularidad en internet. Su presidente, Ben Zimmer, declaró que el hashtag se convirtió en un fenómeno omnipresente en todo el mundo: en Twitter y otras redes sociales, los distintos hashtags han creado

tendencias sociales inmediatas, al ser capaces de expandir mensajes de toda índole (Fernández-Planells, 2012)

El hashtag se ha convertido en un referente importante de la difusión de información en internet, no sólo se usa en Twitter, este también está activo en los algoritmos de Facebook e Instagram; cuando se postea una foto o video en esta plataforma, se ponen hashtags que inmediatamente conectan con otras imágenes o videos que se tratan del mismo tema o que tienen que ver con lo expresado en el medio audiovisual.

Esta herramienta en la escritura de indexación dentro de mensajes se ha convertido en un símbolo que relaciona a los cibernautas de las distintas generaciones, es el ejemplo de una alternativa en la difusión de información, además en la agilización de los procesos de la misma, un código que sirve para mantener una organización dentro de los contenidos de la red.

Este no sólo se limita a que lo que se postea en Internet tenga una correlación temática con otros contenidos, también permite, generar tendencias y posicionamiento para marketing digital, marcas y sujetos tratan de volverse virales a través de hashtags para difundir sus mensajes, ideologías o productos “Podemos decir, pues, que el hashtag prefigura una nueva fase de la sociedad red, caracterizada por el surgimiento de la web social, una de cuyos rasgos centrales es la indexación (clasificación numérica y temática) de los sujetos participantes según afinidades sociales, ideológicas o culturales, así como la multiplicación exponencial de las capacidades de conectividad entre ellos”. (Fernández-Planells, 2012; 42)

3.2 Participación en la Red, Política y Sociedad, caso Kumamoto y Siri Santiago (El Partido de la Red)

Para este apartado se toman ejemplos de México y Argentina principalmente, situaciones en donde el internet jugó un papel importante o crucial en la participación política, en el cambio significativo dentro de la estructura de los partidos políticos y en la manera de hacer política.

México a través de su historia se ha caracterizado por ser un país con rasgos conservadores, su población en su mayoría vivía controlada y desinformada, la desigualdad económica, altos índices de población analfabeta, la relación de la iglesia con el estado y los medios masivos de comunicación que formaban una red de aparato de control para las masas, tenían el camino fácil para poder ejercer un gobierno represor y excluyente, en donde se utilizaba el populismo solo durante temporadas electorales,

Esto afortunadamente ha tenido una transformación significativa de manera positiva, la figura del viejo régimen autoritario está absolutamente desgastada y la credibilidad del gobierno e instituciones públicas es prácticamente nula, los ciudadanos empiezan poco a poco a tratar de encontrar alternativas a los viejos modelos de participación, un ejemplo claro es el auge de las asociaciones civiles que hacen de lado a los partidos políticos en la resolución de conflictos que tienen que ver con su entorno y con su realidad inmediata.

Esta transformación superficial pero significativa, ha dado paso a la integración de nuevos medios de comunicación para poder expresar inquietudes e inconformidades ha supuesto un tipo de participación proactiva en asuntos del colectivo que a su vez tratan de dar respuesta a problemas que aquejan a toda la sociedad en conjunto, la indignación y la desconfianza en instituciones y partidos políticos de representación, son el motor que mueve a estas masas de personas pensantes y críticas de su realidad.

3.2.1 Caso Kumamoto y Siri Santiago

Un caso sobresaliente dentro de estos nuevos modelos de participación alejados de los viejos partidos políticos con sus discursos desgastados, es el de las candidaturas independientes, en el año 2015 un candidato independiente reunió aproximadamente 7,200 firmas de las 5,477 que requería para hacer válida su candidatura (Milenio.com,2015)

Nacido el 26 de enero de 1990 en Guadalajara, México y con formación académica en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) Pedro Kumamoto es el primer candidato independiente en ganar una elección para ocupar un puesto de representación popular en Jalisco, diputado local para el distrito 10 de Zapopan, Jalisco.

El discurso de Kumamoto en varios aspectos fue diferente, dejaba de lado la partidocracia y difundía un mensaje de un gobierno incluyente, canalizaba la indignación y el hartazgo de la sociedad hacia la corrupción, el nepotismo, el influyentísimo y todos los aspectos negativos de los políticos de la vieja escuela, en buscar nuevos caminos para dejar esos actores de lado.

Para entender mejor la campaña de Kumamoto y poder analizar su funcionamiento se contactó a uno de los miembros del denominado equipo de Kuma, a su coordinadora de comunicación política y social Susana Ochoa Chavira, quien fue también pieza clave durante el proceso electoral rumbo a diputación de Pedro Kumamoto, a ella se le realizaron una serie de preguntas para conocer más acerca de la relación del internet y redes sociales con la campaña de candidatura independiente que realizaron en los comicios del 2015.

Entrevista a Susana Ochoa, coordinadora de comunicación política y social del Diputado Pedro Kumamoto

¿Qué redes sociales utiliza?

Twitter, Facebook, WhatsApp e Instagram.

¿Se considera ciberactivista, es decir tiene algún tipo de activismo social o político en internet?

Sí, Todo el trabajo que hacemos dentro de la cuentas de Pedro es hacer política y algunas de esas cosas tienen que ver sobre activismo, ya que son temas de denuncia y posicionar agendas en la opinión pública.

¿Cuál fue el cargo que desempeñó en la campaña del actual Diputado Pedro Kumamoto?

Coordinadora de comunicación política y social

¿Qué impacto tuvo el internet y redes sociales en su campaña?

Me atrevería a decir que fue un 50% de las actividades que realizamos, digamos que fue un 50% el trabajo territorial y un 50% el uso de redes sociales como para potencializar lo que se estaba viviendo en las calles y para abaratar los costos para que la gente nos conociera.

¿Por qué cree que haya funcionado una campaña con ese diseño?

Creo que fueron varios factores, primero que éramos un grupo de jóvenes hablándole en un principio a jóvenes, nuestro distrito tiene una penetración de internet muchísimo más alta en comparación a otros distritos, fuer también los contenidos que se estaban generando, no solo utilizar el internet por utilizarlo sino que también había como muchos trasfondos tanto en mensajes como en narrativas, y fueron mucho los componentes para que pudiera funcionar una campaña con muchas redes sociales

¿Qué papel juega el internet en la actual gestión del Diputado Pedro Kumamoto?

Un papel muy muy relevante, nos permite abaratar los costos de que la gente participe, hacemos muchas gestiones por internet, se contesta cada correo, cada comentario cada mensaje que llega a la fanpage, para hacer pedagogía política, para responder las dudas que tienen las personas, para rendir cuentas de manera constante.

¿Nota una mayor participación social a partir de una campaña desarrollada en internet?

