

O R T E

O P E R

C

E

S

O

P

REDES SOCIALES

- 1 **Presentación**
Marcelo de Jesús Torres Cofiño
- 3 **Comunicación política, avances tecnológicos y redes sociales**
Santiago Michele Calderón Berra
- 17 **Redes sociales e internet: oportunidades y retos para la participación ciudadana**
Omar Cortés Macías
- 24 **Del tránsito de la comunicación "cara a cara" a "pantalla a pantalla": comunidad y familia en las redes sociales**
Rafael Villarreal Ordóñez
- 31 **Accesibilidad a las redes sociales de las personas con discapacidad en México como herramienta laboral**
Marcos Palafox Reyes
- 36 **Redes sociales y procesos electorales: una perspectiva de género**
Luis Miguel Martínez Cervantes y Tania Jimena Enríquez Mier
- 46 **Apuntes del foro *Redes sociales y la agenda pública*. "Tecnificados, sí; civilizados, no"**
Omar Cortés Macías

- A MANERA DE BLOG LITERARIO
- 51 **www.soledad.com.mx (cuento)**
Claudia del Carmen Ayala Sánchez

Reporte CESOP

Número 95

Mayo de 2016



Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública

Marcelo de Jesús Torres Cofiño
Director General

Netzahualcóyotl Vázquez Vargas
Director de Estudios Sociales

Ricardo Martínez Rojas
Director de Estudios de Desarrollo Regional

Ernesto Ramón Caveró Pérez
Subdirector de Estudios de Opinión Pública

Marco Antonio Villarín Albarrán
Subdirector de Análisis y Procesamiento de Datos

Luis Alberto Hernández Tovar
Coordinador Técnico

Enrique Esquivel Fernández
Asesor General del CESOP

Felipe de Alba Murrieta
Rafael del Olmo González
Santiago Michele Calderón Berra
Roberto Candelas Ramírez
Gabriel Fernández Espejel
José de Jesús González Rodríguez
Heriberto López Ortiz
Rafael López Vega
Salvador Moreno Pérez
Rafael Eduardo Villarreal Ordóñez
Investigadores

Luis Angel Bellota
Natalia Hernández Guerrero
Giovanni Jiménez Bustos
Karen Nallely Tenorio Colón
Apoyo en investigación

Alejandro Abascal Nieto
Abigail Espinosa Waldo
Erika Martínez Valenzuela
Ma. Guadalupe S. Morales Núñez
Ricardo Ruiz Flores
Staff administrativo

José Olalde Montes de Oca
Formación y diagramación

Claudia del Carmen Ayala Sánchez
Corrección de estilo

Nora Iliana León Rebollo
Asistente de edición

Alejandro López Morcillo
Responsable de edición

Netzahualcóyotl Vázquez Vargas
Director del Reporte CESOP

Reporte CESOP, núm. 95, mayo de 2016. Publicación mensual del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, Av. Congreso de la Unión 66, Edificio I, primer piso, Col. El Parque, Ciudad de México, CP 15960. Tel. 5036 0000 ext. 55237. Correo electrónico: cesop@congreso.gob.mx • Los artículos contenidos en esta publicación y las opiniones vertidas no reflejan la postura de la Cámara de Diputados.

Presentación

Marcelo de Jesús Torres Cofiño*

En la actualidad las redes sociales son un fenómeno capaz de trastocar todos los ámbitos que estructuran los sistemas de orden, funcionamiento y gobierno en el mundo entero, por lo que es de gran relevancia para el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública presentar en su *Reporte Cesop 95* varios artículos que intentan explicar y comprender el fenómeno desde diversos ángulos de apreciación y análisis.

Esta edición inicia con un artículo que relata la evolución de la comunicación política y sus repercusiones con relación a los avances tecnológicos y la incorporación de internet como un medio de comunicación masiva. El segundo artículo presenta algunas reflexiones acerca del uso de las redes sociales como generador de oportunidades y retos dentro del ámbito de la participación ciudadana y las instituciones. Seguido de un texto que propone el tema desde una connotación de comu-

nidad, familia e individualismo que puede ser visto como los síntomas de una autoidolatría y la desmesurada exposición pública. Posteriormente se abordan las redes sociales desde el ámbito de los derechos, accesibilidad y las políticas que existen en México para las personas con discapacidad en el ciberespacio. Además, académicos de la Universidad Iberoamericana comparten el análisis de los resultados de estudios que han realizado en cuanto a la participación de género en los medios de comunicación. Asimismo, se incluye un resumen de las principales ideas que se expusieron en el foro “Redes Sociales y la Agenda Pública”, que se realizó en instalaciones de la Universidad Iberoamericana en coordinación con este Centro de Estudios.

Finalmente, nuestros lectores podrán disfrutar de un cuento, innovador para su época data del 2000, pues su trama se centra en la soledad que generan las redes sociales y el internet. Cabe destacar que este cuento fue ganador del primer lugar en un concurso celebrado en la Cámara de Diputados.

Así pues, la acelerada evolución de las comunicaciones que ha experimentado la huma-

* Licenciado en derecho por la Universidad Iberoamericana, plantel Torreón, Coahuila. Especialidad en administración pública, ex diputado federal en la LXII Legislatura. Correo electrónico: marcelojte@prodigy.net.mx

nidad desde finales del siglo xx ha derivado en la construcción de revolucionarias e innovadoras formas de establecer comunicación entre individuos, como sociedad e incluso en ámbitos globales. Los cambios registrados durante este periodo han impactado prácticamente todos los paradigmas de comunicación establecidos; de esta manera, se han modificado esquemas en prácticamente todas las formas con que se produce y se distribuye la información a través de la Web.

Fue así que comenzaron a aparecer las redes sociales, que se van consolidando como una de las herramientas de comunicación más importantes con las que cuenta la sociedad contemporánea, pues tienen el potencial de establecer vínculos entre sociedad y gobierno, entre ciudadanos y empresas; eventualmente podrían ampliar las bases de participación social en los sistemas democráticos del mundo.

De esta manera, el impacto de internet y las redes sociales ha modificado los estilos de vida en el mundo, reestructurado los sistemas, pues hoy en día es imposible entender el sistema político, económico y financiero sin la velocidad y ritmos de la comunicación que únicamente puede establecerse vía internet, pero que, además, en todos los ámbitos puede representar un carácter de exclusión o pertenencia a un mundo digital o un mundo tradicional.

Aún no sabemos si la humanidad en su conjunto será capaz de aprovechar el potencial de la era digital para direccionar una revolución de conocimiento que pueda transformar el pensamiento de la humanidad para enfrentar los gigantescos retos que están llamando a la puerta desde hace décadas, pero indudablemente la construcción del ciberespacio será el reflejo de la sinapsis que pueda generarse entre conocimiento y conciencia en el mundo entero.

Comunicación política, avances tecnológicos y redes sociales

Santiago Michele Calderón Berra*

El artículo que se presenta a continuación relata la evolución de la comunicación política con relación a los avances tecnológicos, incorporando al internet como un poderoso *mass media* —categoría que antaño sólo reconocía a la prensa, la radio y la televisión como medios de comunicación masiva—, para posteriormente analizar sus repercusiones en la esfera política y el electorado. Se observa la realidad mexicana respecto a las elecciones e internet. Además, se abordan de manera sintética las plataformas de internet y en particular las redes sociales.