Sí, creo que el internet es el punto de encuentro clave, creo que funciona como nuevas plazas públicas, creo que abarata los costos para que la gente se pueda poner de acuerdo para ocupar espacios en la vida real, es mucho más fácil por ejemplo convocar a una marcha ahorita, a como se hacía antes, que era con semanas de anticipación con panfletos de persona a persona, ahorita creo que es muchísimo más sencillo.

¿Cree que una campaña política por internet sea el nuevo modelo que remplace definitivamente a la manera convencional de hacer campañas?

Yo creo que no, al menos desde Wiki Política creemos que el trabajo territorial es muy necesario, los diálogos tu a tu en espacios públicos, ocupando espacios junto con las personas para discutir digamos la vida en común, creo que es muy necesario, las campañas digitales definitivamente si comienzan la discusión, si incitan a que más personas se involucren

¿Cuál cree que sea el nuevo modelo de política a partir del uso de los medios digitales?

Creo que las y los políticos y los que hacemos política, debemos de entender que los medios digitales si pueden abaratar los costos de participación, permite abaratar la manera en que se hace denuncia, nos permiten generar más diálogos, es como entender que el internet forma una parte muy importante de cómo estamos ejecutando la política, como estamos ejecutando los debates pero sin dejar de lado que hay muchas personas que no tienen acceso a internet, y las personas que lo tienen no lo usan para hacer ciudadanía, entonces tenemos que tener en cuenta a la hora de hacer políticas públicas y a la hora de comunicar.

¿De qué manera cree que la política se ha modificado en los últimos años debido al uso de las redes sociales e internet?

Antes la política era un gobernante hablándole a la ciudadanía sin recibir ningún tipo de digamos feedback, salvo en espacios públicos y eso si había tiempo y actualmente eso ha cambiado totalmente, el internet a empoderado a la ciudadanía de manera impresionante, un ejemplo que me gusta mucho dar es como la opinión pública se está generando desde abajo hacia arriba en lugar de antes que era que la opinión publica la generaban los políticos y los medios de comunicación , ese ejemplo es la alerta de género que se tuvo en Jalisco debido al incremento de la violencia y de feminicidios, y la alerta de genero la declaro el gobierno fue por la presión que ejercieron los grupos feministas desde la marcha del 24 de abril hasta la creación del Hashtag “mi primer acoso” fueron una serie de cosas que vinieron desde la base, desde las organizaciones desde las personas, desde los espacios públicos hacia arriba, y fue un llamado que el gobierno no pudo ignorar, entonces creo que la política se ha democratizado a raíz que tenemos acceso a internet y que más personas se organizan y denuncian a través de él y entonces creo que la política si ha cambiado radicalmente través de los años, no sé en nivel de cifras en participación como andamos, pero desde que la gente puede firmar una iniciativa en change.org o puede denunciar en sus redes, eso para mí es hacer política porque estas llenando tus espacios personales de temas que tienen que ver con la vida en común y eso es exactamente hacer política.

Fuente: Elaboración propia con base en la entrevista realizada a Susana Ochoa (2016)

En esta serie de preguntas Susana Ochoa muestra la conjunción del modelo tradicional y la nueva forma de hacer campañas en un modo funcional donde los niveles de combinación de estos modelos es un 50/50, nos menciona la importancia del Internet y redes sociales pero hace un gran hincapié en los lazos físicos y reales con las personas a las cuales se quiere hacer que llegue el mensaje o la ideología.

Su campaña hizo que las personas que lo apoyaron se sintieran parte del proyecto no sólo como herramientas que son parte de una clásica estructura electoral en épocas de votación; su equipo realizó una recolección de firmas para la solidificación de su candidatura, lo hizo en un plazo de 40 días, recolectando en total 7,200 firmas con un presupuesto mínimo de aproximadamente 7,000 pesos, un fenómeno remarcable en la historia de la política nacional

Se apoyaron de las redes sociales para poder hacer una radiografía de la comunidad en donde quería generar un impacto, el ciberactivismo que realizaron y que realizan con la actual gestión abarató los costos de poder llegar a muchas personas, Susana Ochoa, menciona varias veces la reducción de gastos económicos, repite la palabra “abaratar” esto se debe a que un movimiento como el de ellos requería gastar lo mínimo en la campaña puesto que su presupuesto era mínimo, insignificante para lo que los partidos políticos gastan en una campaña a pequeña o mediana escala.

El principal motor del movimiento político de Kumamoto fue el de la búsqueda de alternativas para llegar al electorado, que emanó no sólo de la figura de un candidato como la figura de un salvador, sino de la idea del colectivo como ocupantes de espacios y agentes politizados para poder generar cambios palpables en las comunidades del distrito local 10 de Zapopan, Jalisco.

La coordinadora de comunicación política y social menciona la brecha digital que existe en la ciudadanía, la desigualdad del país y de las personas que no tienen acceso aun a los medios digitales de comunicación, las cifras y estadísticas acerca del uso del internet en México muestran un crecimiento acelerado en él unos de nuevas tecnologías de la información, pero en un país con tantos contrastes como los de México, no se podría dar una generalización de que todas las personas sean activas en internet, o que absolutamente todas tengan acceso a una computadora.

Susana Ochoa expone la combinación de las formas tradicionales se funcionen con los nuevos modelos para que realmente se pueda lograr un gobierno incluyente y un cambio verdadero en la forma en que se gobierna, cierra la entrevista reflexionando los cambios radicales que ha sufrido la política pero un panorama alentador en donde el empoderamiento de los ciudadanos gracias a internet, puede ser favorables para la sociedad.

Señala formas proactivas de hacer políticas como denunciar en redes sociales, firmar peticiones en plataformas de participación como change.org son maneras reales y diferentes de hacer política, que las peticiones y la presión hacia el gobierno emane del colectivo es un ejemplo del cambio de modelo que se está viviendo.

En una entrevista al sitio de noticias RT Kumamoto opina que desde su perspectiva su país vive “una crisis generalizada del modelo político, por eso resulta necesario construir una verdadera oposición que sin importar quien gane, logre impulsar un proyecto que reivindique la igualdad, el respeto, la libertad y la seguridad, así como también impulsar ideas que hoy no están presentes en la agenda pública como la sustentabilidad” (Kumamoto, 2015)

De México, se toma este caso por su nivel de importancia en cuando a la manera en que se hizo política, la manera en cómo se integró internet para su funcionamiento y para reducir enormemente los costos de campaña son remarcables, el equipo de Kumamoto combina los modelos tradicionales con las nuevas tecnologías digitales creando un modelo funcional, un ejemplo concreto de la integración de lo digital con lo tradicional con un toque de innovación.

Un caso fundamental para poder entender el fenómeno de la transformación en la participación política en México y América Latina, tiene su origen en Buenos Aires Argentina, surgiendo de la necesidad de cambiar el modelo de hacer política y tomando como bases, otros movimientos mundiales, como la primavera árabe o los indignados de España, en donde Internet fungió como pieza clave para el desarrollo, crecimiento y difusión de esos; un artículo de la BBC llamó a éste “un partido político nacido de internet” (Bronstein, 2013)

El Partido de la Red, un proyecto que tiene sus orígenes en el año 2012, en donde la lógica presenta en que un gobierno incluyente puede tener obviamente mejores

resultados, entre más personas participen mejor democracia se puede tener, el concepto de red es de la inteligencia colectiva, pero además la reconfiguración de la democracia, se crea un híbrido entre la democracia directa y la democracia representativa, el apropiamiento de los medios y el impulso de un buen gobierno alejado de las figuras de grandes partidos políticos con candidatos que utilizan discursos desgastados.

El Partido de la Red fue cuestionado puesto que llegó a recibir críticas de ser un partido más con un nombre llamativo, pero lo que realmente hizo diferente a este partido fue el uso de las tecnologías digitales, el partido de la red nace en internet y en las calles, pero cambia la manera de hacer política con el desarrollo de una herramienta esencial de su propuesta.

Siri Santiago es un joven empresario, político y emprendedor, originario de Buenos Aires Argentina, nació en Octubre de 1983; es uno de los actores representativos de este partido en red, explica que la inclusión de la opinión de los simpatizantes del partido en red no sólo acerca escuchar las necesidades de la comunidad sino de desarrollar una plataforma virtual en donde todos puedan participar de manera directa, que los representantes en el legislativo obedezcan siempre a los resultados que arroje el software de participación ciudadana.

Uno de los integrantes del partido en red Gonzalo Arguello lo describe en palabras simples “el Partido de la Red es una nueva capa de participación arriba del sistema actual que se tiene en donde los ciudadanos realmente participan en política cada 2 o 3 años” (Arguello, 2013) la democracia directa en una velocidad que pueda cumplir con las necesidades de la población actual.

Los integrantes del Partido de la Red ven al mismo partido, no como un ente institucionalista clásico, sino como una herramienta más para la participación ciudadana; la creación de su software denominado Democracia OS, es la carta fuerte para poder dar impulso a la verdadera participación, el proyecto impulsa un

sitio web en donde los ciudadanos puedan intervenir en la manera en que se decide en política.

En este sitio se enlistarían todos los proyectos de ley que están siendo tratados en el legislativo, en el cual la ciudadanía podría votar sí, no y abstención además de generar un debate colectivo en donde si no se sabe del tema o el ciudadano no se siente tan capacitado para votar acerca de una iniciativa pública que no comprende poder delegar a alguien que conozca que tenga mayor conocimiento, de esos temas para ejercer su voto.

La propuesta del Partido de la Red es el de la inclusión de los ciudadanos, pero además, el empoderamiento de la personas, la ciudadanización de los individuos que habitan una comunidad quitando las representaciones del partidismo devolver el poder al ciudadano para que puedan ser partícipes del entorno, “no es un partido político con ambición política es un partido con ambición ciudadana” (Santiago, 2013)

Darle voz a la queja aislada y canalizar las desconfianzas institucionales hacia una participación real, llevar las voces del colectivo al congreso y la legislatura y no sólo llevar la voz de una cúpula de poder que crea una brecha entre los ciudadanos y los políticos con sus partidos, que responden no a las necesidades de las personas, sino a las necesidades de sus estructuras de partidistas, a las empresas que están relacionados, a los que los apoyan de manera económica o a la elite de la clase social alta.

En el contexto en que se vive actualmente es de pocos a muchos, grandes mercados de consumidores de ideas, de productos y pocos productores de estas ideas y de estos productos, no por nada el 1% de la población mundial concentra una cantidad de riqueza impresionante a diferencia del otro 99%, el modelo de política estancado es de igual manera de menor a mayor, las decisiones de un

pequeño grupo de personas afectan de una manera real a muchos individuos, es en donde internet cambia definitivamente ese contexto.

La red es el lugar en donde el coste de producción y su difusión son iguales al coste de recibir esa idea, se genera el cambio de paradigma en los medios de producción, en los medios de información en modelos de comportamiento, en los modelos de hacer política; el Partido de la Red es un ejemplo claro de la búsqueda de alternativas, del cambio del discurso tradicional, del empoderamiento de las personas, de la politización y la ciudadanización de los individuos, que no tienen que dedicar su vida a la política para poder tener una voz y un voto real, sino que se apoyan de nuevas herramientas para poder ejercer su acción como entes políticos como miembros de una red, de una comunidad y de un colectivo.

3.2.3 Hacktivismo

Hackear la política, hacker los medios de participación tradicionales, no destruirlos ni excluirlos, el llamado que hace Siri Santiago y el Partido de la Red es de la reconfiguración, de la integración de todos, menciona la palabra Hackear como una herramienta para conocer el funcionamiento de los procesos de un sistema, no en el sentido peyorativo en el que se conoce la actividad de un Hacker.

Entonces dentro del movimiento del Partido de la Red y en la búsqueda de alternativas de participación política, surge un término y una nueva manera de participación que engloba el uso de las tecnologías digitales, y en donde es importante mencionar a Siri Santiago, joven emprendedor argentino, puesto que dedica esfuerzo en el trabajo de investigación de este tema, publica una obra llamada, Hacktivismo, “La red y su alcance para revolucionar el poder”.

El hacker es una persona curiosa por naturaleza que se nutre de examinar toda clase de sistemas y tecnologías. Y para poder comprender cómo funciona un sistema, lo mejor es detectar las diferentes formas en que se puede romper. Vulnerando un sistema se ven sus debilidades, y percibiendo

sus debilidades un hacker puede proponer una superación al sistema. Por lo general, mientras más compleja sea la seguridad de un sistema, más elevado será el ejercicio para que el hacker pueda desarrollar su músculo esencial: la curiosidad. (Santiago, 2015; 67)

Si una persona sabe entonces como funciona un sistema pueden entonces hackearlo buscar alternativas a la manera en tradicional en cómo se hacen las cosas, busca innovación para resultados más concretos, que se adapten a sus necesidades a las de su entorno y a las de su colectivo.

El Hacktivismo es hackear los medios convencionales, encontrar nuevos caminos, en el caso de la política es encontrar alternativas de participación para poder lograr beneficios que favorezcan la situación de vida de las personas, la creación de espacios, y de nuevos medios para lograr esos resultados son muestra de una nueva participación, que tiene como herramientas el Hacktivismo o las nuevas plataformas de participación virtuales.