La comunicación entre gobernantes y gobernados es más compleja de lo que parece. La comunicación política es una realidad multivariada a lo largo de la historia; nace con la formación de las civilizaciones, desde el surgimiento de la palabra hablada, dirigida hacia

uno o pocos receptores. Posteriormente la palabra hablada frente a multitudes, el uso de la retórica en la Antigüedad o de la predicción en la Edad Media; a través de la escritura y por medio de la palabra hablada, de la imagen (símbolos, pintura, escultura, arquitectura), y de muchas otras maneras. En una rápida carrera hacia la historia contemporánea, estos medios verán multiplicados sus efectos gracias a las innovaciones tecnológicas.

Los avances tecnológicos

La invención de la imprenta con caracteres móviles, obra del alemán Johannes Gutenberg, constituye uno de los grandes hitos de la historia de la cultura. La posibilidad de realizar tirajes de múltiples ejemplares de libros facilitó el acceso de un mayor número de personas en todo el mundo al saber escrito y conllevó radicales transformaciones en la política, la religión y las artes. Asimismo, la Revolución Industrial desencadenó el paso de una economía agraria y artesana a otra dominada por la mecanización. Esto ocasionó transformaciones profundas en

* Maestro en ciencias de la comunicación, con especialidad en comunicación política y opinión pública. Línea de investigación: opinión pública. Correo electrónico: santiago.calderon@congreso.gob.m

los sistemas de trabajo y en las estructuras sociales y económicas.¹

La vida en el planeta se encuentra en continua evolución. El ser humano siempre ha querido superar a la naturaleza, combatirla y hacer que funcione para él. El hombre crea objetos capaces de evolucionar a una velocidad mayor que la de otros seres que habitan el planeta; el hombre nunca terminará de inventarse.

Dentro de las creaciones del hombre existe un invento que ha revolucionado la vida misma: la computación ha superado hasta al corredor más rápido del mundo. Su gran velocidad de evolución ha superado cualquier esquema. Gordon E. Moore, el inventor de los procesadores Intel, afirmaba que cada 18 meses la capacidad de los procesadores se duplicaba, pero al igual que los procesadores duplican su velocidad, la ley acorta sus tiempos y hoy día en lugar de ser 18 meses podríamos hablar de seis.

Este invento no puede ser valorado únicamente por su capacidad evolutiva, sino por la vasta posibilidad de aportaciones en cualquier ámbito del saber humano. El conocimiento y la investigación tienen un antes y un después, tras la revolución digital. Todavía no sabemos el potencial real que tiene esta revolución. Es un nuevo instrumento que está revolucionando las formas de hacer, pensar y vivir, hasta el punto que la economía, la política y la sociedad se han visto arrolladas por las nuevas tendencias.

La revolución tecnológica de la información, debido a su capacidad de penetración en todos los ámbitos de la actividad humana, nos obliga a reflexionar sobre la complejidad de

¹ Andrea Giardina, Giovanni Sabbatucci, Vittorio Vidotto, *Profili Storici*, vol. I, Roma, Laterza, 1997, 884 pp.

la nueva economía, sociedad y cultura en formación. Es necesario reconocer la implicación de las nuevas formas y procesos sociales que surjan como consecuencia del cambio tecnológico.

La tecnología no determina a la sociedad y 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 aspiraciones sociales, de modo que el resultado final depende de un complejo modelo de interacción. En otras palabras, podríamos afirmar que la tecnología no determina a la sociedad, la forja. Y tampoco la sociedad determina la innovación tecnológica; se sirve de ella.²

La tecnología unida al estudio de la ciencia ha producido en los últimos decenios un cambio claramente perceptible en nuestra forma de vivir y de entender la realidad.³ Este año se cumplió el 70 aniversario de la presentación pública del primer ordenador electrónico (el ENIAC, presentado el 15 de febrero de 1946), y los cambios que ha experimentado la informática, tanto en el aumento de potencia en el proceso cuanto en la miniaturización de los sistemas, ha sido sorprendente.

La comparación ya clásica del británico, Tom Forester, formulada a mediados de los años ochenta: si el sector automotriz hubiera experimentado un desarrollo parecido a la informática se podría disponer de un Rolls-Royce por menos de 50 pesos y, además, el vehículo

² Manuel Castells, *La era de la información*, vol. 2, Madrid, Alianza Editorial, 1997, 495 pp.

³ Nicholas Negroponte, *El mundo digital. Un futuro que ya ha llegado*, Barcelona, Ediciones B, 1999, 275 pp.

dispondría de la potencia de un transatlántico como el Queen Elizabeth para ser capaz de recorrer un millón de kilómetros (unas 25 vueltas a la tierra) con sólo un litro de gasolina. Todo un sueño, que en las tecnologías de la información ha sido posible.⁴

Si estas cifras llegaran a parecer exageradas habría que pensar que esta cavilación se formuló hace más de 20 años.

Internet y política

Internet está cambiando la forma de vivir de los individuos al igual que en el pasado lo hizo la imprenta, la Revolución Industrial, la Revolución Francesa, la revolución digital y la cibernética. Todas esas creaciones han transformado la forma de vivir de los seres humanos. Cada invento ha sugerido nuevas ideas, nuevos elementos más evolucionados y capaces de repercutir en otros cambios. Al igual que el enchufe a la red eléctrica liberó a la mujer del rol del electrodoméstico, ahora las interfaces de la realidad virtual nos libera de la materialidad de nuestros cuerpos transportándonos al reino del éxtasis del ciberespacio.⁵

Así, el uso de internet y las nuevas tecnologías en las campañas políticas ha aumentado de manera exponencial. En comunidades pequeñas, rurales y expulsoras de migrantes, internet se convirtió en una herramienta de comunicación entre familiares, con la posibilidad de intercambiar fotografías, videos, experiencias, entre otros usos.

⁴ *Idem.*

⁵ Lorenzo Vilches, *La migración digital*, Barcelona, Gedisa, 2001, 253 pp.

¿Qué le espera a la democracia en estos tiempos en donde la tecnología de la información y de la comunicación redefinen los lugares de la política, derriban límites, niegan los vínculos mismos del espacio y del tiempo, eliminan antiguos sujetos y crean nuevas subjetividades?⁶ internet ha redefinido nuestro entorno en varios aspectos.

La red ha llegado a la política. En las campañas electorales más recientes hemos visto una novedad histórica: el protagonismo de internet. Nuestro entorno conoce nuevos nombres: blogósfera, microblogging, páginas Web, internautas, correo electrónico, grupos de noticias, boletines electrónicos, foros de discusión, sondeos, actividades electorales para recolectar fondos, y hasta hackers.⁷

El uso de internet en las campañas políticas en palabras de Morris,⁸ “el que innova triunfa”, en el uso de un medio o herramienta disponible es preferible ser el pionero en su manejo, o por lo menos darle un uso creativo y renovado en algún aspecto en particular. Al igual que Franklin D. Roosevelt en la radio y John F. Kennedy en la televisión, Barack Obama le dio un uso distinto a internet y a las nuevas tecnologías, lo cual le proporcionó ciertas herramientas contra sus adversarios políticos en las elecciones de 2008 en busca de la presidencia de Estados Unidos.

⁶ S. Rodotá, *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*, Argentina, Losada, 2000.