3.2.3 Plataformas de participación virtual

Así como el desarrollo del software del Partido de la Red crea un algoritmo en donde todos los ciudadanos puedan votar y participar, plataformas digitales como Change.org, o Avast.com, estas funcionan de lo simple a lo complejo, cualquier persona puede registrarse en ellas e iniciar una petición de algún problema o situación que tenga o que se viva en su comunidad o entorno.

El mensaje se redirige a alguna persona o institución en específico con la denuncia y solicitud de cambio, éste se ve presionado por el colectivo, puesto que el sitio recolecta firmas virtuales de las personas que quieren que se genere un cambio real, “El objetivo primario es entablar un diálogo con el destinatario de la petición. Si se logra concretar esa meta (y el denunciado accede la petición), entonces Change.org lo difunde como parte de las victorias de la plataforma –y más importante, se habrá logrado un cambio en el entorno con ayuda de la web” (Flores, 2014)

Las victorias y los adeptos que ha tenido change.org son bastante amplias en México se han obtenido victorias en la recolección de firmas que además tuvieron un impacto real en la sociedad como la Autorización del uso de cannabis medicinal para una pequeña niña que sufría epilepsia y síndrome de Steven Johnson, hasta peticiones como salvar el agua de la comunidad de Ahuisculco, Jalisco.

Aunque las opiniones ante estos sitios aún son contrastante y se toca el tema de activismo de sillón, es decir un activismo superficial y pacífico, revistas y medios especializados como la revista *Wired* reconoce que sitios como Change.org han cambiado la forma en que se ejerce presión social y cómo se atacan cuestiones específicas de diversos problemas.

Lo que representa una nueva vertiente en la participación social, la recolección de firmas se veía limitada por el ámbito geográfico pero ahora rompe las barreras con ayuda de los medios digitales para poder hacer de una petición un interés de ámbito global.

3.3 La transformación de la comunicación y participación en internet: los cambios políticos y culturales que produce en México

México es un país de contrastes, de desigualdad, multicultural y encaminado siempre al objetivo distante del primer mundo, los cambios que ha sufrido desde la década de los noventas hasta el momento que se vive actualmente, están relacionados a la transformación de los medios de comunicación y de participación, la reconfiguración de los sistemas sociales.

Con estas muestras de libertad de expresión y de lo que representan las plataformas digitales para los ciudadanos vinieron muchas respuestas de los Estados y aparatos gubernamentales a nivel mundial; en el caso de España después de todos los fenómenos que tuvieron una influencia y desarrollo directo

en internet como Movimiento 15M, Indignados o #SpanishRevolution del 2011 a 2015, el gobierno implemento la creación y modificación de las leyes.

La Ley Orgánica de seguridad ciudadana también llamada Ley Mordaza entro en vigor definitivamente en España el 1 de julio del 2015, “Juristas, catedráticos, periodistas, políticos, plataformas de ciberactivismo... todos han calificado sin excepción las nuevas normativas como el mayor atentado a la libertad de expresión en España durante los últimos años” (Es.gizmodo.com, 2015)

Esta ley en sus puntos más destacables relacionados a internet eran No se pueden publicar fotos o cualquier otro dato de policías, prohibido consultar contenidos delictivos, se multan organizar protestas por redes sociales, los ataques informáticos pasan a ser tipificados como terrorismo y se sanciona crear páginas con enlaces que redirijan a sitios prohibidos.

El control de las institución de gobierno se hizo evidente, después de lo que internet era capaz en movilización se vieron obligados a poner controles y limitantes para mantener a la ciudadanía a raya, uno de los aspectos más negativos es lo ambiguo de las reformas a las leyes de comunicación.

Para el caso de México se iniciaron reformas a las leyes federales de telecomunicación “Los concesionarios de telecomunicaciones (...) están obligados a proporcionar la locación geográfica en tiempo real de cualquier dispositivo de comunicación que se encuentre relacionado con investigaciones (...) Asimismo, los concesionarios están obligados a proporcionar la locación geográfica de cualquier tipo de dispositivo de comunicación a solicitud de los titulares de las instancias de seguridad (...).”(Presidencia.gob.mx, 2014)

Además de modificaciones a artículos en donde se hablaba de colaboración para el cumplimiento de la justicia, en donde se pedía a los proveedores de servicios de telecomunicaciones e Internet bloquear, inhibir o anular de manera temporal

las señales de telecomunicaciones en eventos o lugares críticos para la seguridad pública o nacional a solicitud de las autoridades competentes, pequeño fragmento de la propuesta a la modificación del artículo 197, párrafo VII.

Con esas muestras claras se fomenta la censura y se copta la libertad de expresión además de limitar el flujo de información y el desarrollo de las plataformas digitales, son vulnerados los datos de millones de usuarios y pierden el anonimato los generadores de contenidos que no están siempre de acuerdo con el gobierno y las instituciones.

Los cambios que producen las nuevas tecnologías en los ámbitos políticos y culturales son muy claros, primero los cambios de discurso de los entes políticos y de gobierno para llamar a la apertura y transparencia y segundo la línea de tiempo que han generado estos cambios.

Desde los sucesos desencadenados en la denominada primera revolución posmoderna encabezada por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, hasta las protestas y movilizaciones por el crimen de estado en la comunidad de Ayotzinapa, Guerrero, siendo este último, el ejemplo directo y sólido de la participación de la ciudadanía en un tema que causaba la indignación de la mayoría de la sociedad nacional e internacional.

El hashtag #Ayotzinapa tuvo un eco enorme en los medios de comunicación masivos nacionales y extranjeros, fue el claro ejemplo por primera vez que la figura del estado totalitario y manipulador se veía superado así mismo por el libre acceso a la información y la difusión de información acelerada, en donde se mostró a un sistema de gobierno deficiente y corrupto.

La desaparición de 43 estudiantes normalistas de Ayotzinapa en septiembre de 2014, en México, generó una movilización masiva digital ante la incapacidad de las autoridades mexicanas por localizarlos. Al repudio nacional se sumaron

países de todo el mundo reproduciendo una misma voz "*Vivos se los llevaron, vivos los queremos*". Ante la tragedia, la barbarie, el cinismo y la falta de justicia la sociedad mexicana ha declarado estar cansada y las redes sociales han sido fundamentales para dar rostro y narrar la historia de cada uno de los desaparecidos. Con mensajes etiquetados con *#Ayotzinapa*, *#TodosSomosAyotzinapa*, *#yamecansé* o *#justiciaglobalporAyotzinapa* se muestra la tragedia narrada por la sociedad.

(Abascal-Mena, 2015; 7)

Ayotzinapa, no fue un hecho aislado gracias al poder de difusión del internet, este pequeño poblado localizado al sur de México, pudo llegar a los noticieros de todo el mundo gracias al poco control sobre la información que fluye en la red, así como los rebeldes Zapatistas salieron a luz dos décadas antes, los normalistas de la escuela rural de Ayotzinapa mordieron la conciencia de la ciudadanía mexicana y expusieron una vez más la mano dura del dictador.

Pero Ayotzinapa no es una lucha actual ni solo una acontecimiento trágico sobre la vida de 43 jóvenes que creían en un cambio social, en un movimiento que podría generar un cambio, esta escuela rural ha estado en pie de lucha desde el siglo pasado, la escuela normal Raúl Isidro Burgos, se respira el aire de revolución desde la década de los 60's, Lucio Cabañas, Othon Salazar y Genaro Vásquez son nombres emblemáticos de la escuela rural, inspirados en el Che, en Zapata y en Marx fueron personajes que persiguieron la causa de los indígenas, de la lucha para defender a los pobres y a los oprimidos.

Y la guerrilla fue la respuesta durante los 60's en un panorama internacional contrastante y lleno de cambios, el gobierno se encargó en aquel momento de hacer lucir a los combatientes revolucionarios como Lucio cabañas como vulgares ladrones, terroristas y criminales, los medios controlados de la época, distorsionaban la información para que la población Mexicana no se enterara de la revolución que se estaba cocinando al sur del país.

El error del régimen actual fue creer que otro crimen de estado estaría asilado como lo habían aislado durante los 60's o que podrían controlarlo con ayuda de los medios de comunicación tradicionales, pero la democratización que representan los nuevos medios de comunicación, los foros masivos de denuncias como lo son las redes sociales, rompieron ese modelo de control informático para encubrir injusticias y una vez más el mundo volteo su mirada a México, un país contrastante, lleno de injusticias y de acontecimientos atroces lejos de lo que se busca dentro de una sociedad avanzada.

El fenómeno de #Ayotzinapa despertó la conciencia de muchas personas que desconocían las injusticias que día a día se cometen en el país, personas que ya había mostrado su interés por movimientos como el #YoSoy132, el grupo de jóvenes universitarios que cuestionaron al entonces candidato Enrique Peña Nieto, rechazando sus propuestas y su ideología, consolidaron su nueva manera de ver y conceptualizar la participación ciudadana y política.

La destitución de altos funcionarios por denuncias que surgen en internet también es el claro ejemplo de las transformaciones que sufre México en cuanto a su participación en este caso no se está hablando de una participación directa pero si de cambio de pensamiento y el hecho de mostrar abusos o actos de corrupción por parte de la elite política o empresarial crean un descontento y una indignación generalizada que ejercer presión en los aparatos gubernamentales e institucionales.

Las últimas dos décadas en nuestro país han estado plagadas por esos sucesos, del 2010 a la fecha la multiplicidad de estas denuncias ciudadanas, de iniciativas en plataformas virtuales, el generar contenidos y exponer fallas en el sistema han supuesto un cambio real en la participación política y social en México, utilizando en gran medida el poder que proyectan los medios digitales, como webs, blogs y redes sociales.

En suma, la investigación presenta casos y ejemplos claros de una nueva participación política y social a raíz de los nuevos medios de comunicación digitales que ha vivido México en los últimos quince años de siglo XXI, en este parte se cumple el primer punto de la Hipótesis, teniendo ejemplos claros como los que se mencionan en el apartado dos.

El ciberactivismo y el generar contenidos de índole social en internet en una manera por la cual se puede influir en los fenómenos sociales y políticos en México, como ejemplos claros parte del apartado dos con los movimientos #YoSoy132 y en el apartado 3 con los fenómenos de denuncia ciudadana y más importante aún el hashtag #Ayotzinapa.

No generalizando que todas las personas sean partícipes directos o que se sientan realmente atraídos la cambio pero si en el sentido que estas nuevas plataformas convierten a cualquier persona que tenga acceso a ellas en agentes de cambio, esto da respuesta positiva la hipótesis planteada para esta investigación teniendo.

Conclusiones

Las nuevas generación de niños y jóvenes nativos digitales representan los usuarios activos de una sociedad contrastante y digitalizada, claro no en su totalidad, pero si en su mayoría dependiendo del lugar geográfico en donde se encuentren y de su cosmovisión de la realidad palpable que se vive, el boom tecnológico predispone de esta manera el crecimiento exponencial de la información, del acceso a ésta y de la democratización de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación masivos tradicionales cuyos costos de operación son muy elevados, representaban la parte esencial de una elite que se encargaba de

influenciar y controlar a las masas en cuanto a que ver, qué consumir y qué pensar; estos medios además están enfocados en los aparatos de consumo y en las grandes industrias, vender productos, vender pensamientos, obedeciendo a los aparatos gubernamentales.

El gobierno ha utilizado estos medios para poder difundir sus ideas, utilizándolos como una herramienta clave para el control de la sociedad, muchas veces estos medios rebasando al propio gobierno con sus estrategias propagandistas, la elite económica y política de una nación tiene como pilares a los medios de comunicación masivos tradicionales, a los grandes corporativos y empresas y al aparato político y de gobierno, lo preocupante de la situación en torno a este orden de poderes es su relación tan estrecha.

La televisión tradicionalmente convierte a cualquier personaje desconocido en una figura con fama e influencia dentro de la sociedad, si la radio y la televisión criticaban a algún candidato o partido político estas opiniones tenían total validez para la sociedad y tenían casi un cien por ciento de credibilidad, el aparato televisivo tuvo un poco igual o más poder que el mismo gobierno en su época dorada, legitimaba actores políticos y gobiernos, influenciaba a la sociedad con personajes populares y con figuras religiosas.

Los medios como los periódicos la radio y la televisión se vieron inmersos en monopolios de empresas que estaban ligadas al gobierno, construyendo un aparato de control masivo y totalmente sólido, que podía influenciar y controlar a la mayoría de la sociedad de una manera muy fácil y rápida, se menciona que pertenece obviamente a una elite económica ya que los costos de operación de estos medios es muy elevado y cuesta mucho trabajo acceder a ellos.

El cambio de los medios digitales no solo está en la manera de comunicarnos y de interactuar, para las grandes empresas que controlaban los medios masivos tradicionales, esto supuso una fractura en sus modelos de control y de divulgación de la información, el internet empoderó a la sociedad en su totalidad, pues el costo del mensaje y la utilización del medio son totalmente equiparables.

Los medios tradiciones funcionaban además en una forma de escalas de alcance, estos podrían ser nacionales, locales e internacionales, dependiendo lo grande de su estructura y la importancia que tuvieran, esto también fue rebasado con los medios digitales, el individuo que vierte su opinión o pensamiento en internet no solo se queda en un área local o nacional, su mensaje llega a un nivel global.