⁷ J. del Rey, *Comunicación política, internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocr@cia*, Madrid, Tecnos, 2007.

⁸ D. Morris y L. Rosales, *El poder*, Buenos Aires, Sudamericana, 2007.

Para Álvarez,⁹ una de las grandes cualidades de internet es su descentralización y su ubicuidad. Para la autora, internet aplicado a las campañas políticas consta de ocho características fundamentales: la flexibilidad, ya que la información expuesta en la red se encuentra siempre disponible; la interconectividad, a través de los hipervínculos que son algunos tipos de información interconectadas entre sí. La labor del equipo de campaña es utilizarlos eficazmente para llevar al votante a aquellas secciones o temas que más le interese destacar: la recaudación de fondos, el bajo coste. Como los medios de publicidad tradicionales son extremadamente caros, crear y mantener un sitio de internet es relativamente económico. Principalmente que el mensaje permea en tiempo real. La rapidez. Cualquier sitio en internet puede ser actualizado en el momento que el partido político lo desea sin invertir nuevamente en la producción de la página Web. El espacio ilimitado. En internet no hay límites de espacio y tiempo, es posible reproducir íntegramente un discurso del candidato o publicar cualquier video. No hay intermediarios, ya que las personas encargadas de colgar la información en la página son los integrantes del equipo de campaña.

Para la primera década del siglo XXI, las campañas políticas se encuentran presentes en internet. No es fácil calcular el impacto que pueda llegar a tener la intensa propagación de videos, blogs y páginas Web en la red que hacen mención a los candidatos y sus partidos. Gran parte de la publicidad que circula en

⁹ A. Álvarez García, “Principales efectos y ventajas del uso de las nuevas tecnologías en campañas electorales”, *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 15, 2010 [www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/.../CI-10101110055A.PDF] (consulta: 12 de mayo de 2016).

internet, ya sea favorable u hostil, surge y se dispersa en línea, y en ocasiones el contenido llega a los medios convencionales.¹⁰

Según un artículo en *The New York Times* del 7 de noviembre de 2008, “para el señor Kennedy fue la televisión. Para el señor Obama es internet”.¹¹ A partir de entonces se ha diseminado la idea y la necesidad entre los políticos de que es fundamental la presencia en internet.

La recaudación obtenida por Obama le dio una enorme ventaja frente a su opositor, en términos económicos. La campaña utilizó los métodos tradicionales aunados al uso innovador de las nuevas tecnologías de la información para obtener fondos, del correo postal al teléfono y el uso de las redes sociales, bancos de datos de correos y portales en internet.¹²

No se puede atribuir íntegramente el éxito de Obama a la red. Existían factores de mayor peso como la crisis económica, una guerra interminable que sólo despertaba los fantasmas de Vietnam, un aumento en el desempleo y la necesidad de un cambio. Cuando los ciudadanos están informados y participan reducen el margen demagógico de los políticos durante las campañas electorales. Según Paz, la Política 2.0 demanda al político mayor autenticidad y mayor disponibilidad las 24 horas del día durante los siete días de la semana. No debemos

¹⁰ R. Trejo, “Obama y McCain”, *Revista Nexos*, 2008, disponible en [http://www.humanindex.unam.mx/humanindex/consultas/detalle_investigadores.php?rfc=TEDR530703¢ro=int] (consulta: 12 de mayo de 2016).

¹¹ “Just like Kennedy brought in the television presidency, I think we’re about to see the first wired, connected, networked presidency”. [La traducción es propia].

¹² D. Beas, *La reinvencción de la política*, México, Planeta, 2010.

olvidar que en muchos de los casos los políticos simplemente contratan empresas que harán todo eso por ellos y que el nivel de intercambio de información será fluctuante. Esto ofrece además la posibilidad de contar con una ciudadanía participativa e involucrada con la cual es posible ejercer el poder y tomar decisiones. Esto plantea un reto para los políticos, ya que disponen de menor margen para el engaño y para evadir los compromisos de campaña.¹³

Debemos ser conscientes de que el uso de internet en la política puede ocasionar modificaciones a la democracia, lo que no significa voto *online* o urnas electrónicas, sino una mayor participación de la sociedad en las labores del Estado, ampliar los ámbitos de la participación ciudadana, a través del uso inteligente de las nuevas tecnologías.

Dahl postula soluciones que permiten mejorar la calidad de los procesos vigentes articulando cuatro dimensiones fundamentales como educación cívica, participación política, información y deliberación.

Como en Islandia,¹⁴ el mundo árabe, el movimiento en Estados Unidos “Occupy Wall Street”, el Movimiento del 15M (o Movimiento de los Indignados), en España, o el #Yo soy 132, en México, se han organizado *on-line* para reunir a los que se encontraban *off-line*, para exigir a los gobiernos mayor apertura en las labores del Estado y para exigir otras salidas a la crisis. Es necesario este cambio, con el fin de generar valores y compromisos con un electorado más amplio y exigente, además

¹³ M. A. Paz, S. Cabrera, H. Sánchez, *Política 2.0, la reinvencción ciudadana de la política*, México, Infotec/Conacyt, 2009.

¹⁴ *El Imparcial*, “La silenciada revolución islandesa donde las víctimas son los políticos”.

de informado y participativo, que busca una solución a sus malestares.

En realidad, la democracia no se basa sólo en votar. Es un proceso que involucra la información, participación, control de las decisiones, entre otros elementos. Los medios de comunicación son el acceso a una serie de fenómenos que tienen que ver con cada una de estas dimensiones del proceso democrático.

El nuevo electorado

En las campañas políticas recientes los candidatos se han visto en la necesidad de tornar en *cybernautas*, y desembocar en la incorporación de nuevos elementos en las campañas políticas.

En la actualidad la participación ciudadana en las elecciones disminuye elección tras elección. El desinterés por la política cada vez es más alto, especialmente entre los jóvenes, que son los que más emplean internet. Y si evidenciamos el cambio generacional que ha acostumbrado a las nuevas generaciones a la interactividad, chocaremos con el contraste de la burocracia de la democracia actual.

Para estar en condiciones de continuar se hará una pequeña radiografía de los usuarios de internet en México, según datos de la AMIPCI:¹⁵ en 2015 existían 65 millones de *internautas* que equivale a 59% de la población (4.1 más que en 2014). El 52% se encuentra entre los 19 y 44 años de edad, y 34% son menores de edad. El tiempo que se encuentran conectados a la red de redes es de siete horas con catorce minutos. El 87% se conecta desde su ho-

¹⁵ Asociación Mexicana de Internet, disponible en [<https://www.amipci.org.mx/es/estudios?id=35>] (consulta: 30 de mayo de 2016).

gar y 84% a través de una red de *Wi-Fi*, sólo 25% se conecta a internet en lugares públicos. El 77% de los mexicanos se conecta a través de su teléfono inteligente (*smartphone*).

El impacto de las nuevas tecnologías no abarca únicamente a la política, sino también a la sociedad y a la ciudadanía. En efecto hay quien habla sobre la *Política 2.0*, *Ciudadanía 2.0* y *Sociedad 2.0*. A continuación la necesaria especificación.