Lo anterior representa una de las más grandes ventajas de los nuevos medios de comunicación, la comunicación global plasma el cambio de todos los modelos, el rol de las personas como posibles agentes de cambio y además como generadores de todo tipo de contenido, el poder expresarle al mundo lo que se siente y lo que se piensa pone en el mapa al individuo y lo saca del anonimato de las estadísticas que solo lo representan con un numero dentro de los índices de un país o de una tabla de crecimiento demográfico.

No solo se socializa la información si también se socializa el conocimiento, el saber, el nuevo modelo de comunicación representa también el acceso total a la información, éste genera un nuevo modelo educacional, una corriente alternativa a las academias, universidades y escuelas de sistemas presenciales y escolarizados; el cambio de paradigma educacional que se plasma en lo autodidacta la educación a distancia, el acceso a la información si restricciones monetarias.

Una persona carente de recursos económicos que no podría pagar un curso de idiomas o un curso de cocina o de carpintería encuentra en plataformas como YouTube alternativas para una educación autodidacta y con contenidos completos acerca de los temas y actividades que le interesan con fundamentos prácticos y teóricos además con vertientes de opinión que refutan teorías y pensamientos y que proponen nuevos en todo momento, el colectivo se encarga de crear plataformas para poder enseñar y aprender.

Una sociedad mayormente educada y pensante representa un sistema funcional, el pueblo educado es un pueblo libre y de esta aseveración se liga a todo el

cambio de modelo de aprendizaje con influencia en el cambio en modelo económico tradicional.

Los individuos con conocimiento cambian su panorama y perspectiva del mundo y de su realidad, esto también se traduce en un cambio en sus hábitos, la sociedad que está controlada por los aparatos gubernamentales que dictan su pensamiento son utilizados por las grandes corporaciones como objetos de consumo, crean necesidades para que los individuos tengan un consumo de productos desmedido, que generen ganancias a toda costa y que solo se preocupen por consumir.

Y no se está diciendo que en internet y en los nuevos medios digitales las corporaciones no tengan influencia para que las personas sigan consumiendo de manera desmedida, los mismas nuevas tecnologías también han ayudado a poder construir y desarrollar softwares para que los consumidores sean clasificados y catalogados mediante sus gustos, comportamiento y las búsquedas que realizan en internet, programas siempre están observando y monitoreando el comportamiento de los usuarios.

El que las empresas y corporaciones quieran generar consumo eso es algo obvio y es una constante en la economía global; pero lo importante y clave del cambio de paradigma es que se da una alternativa a los individuos que tienen acceso a estas tecnologías, algo palpable es lo que sucede con todo el movimiento de “hágalo usted mismo” y los proyectos de auto sustentabilidad que responden a una sociedad que ha sido fuertemente golpeada por las crisis económicas que vienen desde el siglo pasado.

Y que están resentidas con los modelos económicos mundiales, con las grandes empresas que generan interés en todo lo que venden; creando generaciones de deudores que gastan toda su vida para generar dinero para poder cubrir esas deudas, el libre mercado en internet y la creación de una moneda virtual dan alternativa y respuesta a toda esta crisis económica que se vive.

Los individuos que estén informados que puedan leer este nuevo código son los que más van a prosperar en el futuro, ahora no hay tantos límites como los viejos

medios de comunicación, la información para poder entender internet y sus alcances y límites se encuentra en el mismo internet.

Esta es la democratización de los medios de comunicación y la democratización de la educación y de la economía, el libre acceso a la información representa un cambio en la sociedad, en cómo se expresan y en cómo piensan, en como vierten sus opiniones y en como participan creando una inteligencia colectiva.

En México el uso de internet va al alza teniendo un crecimiento exponencial acelerado en la última década, los usuarios crecen y los lugares en donde se puede tener acceso también va en aumento, después de la década de los noventa el número de internautas mexicanos tuvo un crecimiento importante, el crecimiento de las telecomunicaciones durante la década de los noventa tuvo una relación con los cambios globales.

Este crecimiento después de la década de los noventa transforma la sociedad mexicana en varios aspectos comunicaciones y conductuales, la influencia de las nuevos medios digitales y de comunicación crean redes de interacción en donde se vierten ideas, pensamientos y opiniones; se genera un cambio cultural, una transformación en la cosmovisión de la sociedad mexicana, con un proceso de desarrollo y crecimiento.

Conforme estas nuevas tecnologías se han ido expandiendo y las personas van adoptándolos y comprendiendo su funcionamiento y su importancia, cabe mencionar la brecha generacional puesto que en México los usuarios de internet y redes sociales en su mayoría son jóvenes.

Estos medios de comunicación son adoptados por estos sectores sociales que hacen completo uso de ellas, tal vez no sacando todo el provecho o manipulándolas a la perfección pero haciéndolos parte de su día a día y de su identidad cultural, como herramientas de comunicación y herramientas de convivencia, de interacción y de participación.

La nueva participación política en México, tiene un preámbulo de arranque desde el punto de vista de esta investigación en la década de los noventa con el Movimiento Zapatista de Liberación Nacional, pasando un proceso de desarrollo a principio del nuevo milenio, con los dos sexenios panistas y conforme fue avanzando la tecnología y el desarrollo de las telecomunicación así como el de los dispositivos para poder comunicarse.

Su punto de auge y expansión en México fue con las elecciones del 2012 y el movimiento #YoSoy132, este último teniendo como principales actores a jóvenes estudiantes universitarios; durante los proceso de campañas electorales, las redes sociales tuvieron un papel importante que no había tenido antes en ningún otro proceso electoral, la crítica a los candidatos de todos los partidos, la crítica al gobierno y a las instituciones quedaban plasmadas en bits y el megas de información con libre circulación.

Desde la publicación de un meme burlándose del error de Enrique Peña Nieto en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en el año 2011, siendo este acontecimiento uno de los primeros detonantes de una ola de críticas, sátiras y burlas a un candidato presidencial y figura política que no se había visto antes, hasta la publicación de videos en contra del regreso del viejo régimen a YouTube durante 2012 en donde participaban artistas y personajes influyentes de la sociedad mexicana.

En todos se apreciaba el movimiento de los usuarios, las vertientes contrastantes de opinión sobre la política y la situación del país aunque no todos los usuarios fueran especialistas o supieran realmente del tema opinaban entorno a la situación que vivían y la visión de la realidad.

Y de las opiniones, ideas y pensamientos vertidos en internet surge movimiento, desde las críticas a las figuras políticas, candidatos o funcionarios públicos, Likes a páginas de asociaciones civiles de organizaciones sin fines de lucro o con fines políticos en Facebook, re tuiteando de protesta, de crítica o de convocatoria que tienen que ver con movimientos de índole políticos, escribir en algún blog sobre

asuntos de interés general, firmar peticiones en plataformas como change.org, todo refleja la búsqueda de nuevas formas de hacer política.

La política es movimiento y la nueva participación política se basa en formas más proactivas que tienen su espacio de acción en internet, como las convocatorias a manifestaciones, la organización de la sociedad para atender algún asunto que aqueja a cierto sector, o para denunciar algún hecho que tiene que ver con injusticia o abuso de poder, todas estas acciones que los usuarios entienden como nuevas fórmulas para poder entender problemas que los afectan como sociedad y que son aceptadas como acciones democráticas y políticas de participación representan, esta nueva fórmula de participar en la política.

La desconfianza de en las instituciones y en las figuras de la política nacional ha empujado no solo a los jóvenes si no a la población en general a buscar nuevas formas proactivas de poder generar un cambio en la situación nacional del país, teniendo internet como la principal herramienta para lograrlo, el cambio no se genera en su totalidad en este espacio virtual, pero si es un vehículo de acción y en donde se inician movimientos que luego son palpables en el plano real para dar generar un cambio.

Redes sociales y el internet es progresivamente un espacio que cada vez tiene más importancia, porque es en donde los usuarios generan política y participación política para poder transformar su realidad nacional e internacional, quien no está conectado se encuentra de manera aislado del mundo y sus problemáticas.

Referencias Bibliográficas.

ADLER HELLMAN, J. (2000). *Real and Virtual Chiapas: magic realism and the left*. [En línea] *Socialist Register*, 36: 161-185. Disponible en: <http://socialistregister.com/index.php/srv/article/download/5740/2635> [Fecha de consulta: 4 de enero de 2016]

AGUILAR EDWARDS, ANDREA; PÉREZ SALAZAR, GABRIEL; GUILLERMO ARCHILLA, MARÍA ERNESTINA; (2014). *El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake*. Argumentos, núm. Mayo-Agosto.

AMIPICI, (2012). Supera la cifra de los 40 millones de usuarios internet en México. [En línea] Amipici.org Disponible en: <http://www.amipici.org.mx/P=articulo&Article=71> [Fecha de consulta: 17 de Diciembre de 2015]

ARANDA, D.; J. SÁNCHEZ-NAVARRO Y C. TABERNERO (2009) Jóvenes y ocio digital. Informe del uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España. UOC. Madrid, España.

BAUMAN, Z. (2003) *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, Madrid, España.

BAUMAN, Z. (2007). *Between Us, the Generations*. In J. Larrosa (Ed.). *On Generations. On coexistence between generations*. , Fundació Viure i Conviure Barcelona

BALTAZAR, S. (2011). *Microtargeting político en México: Un reto impostergable* - Blog. [En línea] Razonypalabra.org.mx. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/columna_invitada/microtargeting.html [Fecha de consulta: 17 de diciembre de 2015]

BIOGRAFIASYVIDAS.COM, (2016). Johannes Gutenberg. La imprenta. [En línea] disponible en: <http://www.biografiasyvidas.com/monografia/gutenberg/imprenta.htm> [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2015].

BRIONES, RODRIGO (2016). "Twittstar" entrevista realizada por Ruiz Cervantes Ulises Yaocuahutli, vía telefónica el día 27 de junio, Amecameca, Estado de México.

BRONSTEIN, J. (2016). *América Latina ya tiene su propio "Partido de la Red"* - BBC Mundo. [En línea] BBC Mundo. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/10/131025_argentina_partido_red_jrg [Fecha de consulta: 17 Jun. 2016].

CASTELLS, M. (1996) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1, Madrid, España

CASTELLS, M (1996) *La Sociedad Red: una visión global*. Alianza Editores, Madrid, España

CASTELLS, M. (2001) *La galaxia Internet*. Plaza & Janés, Barcelona, España.

CONACULTA.GOB.MX, (2016). Los mexicanos leen 5.3 libros al año. [En línea] Disponible en : <http://www.conaculta.gob.mx/noticias/libros-revistas-y-literatura/43173-los-mexicanos-leen-53-libros-al-ano.html> [Fecha de consulta: 2 de enero de 2015]

CLARIN.COM, (2016). Las 10 cartas más sorprendentes de la historia. [En línea] Disponible en : http://www.clarin.com/sociedad/Cartas-pasado-museo_0_1259874066.html [Fecha de consulta: 17 de diciembre de 2015].

ENLACEZAPATISTA.EZLN.ORG.MX, (2016). *Luis Villoro Toranzo, el zapatista (palabras del SupGaleano en el Homenaje a los compañeros Luis Villoro Toranzo y Maestro Zapatista Galeano. 2 de mayo del 2015)* Enlace Zapatista. [En línea] Disponible en: <http://enlacezapatista.ezln.org.mx/2015/05/02/luis-el-zapatista/> [Fecha de consulta: 4 de enero de 2016]

EMARKETER.COM, (2013). *Majority of Latin America finally becomes Web-Enabled;* [En línea] eMarketer. Disponible en: <http://www.emarketer.com/Article/Majority-of-Latin-America-Finally-Becomes-Web-Enabled/1010246> [Fecha de consulta: 4 de enero de 2016]

ESTEINOU, J. (2016). *El nuevo marco histórico para el análisis de los medios electrónicos.* [En línea] Razonypalabra.org.mx. Disponible en : <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/esteinou.htm> [Fecha de consulta: 4 de enero de 2016]

ES.GIZMODO.COM. (2015). [En Línea] Disponible en: <https://es.gizmodo.com/ley-mordaza-y-codigo-penal-todo-lo-que-ya-no-puedes-ha-1694965827> [Fecha de consulta: 5 Oct. 2015].

ESPINO-SANCHEZ (2014) La política en internet: ¿De la mediatización a la convergencia digital? Universidad Autónoma de Querétaro. México.

FAINHOLC, BEATRIZ, (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. RED. Revista de Educación a Distancia [En línea] Disponible en:<<http://redalyc.org/articulo.oa?id=54718738003>> ISSN [Fecha de consulta: 27 de diciembre de 2015]

FAD, (2016). *Política e Internet*. [video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=P-jQGOOrKuHE> [Fecha de consulta: 14 Marzo de 2016].

FERRÉ P. C. (2014) El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España

FRESNO GARCÍA, MIGUEL DEL; DALY, ALAN J. Y SEGADO SÁNCHEZ-CABEZUDO, SAGRARIO (2016). Identificando a los nuevos influyentes en tiempos de Internet: medios sociales y análisis de redes sociales. Revista Española de Investigaciones Sociológicas.

FEIXA, C. AND FERNÁNDEZ-PLANELLAS, A. (2012). *Generación @ versus Generación #. La juventud en la era hiperdigital. La Generación Indignada. Espacio, poder y cultura en los movimientos juveniles de 2011: una perspectiva transnacional*, Madrid, España.

FEIXA, C. (2008). *La generación digital. Videojuegos y aprendizaje*, Graó.. Barcelona.