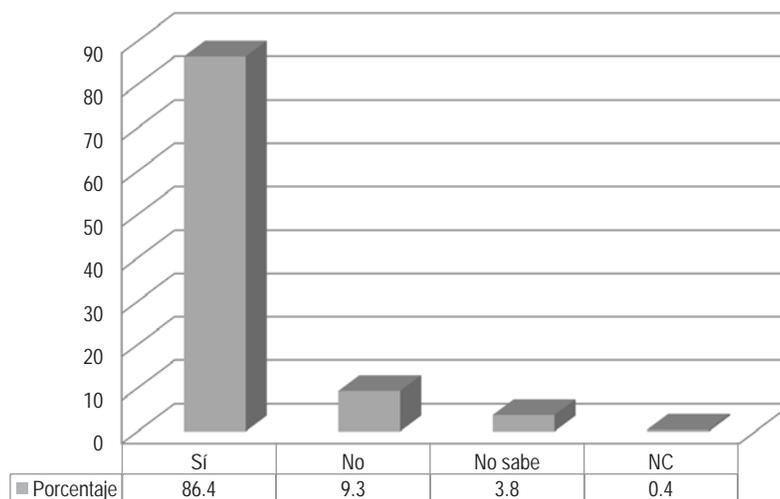
En cuanto a la primera de ellas, según Paz,¹⁶ cuando se habla del concepto de *Política 2.0* nos referimos a los esfuerzos de los ciudadanos que participan en las políticas públicas desarrollando actividades como la planificación, administración, dirección, decisión y monitoreo de las mismas, con la novedad del uso de la inteligencia colectiva conectada a través de las redes sociales, habilitadas para tal propósito. De esta manera el electorado hace uso de internet para

organizar y participar masivamente en las campañas políticas de sus candidatos.

Para el desarrollo de la *Política 2.0* es necesario que la sociedad cuente con cultura política y que asuma su responsabilidad en las labores del Estado, lo que desemboca en lo que se denomina *Gobierno 2.0*, pues es a través de él que los ciudadanos, las organizaciones y los gobiernos interactúan entre sí de manera colaborativa. Se hace una invitación al ciudadano a participar en la política. Para ello hace falta habilitar la infraestructura tecnológica, los canales de comunicación y sobre todo la educación.

Como podemos observar en las gráficas 1, 2 y 3, en la encuesta telefónica nacional realizada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública acerca de las redes sociales, 86% de la población mexicana opina que su existencia favorece la participación ciudadana, pues a través de ellas a 92.6% de los encuestados les parece

Gráfica 1. ¿Las redes sociales incrementan la participación ciudadana?

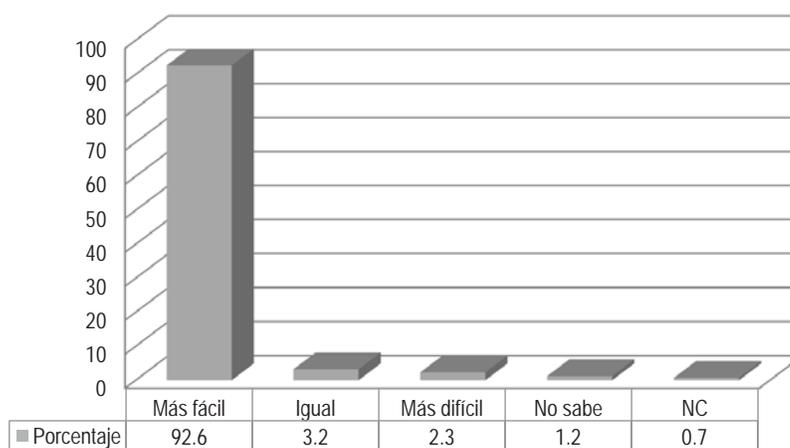


Fuente: Encuesta telefónica nacional “Redes sociales”, CESOP, mayo de 2016.*

* Disponible en [<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Opinion-Publica/Encuestas>].

¹⁶ *Ibid.*

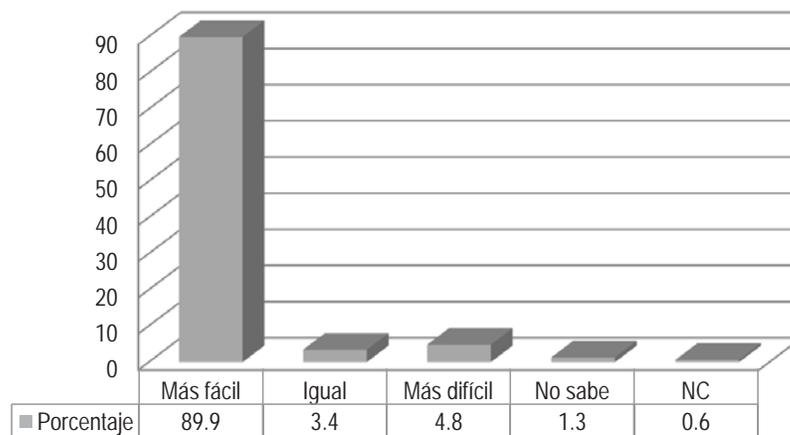
Gráfica 2. En su opinión, ¿las redes sociales vuelven más fácil o más difícil...?



Fuente: Encuesta telefónica nacional “Redes sociales”, CESOP, mayo de 2016.*

* *Idem.*

Gráfica 3. En su opinión, ¿las redes sociales vuelven más fácil o más difícil...?



Fuente: Encuesta telefónica nacional “Redes sociales”, CESOP, mayo de 2016.*

* Disponible en [<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Opinion-Publica/Encuestas>].

más fácil informarse de lo que sucede en el país y para 90% de la población le parece un medio para expresar libremente sus opiniones.

Internet es una herramienta que agudizó el individualismo del nuevo elector, que se impone sobre los valores tradicionales de solidaridad

y comunidad. Ha surgido un nuevo sistema de relaciones sociales centrado en el individuo. No hay algo que explique por sí mismo este auge del individualismo, ni existen causas puras y efectos puros. La crisis de la autoridad en la familia, la liberación de la mujer, la existencia

de la televisión, la tendencia a vivir relaciones efímeras, las fortaleció y, al mismo tiempo, fueron provocadas por el individualismo. Internet potenció el fenómeno. Nunca antes los seres humanos estuvimos comunicados con tanta gente como ahora, ni tampoco experimentamos nunca una soledad tan enorme.¹⁷

Por otro lado, Durán¹⁸ afirma que:

El acceso a la información hizo al elector más independiente, e internet abrió las puertas para que esa independencia llegara más allá de cualquier frontera previsible. Usando la red, un ciudadano medianamente entrenado puede conseguir toda la información que quiera, acerca de cualquier tema.

La tesis de Durán no es errónea, aunque parecería demasiado optimista. No basta con acceder a grandes cantidades de información; es necesario discernir de manera crítica esos caudales noticiosos que en la mayoría de los casos pueden llegar a ser elementos que únicamente dispersen la atención de los individuos o llenen de ruido lo que podía ser un acontecimiento sencillo.

Según Islas,¹⁹ quienes pretendan imitar el éxito de Obama deben ser conscientes de que la tecnología no es el único elemento. Para Durán y Nieto²⁰ todos los días en la prensa aparecen

¹⁷ J. Durán y S. Nieto, *Mujer, sexualidad, internet y política. Los nuevos electores latinoamericanos*, México, Fondo de Cultura Económica, 2006.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ O. Islas, "El ejemplo Obama", *Revista Digital Razón y Palabra*, 2009, disponible en [<http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2009/ene19.html>] (consulta: 20 de mayo de 2016).