FERNÁNDEZ-PLANELLAS, A., & FIGUERAS-MAZ, M. (2012). *La televisión e Internet hoy: diferentes roles. Usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima*. Icono, Barcelona, España.

FLORES, P. (2016). *Una mirada de cerca a Change.org*. [En Línea] Fayerwayer. Disponible en: <https://www.fayerwayer.com/2014/04/una-mirada-de-cerca-a-change-org/> [Fecha de consulta: 10 Jun. 2016].

GONZALEZ-PEREZ, MARIA ALEJANDRA; MERCADO PERCIA, HEINER; 2014. *Gerenciando la Generación Y o el reto Millenials*. AD-minister, num. Enero-Junio,

HARMON, A. (2016). *Hactivists' of All Persuasions Take Their Struggle to the Web*. [En línea] Nytimes.com. Disponible en: <http://www.nytimes.com/1998/10/31/world/hactivists-of-all-persuasions-take-their-struggle-to-the-web.html?pagewanted=all&src=pm> [Fecha de consulta: 19 de diciembre de 2015]

HARVEY, D. & EGUÍA, M. (1998). *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

IMJUVE-IIJ, UNAM, (2012). *Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012*, Área de Investigación Aplicada y Opinión. Encuesta nacional en vivienda de 5000 casos, México

INFO.SECURITYINABOX.ORG, (2016). Comprender la censura en Internet Security In A Box. [En línea] Disponible en: https://info.securityinabox.org/es/chapter_8_1 [Fecha de consulta: 20 de diciembre de 2015].

INNERARITY, D. (2011): El diálogo entre saber y poder. Paidós, Barcelona, España.

INTERNET WORLD STATS.COM (2013). *Internet users in the Americas*; [En línea] Internet World Stats. Disponible en: <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm#americas> [Fecha de consulta: 19 de diciembre de 2015]

KARAKAYA, R. (2005) The Internet and Political Participation. Exploring the Explanatory Links. *European Journal of Communication*

KAID, L., (2003) *Effects of political information in the 2000 presidential campaign: comparing traditional television and Internet exposure*, *The American Behavioral Scientist*; Jan 2003; 46, 5.

LOTKOVA, I. (2001). *La Cyber-guerrilla Zapatista, Análisis del uso de la Internet para la difusión del movimiento zapatista* (Maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey.

MARTINEZ, A. (2016). El problema de acumular conocimiento y no practicarlo. [En línea] Pijamasurf – Noticias e Información alternativa. Disponible en:

<http://pijamasurf.com/2016/01/el-problema-de-acumular-conocimiento-y-no-practicarlo/> ISSN [Fecha de consulta: 27 de diciembre de 2015]

OCHOA, SUSANA (2016). "Coordinadora de Comunicación Social del Diputado Pedro Kumamoto" entrevista realizada por Ruiz Cervantes Ulises Yaocuahutli, el día XX de mayo, Amecameca, Estado de México.

Presidencia.gob.mx. (2014). POLÍTICA DEL GOBIERNO FEDERAL EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN. [En Línea] Disponible en: <http://www.presidencia.gob.mx/wp-content/uploads/2014/03/INICIATIVA-LEY-CONVERGENTE.pdf> [Fecha de consulta: 5 Octubre de 2015].

PISCITELLI, ALEJANDRO GUSTAVO,(2009). Facebook. Esa reiterada tensión entre la sobre promesa y la invención de nuevos mundos. *Universities and Knowledge Society Journal* [En línea] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78011179012>> ISSN [Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2015]

SUAREZ, BERNARDO,(2014). ¿Qué estás pensando? El dispositivo de enunciación en la red social Facebook,La Trama de la Comunicación [En línea] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323930547005>> ISSN 1668-5628 [Fecha de consulta: 13 de enero de 2016]

SUAREZ, BERNARDO,(2014). *¿Qué estás pensando? El dispositivo de enunciación en la red social FacebookLa Trama de la Comunicación* [en línea] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323930547005>> ISSN 1668-5628 [Fecha de consulta: 13 de enero de 2016]

TEDx, (2012). *Hackear la política: Santiago Siri at TEDxCordoba*. [video]
Disponibile en: <https://www.youtube.com/watch?v=YBR84aZTPTU> [Fecha de Consulta: 7 de Mayo 2016].

Anexos



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Proyecto de Tesis para obtener La licenciatura de Ciencias Políticas y Administración Pública.

“El poder de las redes sociales y webs en la nueva participación política en México, del año 2000 al 2015”

Alumno: Ruiz Cervantes Ulises Yaocuahutli.

Entrevista a Susana Ochoa Chavira.

¿Qué papel desempeña actualmente en equipo de Kumamoto?

¿Qué redes sociales utiliza?

¿Se considera ciberactivista, es decir tiene algún tipo de activismo social o político en internet?

¿Ha usado alguna plataforma virtual como change.org para participar en alguna causa social o política?

¿Cuál fue el cargo que desempeñó en la campaña del actual Diputado Pedro Kumamoto?

¿Qué impacto tuvo el internet y redes sociales en su campaña?

¿Por qué cree que haya funcionado una campaña con ese diseño?

¿Qué papel juega el internet en la actual gestión del Diputado Pedro Kumamoto?

¿Nota una mayor participación social a partir de una campaña desarrollada en internet?

¿Qué piensa de la participación de las nuevas generaciones en la política nacional, a partir del uso de internet y redes sociales?

¿Cree que los memes de internet que hacen sátira al régimen político, realmente generan un cambio en el pensamiento de la sociedad?

¿Cree que los casos de los #Lords y #Ladies sean realmente vehículo para la denuncia ciudadana y la democratización de los medios?

¿Cree que una campaña política por internet sea el nuevo modelo que remplace definitivamente a la manera convencional de hacer campañas?

¿Qué opina de impulsar un gobierno incluyente cuya principal plataforma de difusión sea internet?

¿Cuál cree que sea el nuevo modelo de política a partir del uso de los medios digitales?

¿De qué manera cree que la política se ha modificado en los últimos años debido al uso de las redes sociales e internet?



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Proyecto de Tesis para obtener La licenciatura de Ciencias Políticas y Administración Pública.

“El poder de las redes sociales y webs en la nueva participación política en México, del año 2000 al 2015”

Alumno: Ruiz Cervantes Ulises Yaocuahutli.

Entrevista a Rodrigo Briones (@Loligo).

¿Qué tipos de empresas le contactan para que haga publicidad sobre ellos?

¿Qué partido político o candidato se acercó a usted para que realizara marketing digital sobre ellos?

¿Qué impacto tuvo el internet y redes sociales en la campaña del partido político del cual hiciste difusión?

¿Por qué cree que haya funcionado una campaña con ese diseño?

¿Qué piensa de la participación de las nuevas generaciones en la política nacional, a partir del uso de internet y redes sociales?