²⁰ Durán y Nieto, *Mujer, sexualidad, internet y política...*, *op. cit.*

artículos que afirman que la mayoría de los ciudadanos de nuestros países rechazan los partidos políticos y a los políticos. La idea se ha generalizado en todos los niveles, en América Latina 8 de cada 10 habitantes²¹ se sienten frustrados por los actuales liderazgos y rechaza todo lo que tiene que ver con la política; la gente común mira con desconfianza los enfrentamientos entre sus líderes, sumergidos en denuncias de corrupción. Muchos de nuestros presidentes inician sus gobiernos con altos índices de popularidad que se desvanecen rápidamente. A los pocos meses de ejercer el poder enfrentan crisis complicadas, de las cuales difícilmente se recuperan.

Según Beas²² los sitios Web de los candidatos o partidos políticos no pueden limitarse a incluir únicamente un texto con imágenes.

A finales de la primera década del siglo XXI, los sitios de la campaña funcionan como un punto de intercambio social con dos propósitos fundamentales: en primer lugar, utilizarlo como principal canal de información de la campaña, y en segundo, organizar las actividades de los seguidores y voluntarios al tiempo que se convierte en el vehículo para extender el mensaje del candidato y atraer a nuevos seguidores. Las páginas se estructuran y funcionan de manera parecida a la mayoría de las redes sociales: contenidos claros, ordenados, jerarquizados, y sobre todo, fáciles de acceder y navegar.

Para Paz,²³ la cuestión principal de la estrategia digital debe ser la innovación social. En este caso, ante la inteligencia colectiva

²¹ *Idem.*

²² Beas, *La reinvencción de la política...*, *op. cit.*

²³ Paz, Cabrera y Sánchez, *Política 2.0, la reinvencción...*, *op. cit.*

de los ciudadanos, el gobierno debe asumir un papel proactivo empleando formas de interacción ya existentes en internet y con un uso difundido entre la sociedad. Estas herramientas podrían ser redes sociales (sobre todo *blogs* y *wikis*). Con las nuevas tecnologías de la información y las redes sociales, los votantes están más informados sobre los quehaceres de la política. Estas redes tienen la capacidad de construir una estructura para acceder a la información y a los recursos gubernamentales. Cuando los ciudadanos participan a través de las redes sociales, los resultados son sinérgicos y superiores al trabajo individual de los servidores públicos. Los grupos de interés que se forman haciendo uso de las redes sociales con fines para la participación ciudadana pueden ser muy amplios y muy variados, ya que comprenden comités ciudadanos a nivel municipal. Además, la participación virtual permite horarios no habituales, al tiempo que la ubicuidad de internet hace posible disponer de información proveniente de cualquier parte del mundo.

El problema resulta en lograr dirigir la tecnología hacia una democracia en donde las poblaciones sean realmente activas y participativas, capaces de hacerlo de manera eficaz en los procesos de toma de decisiones. La labor de innovar en el funcionamiento de la política a través de las nuevas tecnologías es más complejo de lo que podría parecer, ya que sería necesario la renovación de la cultura política. La democracia no puede reducirse sólo a una votación final, que cierra decisión de procedimiento o periodo electoral; es el conocimiento, la información que aparece como una condición necesaria para el inicio del proceso democrático mismo.

México, elecciones e internet

En México, internet ha sido una herramienta para el escenario de propaganda negra.²⁴ Durante las elecciones de 2006 se observó el uso de los blogs y los correos electrónicos; en 2009, sobre todo en YouTube, se subieron varios videos con información que denigraba a los candidatos y no tenía un emisor concreto. En las elecciones de 2016, internet es el escenario de las campañas negras y de la guerra sucia donde se dicen las cosas que no podrían decirse en plena campaña. Los comentarios por la red son anónimos; no tienen nombre o filiación política.

Hoy, sin embargo, no pocos candidatos a puestos de elección popular consideran que el destinar grandes sumas de dinero al desarrollo de acciones propagandísticas a través de internet podrán crear de forma breve una imagen positiva con el simple hecho de tener su propia red social y un blog ante los ojos de los usuarios, aunque en realidad se trata de una estrategia mucho más compleja.²⁵

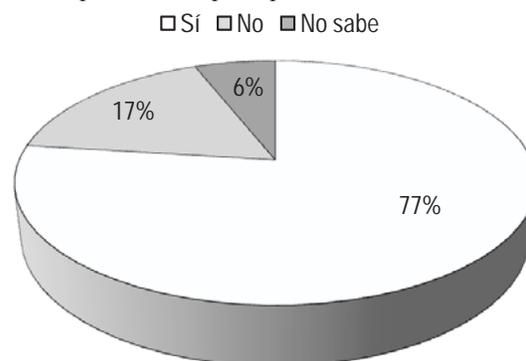
En la Gráfica 4 se puede constatar que para 77% de los encuestados las redes sociales son un buen medio de comunicación para posicionar a los candidatos.

Como podemos observar en la Gráfica 5, una tercera parte de los mexicanos utiliza las redes sociales para enterarse de las elecciones, aunque más de la mitad de los encuestados no las utilice para esos fines.

²⁴ Existen diversos modos y formas de propaganda: la propaganda blanca, su emisor es identificable con facilidad, y el mensaje suele ser preciso. La propaganda negra, el emisor no es identificable independientemente del tipo de mensaje. La propaganda gris, el emisor puede o no ser identificable y el mensaje no es siempre verídico (Pizarroso, 1993: 29).

²⁵ Islas, "El ejemplo Obama", *op. cit.*

Gráfica 4. ¿Considera usted que las redes sociales son una herramienta efectiva de publicidad para posicionar a los candidatos?



Fuente: Encuesta telefónica nacional “Redes sociales”, CESOP, mayo de 2016.*

* Disponible en [<http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Opinion-Publica/Encuestas>].

En México no contamos con el nivel de infraestructura, educación digital y las condiciones de conectividad con que cuenta Estados Unidos. Los políticos mexicanos en lugar de estar pensando en las estrategias de campaña a través de la red podrían incorporar a la sociedad de la información y la comunicación a millones de mexicanos, a menos que intenten frenar un poco el desarrollo, puesto que a través de internet y las redes sociales se facilita la articulación de nuevos grupos de presión. Tampoco debemos pasar por alto la falta de cultura política que existe en México. A partir de 2000 se vivió una alternancia política, ya que el Partido Revolucionario Institucional ocupó el poder por más de setenta años consecutivos.

En México, hoy día, la consolidación de la democracia parece estar avanzando con menos velocidad debido al ambiente de incertidumbre generado tanto por la crisis económica como por el temor a la violencia del crimen organizado. El desarrollo institucional que se había venido dando desde la controvertida elección

presidencial de 2006 se ha visto impactado por factores ajenos al compromiso democrático de la ciudadanía y la sociedad civil. En pasadas elecciones, desde las de 2000, los temas recurrentes en la discusión de las campañas eran empleo, educación, pobreza, y seguridad pública. Hoy podemos pensar que el único tema es la seguridad; el único tema es la protección de la vida misma.²⁶

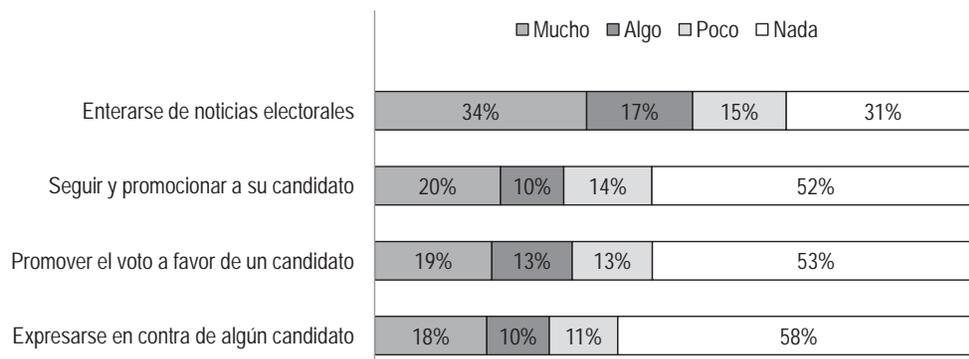
Para Solís:²⁷

Se debe apuntalar el discurso gubernamental con informaciones más cercanas a la realidad

²⁶ M. Seligson, “Cultura política de la democracia en México, 2010. Consolidación democrática en las Américas en tiempos difíciles”, *Data Opinión Pública y Mercados*, Vanderbilt University, 2011, disponible en [www.vanderbilt.edu/lapop/mexico/2010-culturapolitica.pdf] (consulta: 25 de mayo de 2016).

²⁷ J.J. Solís, “Twitter gubernamental o tapar el sol con un twit”, *Revista Digital Razón y Palabra*, 2011, disponible en [http://www.razonypalabra.org.mx/Intersticios/intersticio_2011/twitter_gubernamental.html] (consulta: 19 de mayo de 2016).

Gráfica 5. En estas elecciones, ¿qué tanto utilizó las redes sociales para...?



Fuente: Encuesta telefónica nacional Redes sociales, CESOP, julio 2015.

real y no a la realidad ficticia que quiere imponer el gobierno. En otras palabras, si ante la falta de credibilidad y legitimidad que tiene el gobierno de Felipe Calderón por no saber manejar sus crisis frente a la fallida guerra contra el crimen organizado, pretende que con las redes sociales cambie la percepción, lo más seguro es que sigan por el camino del error; porque con todo y las virtudes de las redes sociales, la realidad de la información no se puede ocultar con popularidad o con un ejército de “twitteros” al servicio de la comunicación gubernamental.

Las plataformas de internet y las redes sociales

La tecnología ha ido evolucionando y han surgido nuevas plataformas llamadas *redes sociales*. En principio se empleaban para el intercambio de información de una computadora a otra, pero eso era simplemente el inicio, posteriormente tomaron la posición de “poderosas formas de penetración y flujo de información, que a diferencia de los medios de masas tradicionales donde

la información era vertical, en las redes sociales la horizontalidad fue su primer elemento de aceptación masiva”.²⁸ Para Galindo,²⁹ la imagen primaria de las redes sociales “es la de una plataforma electrónica que conecta, un *software* que permite que muchos individuos visualicen información sobre ellos mismos en una pantalla de computadora, se interpeleen, y en ciertos momentos interactúen.” Cuando se habla de redes sociales y plataformas de internet, la comunicación interpersonal y la comunicación de masas convergen en una misma cosa: la comunicación a través de internet.

Según Castells:³⁰

Algunas formas de interactividad pueden incorporarse a la comunicación de masas a través de otros medios de comunicación. Por ejemplo,

²⁸ *Idem.*

²⁹ Ingeniería en comunicación social de un fenómeno aún emergente, *Revista Electrónica Latinoamericana de Estudios sobre Juventud*, disponible en [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/02_Galindo_M80.pdf] (consulta: 23 de mayo de 2016).

³⁰ Manuel Castells, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2009.

la audiencia puede participar en los programas de radio o de televisión a través del teléfono, escribiendo cartas o por correo electrónico.

Como afirma Ramonet:³¹

La interactividad es otro factor que aporta internet. Estamos pasando del modelo clásico de comunicación, donde la información llega de un grupo pequeño a las masas, a un modelo de redes donde no hay un grupo dominante y la circulación de la información puede hacerse en todas las direcciones. La gran novedad de internet es que el poder de difundir información está completamente distribuido entre los actores de la red y los flujos de información son irregulares, hasta caóticos. Esto se debe a la inexistencia de una estructura fija y a la capacidad de que todo el mundo puede hablar con todo el mundo. En la actualidad existen diferentes tipos de interactividad con los medios, por ejemplo en un periódico, las cartas de los lectores o en la televisión mediante la participación en un programa. Esta interactividad se denomina *por persona interpuesta*. Los nuevos medios de comunicación introducen interacciones mayores, ya que redistribuyen el poder de comunicación. El problema es que el término *interactividad* no ha sido utilizado correctamente. Queda limitado a dos tipos de actividades. La primera se realiza al momento de pinchar una imagen o palabra en el monitor y esto desencadena una acción del ordenador. La segunda es cuando uno se encuentra en internet y uno pincha en una palabra o *link*, para ir a otra página donde se encuentra la información. Esta es una *interactividad pilotada* ya que sólo se dispone de opciones determinadas. El correo elec-

³¹ I. Ramonet, *La post-televisión, multimedia, internet y globalización económica*, Barcelona, Icaria, 2002.

trónico posee también un tipo de interactividad, porque al momento de enviar un correo, éste funciona en los dos sentidos y el emisor debería recibir una respuesta.³²

Internet brinda nuevos elementos de interacción y redefine formas de comunicación ya existentes, pero complementadas con la tecnología, como las redes sociales, que a través de internet y las nuevas tecnologías integran nuevos espacios y medios de comunicación que facilitan la interacción entre ellas. Para Solís,³³ Facebook y Twitter:

Se han consolidado como las redes de mayor impacto, no obstante la existencia de un centenar más, pero éstas dos han sido tan influyentes en el escenario de la información que en la actualidad prácticamente todos los medios de masas tradicionales han migrado hacia estas nuevas plataformas con lenguaje y características particulares [...] En todo caso, más allá de plantear eficacia en la comunicación gubernamental a través de Twitter y Facebook, que ya las redes mismas garantizan, se debe apuntalar el discurso gubernamental con informaciones más cercanas a la realidad real y no a la realidad ficticia que quiere imponer el gobierno.

En tanto al concepto de *redes sociales*, Dannah Boyd y Nicole Ellison, en su artículo “Social network sites: Definition, history and scholarship”, las definen como:

[...]servicios basados en la red de redes que

³² *Idem.*

³³ Solís, “Twitter gubernamental o tapar el sol...”, *op. cit.*

permiten a los individuos, en primer lugar, construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; en segundo lugar, articular una lista de usuarios con los que compartir; y por último, ver y explorar esa lista de conexiones y otras, realizadas por otros usuarios dentro del sistema.³⁴

Las redes sociales están constituidas por un conjunto de actores sociales y de relaciones definidas por los primeros. Las redes son estructuras relacionales entre actores que constituyen una forma social relevante que define el contexto donde se mueven. La *red social* es la estructura de relaciones cuyas características pueden ser utilizadas para explicar el comportamiento de los individuos que constituyen la red. Los elementos que las conforman son las personas, que a su vez pueden ser individuos, grupos, posiciones, lugares, instituciones, entre otros.

Una red social consiste en cualquier grupo de individuos unidos entre sí por diferentes lazos sociales; lazos que van desde la relación casual, las relaciones laborales, los lazos familiares, etcétera. Las redes sociales se utilizan a menudo como base para los estudios transculturales en la sociología o en la antropología.

El análisis de redes sociales puede llevarse a cabo con formalismo matemático utilizando la teoría de grafos. Investigaciones llevadas a cabo bajo diferentes enfoques disciplinarios han demostrado que las redes sociales operan en muchos niveles (desde los hogares a

las comunidades nacionales) y desempeñan un papel crucial en la determinación de los métodos de los sistemas de gestión de organización y resolución de problemas, así como la oportunidad para las personas de lograr sus objetivos.

Conclusiones

La utilidad que se le dé a la tecnología dependerá de la sociedad usuaria.

La sociología del conocimiento científico o sociología de la ciencia ha adoptado a lo largo de los años diferentes rutas empíricas y teóricas de investigación. Los tres modelos más importantes son: la construcción social de la tecnología (Bijker, Hughes, y Pinch, 1987); la teoría de la red de actores (Callon, 1987; Latour, 1991, 1992) y los sistemas socio-técnicos (Hughes, 1983, 1987). Estas tres posturas comparten lo que Díaz (2003) llama una «metáfora fundacional», pues las tres consideran que la relación entre tecnología y sociedad es parte de un tejido sin costuras (*seamless web*). Esta perspectiva cuestiona la imagen de la tecnología como una piedra lanzada desde el exterior hacia la sociedad y no acepta el surgimiento de la tecnología como un ente externo o ajeno a la sociedad, la política y la economía.³⁵

El empleo de internet para la difusión de la propaganda hoy día es ya una realidad, aspecto que confirma las infinitas posibilidades de

³⁴ D. Boyd y N. Ellison, *Social Network Sites. Definition, History and Scholarship*, 2007, disponible en [http://online-library.wiley.com/doi/10.1111/j.10836101.2007.00393.x/full] (consulta: 23 de mayo de 2016).

³⁵ S. Flores, "Gnu/Linux: desde la construcción social de la tecnología", *Reflexiones*, vol. 89, núm. 1, 2010, pp. 87-95, San José, Universidad de Costa Rica (consulta: 30 de mayo de 2016).

este nuevo medio o canal de comunicación. En cualquier caso internet se ha consolidado como transmisor de todo tipo de contenidos y todavía le queda mucho camino por andar. También ha quedado demostrada la capacidad de movilización social de la red. Por tanto, se configura como un medio válido para la transmisión de contenidos de carácter propagandístico o ideológico y como lugar de encuentro de comunidades o grupos sociales. Esta posibilidad de internet es una realidad que puede ser explotada por las instituciones políticas y sociales.

Los beneficios que acarrea el uso de internet en los ámbitos políticos son el aumento de los canales y el volumen de información crítica

con el fin de ofrecer datos verídicos y no camuflados, con reflexiones sin un afán manipulador y la capacidad decisoria de la ciudadanía. Gracias a las nuevas tecnologías se podría también eliminar barreras geográficas para participar en las decisiones políticas, y sobre todo poder llegar al total de las casas o comunidades para brindarles una mejor información sea cual sea su ubicación geográfica, a través de foros de debate encabezados por expertos y aquellos ciudadanos que quieran aportar ideas para alcanzar mejores soluciones, ya que no tendrían que lidiar con los grupos de presión y en muchas ocasiones tienen una concepción más clara de la realidad.

Redes sociales e internet: oportunidades y retos para la participación ciudadana

Omar Cortés Macías*

Introducción

Treinta años han transcurrido desde la introducción del uso formal de internet en México gracias a la conexión a la Red Bitnet (*Because It's Time NETWORK*, o lo que es lo mismo, *Porque ya es hora*) con que conjuntamente se enlazaron la Universidad de Texas, el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Nacional Autónoma de México, hecho histórico que transformó los paradigmas del país en los ámbitos financiero, económico, político, social e informativo. Sus repercusiones se reflejarían en la incorporación de México al fenómeno de la globalización, que generó interacciones entre individuos, instituciones y empresas a escala mundial, imprimiéndole un ritmo acelerado a los sistemas de desarrollo.

La introducción de esta tecnología representó un parteaguas en las comunicaciones, dado que el origen, la velocidad y la cantidad de receptores con que se puede obtener información fue exponencial. Vivimos en una sociedad que posee enormes cantidades de información, capaz de dar

la vuelta al mundo en cuestión de minutos o incluso segundos. Estas dinámicas que acompañan el desarrollo de las tecnologías de la información han dado como resultado lo que hoy se conoce como “redes sociales”, que representan una oportunidad para el fortalecimiento de la democracia y la participación ciudadana; sin embargo, estos medios no se han consolidado como un factor decisivo para que esto suceda, pues las oportunidades y retos que deben enfrentar las redes sociales tienen que ser estudiados para lograr una integración consciente y plena en las actividades democráticas e institucionales de nuestro país, pues los hechos han demostrado que lograr conectarse a una red no es garantía de evolución de pensamiento ni de transformación democrática o social.

Su uso y alcance real

La encuesta destinada al conocimiento del uso de las redes sociales¹ realizada por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la

*Pasante de la licenciatura de relaciones internacionales, FCPYS, UNAM. Líneas de investigación: transparencia y rendición de cuentas; fenómenos sociopolíticos nacionales e internacionales. Correo electrónico: torrijos_@hotmail.com

¹ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Encuesta telefónica nacional *Redes sociales*, Cámara de Diputados, mayo de 2016, disponible en [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/CESOP-IL-14-ETERedesSociales-160530.pdf] (consulta: 31 de mayo de 2016).

Cámara de Diputados, aportó elementos de gran relevancia para el análisis del tema, como el hecho de que 65% de los ciudadanos utiliza una red social; de ellos, 97.5% usan Facebook, 76% Instagram, 52% Twitter y 56% usan WhatsApp. Estos datos evidencian el empleo de la sociedad de estas herramientas tecnológicas, con lo que se aprecia que aunque más de la mitad de la población tiene acceso a las redes sociales, persiste un porcentaje de 35% que está fuera o no las emplea. No obstante, destaca el uso que las personas le dan a las redes sociales pues —de acuerdo con la encuesta— 48.8% de los encuestados opinaron que el contenido de las redes sociales es utilizado para compartir con familiares y amigos; 11.8% dijo que es para informar sobre acontecimientos y 7.7% para publicidad, de donde sobresale que 26% afirma que las redes sociales son utilizadas para “todas las anteriores”.

Las redes sociales poseen un gran potencial como factor informativo, organizativo, así como herramienta de participación social tanto en el ámbito institucional como en temas de opinión pública, por lo que es un dato significativo que la población con acceso a internet en México dedica un “tiempo promedio diario de conexión de 7 horas y 14 minutos”, pero ¿en qué emplea este tiempo?² De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), si bien hacer uso de las redes sociales es el principal motivo para acceder a internet, la actividad más recurrente es escuchar música o ver películas, así como 30% busca cursos en línea y 34% lo usa para gestionar trámites con el gobierno.

² Asociación Mexicana de Internet, *12º Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2016*, en [[https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitos-del_Usuario_2016.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitos_del_Usuario_2016.pdf)] (consulta: 31 de mayo de 2016).

Entonces, el uso preponderante de estas herramientas tecnológicas es el entretenimiento; por ende, las redes sociales tienen la capacidad potencial de construir una plataforma de participación ciudadana capaz de ampliar los alcances de los medios de participación tradicionales contenidos en el sistema democrático del México actual.

Para alcanzar el potencial real de las redes sociales e internet es necesario reducir la brecha digital, pues en “2015 sólo 43.4% de los hogares tenía conexión a internet”, lo que ubica a México por debajo de países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que en promedio tienen una cobertura de 75.8% señalando la falta de recursos económicos como la principal causa por la que la población mexicana no cuenta con una conexión a internet.³

Pero además de reducir la brecha digital, es muy importante señalar que se debe fomentar una cultura que logre modificar los contenidos y usos de las redes sociales y el internet, es decir, se debe crear las plataformas institucionales que promuevan la participación social, ya sea a través de consultas populares, foros para escuchar propuestas de ciudadanos en sus colonias, delegaciones, municipios, etc., o como un sistema que permita a los ciudadanos observar y opinar en los procesos administrativos de las instituciones. Esto debe ir de la mano con los programas institucionales educativos en todos los niveles, de tal forma que el conjunto de esfuerzos se traduzca en una cultura ciudadana de uso eficiente,

³ Instituto Nacional de Estadística y Educación (INEE), “Estadísticas a propósito del... Día Mundial del Internet (17 de mayo)”, 14 de mayo de 2015, disponible en [<http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/internet0.pdf>] (consulta: 1 de junio de 2016).

eficaz y responsable de internet y redes sociales, sin que esto sea causa o motivo para creer que el internet y las redes no deben emplearse para usos recreativos o de entretenimiento, sino que también representan la oportunidad de generar y socializar información útil que sea capaz de construir una conciencia individual y colectiva de que la responsabilidad de crear los espacios reflexivos en el ciberespacio empieza en lo individual, al tener presente que la calidad de la información que se consulta y se comparte será el resultado de la composición de la estructura del ciberespacio.

Es imprescindible saber que el resultado de las sinapsis ciberespaciales puede contribuir a resolver fenómenos que incluso se han agudizado con el uso de las redes sociales, como los casos de *ciberbullying* o problemas ambientales. Tan es así que la capacidad de generar conciencia en las sociedades para producir contenidos de calidad será determinante para la dirección que tomen las redes sociales como factor de cambio en los fenómenos político-sociales.

Libertad de expresión y medios de comunicación

Las redes sociales y el internet pueden ser un espacio para el ejercicio de la libertad de expresión, así lo considera 72.8% de personas que participaron en la encuesta telefónica nacional sobre *Redes sociales* del CESOP;⁴ 65.22% piensa que se fortalece la participación social y las movilizaciones. Considerando estos datos es muy interesante conocer la percepción de la socie-

⁴ *Ibid.*, p. 23.

dad en el uso de las redes sociales, y sabemos que al direccionar el manejo de información en estos medios se pueden generar fenómenos socioorganizacionales, como fue el caso de los estudiantes de la Universidad Iberoamericana que en 2011 iniciaron el movimiento *#Yo soy 132*, que generó una amplia participación del sector estudiantil en México como respuesta a una visita del entonces candidato a la Presidencia de la República, Enrique Peña Nieto, en donde se intentó minimizar una serie de cuestionamientos de los estudiantes. ¿Resultado? Una reacción de protesta en cadena a nivel nacional.

El movimiento *#Yo soy 132* representa un ejemplo de la velocidad con que un fenómeno social puede crecer y tomar fuerza en un tiempo récord. En este sentido, conocemos los alcances que posee internet y las redes sociales en el ámbito de la comunicación; sin embargo, la espontaneidad del movimiento reflejó que sus alcances eran fugaces, pues la falta de liderazgos e incluso la falta de teorías y objetivos que respaldaran el movimiento hicieron que este ejemplo de efervescencia social careciera de alcances políticos.

Otro caso que evidencia la trascendencia y las conquistas que pueden lograr las redes sociales y el internet es el de un movimiento político-guerrillero que en 1994 le declaró la guerra al gobierno de México. Un destacado ejemplo de buen uso de internet y redes sociales es el del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, pues de hecho en esa época el uso de internet en nuestro país era incipiente, por lo que la página Web de las milicias zapatistas comandada por el *Sub* Marcos fue una de las primeras en México, incluso su impacto político en la comunidad internacional impidió que se produjeran enfrentamientos armados cara a cara con ellos. Este

movimiento indígena en defensa de los derechos de los pueblos originarios sabía que desde ese plano tenían oportunidades de trascender. Su estrategia de comunicación, vía internet, funcionó tan bien que se generó una gran presión internacional por parte de las ONG hacia el gobierno de México que sirvió como medio de contención en la política nacional.

En la actualidad, para los protagonistas de la vida política, las oportunidades que brindan las redes sociales son aprovechadas para reforzar las acciones que se realizan en el trabajo de campo, ya sea desde el ámbito de las campañas políticas o desde la esfera institucional. Estas acciones se pueden vincular con sectores específicos de la sociedad, es decir, hoy día no es posible construir una candidatura sin el empleo de las redes sociales, a pesar de que éstas no son un elemento definitorio en las urnas, pues los seguidores de un político o partido no son sinónimo de la construcción de un capital político, pero sí constituyen una herramienta de comunicación necesaria con los sectores más jóvenes de la sociedad, principalmente.

Para el caso de los partidos políticos, el uso de las redes sociales representa una ventana para expresar lo que no es posible por medios de comunicación convencionales, por lo cual se ha popularizado en las redes sociales difundir escándalos políticos, en donde ya no existe una división clara entre el ámbito público y el privado, pues una característica personal como puede ser el color de piel o la preferencia sexual es empleada públicamente como un factor de ataque político.

Los ejemplos anteriormente expuestos reflejan el hecho de la permisibilidad e impacto que poseen las redes sociales y el internet como medios informativos frente a los medios

de comunicación tradicionales. Pero, ¿qué diferencias existen entre estas nuevas dinámicas de comunicación y los viejos sistemas? Lo que se puede inferir inicialmente es el rasgo unidireccional que ha prevalecido en los medios tradicionales, que replican un modelo de comunicación en donde sólo existe un emisor-receptor de manera vertical y con carácter jerárquico. Sin embargo, las redes sociales han dado paso a un modelo participativo con características horizontales, en donde cualquier persona puede crear la noticia, un modelo en el que las noticias son sometidas a la opinión de la sociedad y lo pueden expresar a través de chats, blogs, mensajería instantánea, correos electrónicos, etc. Entonces, ya sea en el medio político o social, el uso consciente y dirigido de las redes sociales puede crear contrapesos de información ante los medios de comunicación tradicionales.

Pero esta libertad que permiten las redes sociales e internet tiene que ser entendida como un elemento mismo del fortalecimiento de la crítica constructiva, para lo cual es necesario abrir el espectro al uso de criterios académicos, reflexivos, conscientes y razonados en la construcción social de un ente de conocimiento que se moldea a través de la evolución del pensamiento social, sin que esto implique una separación total de los vínculos emocionales que actualmente prevalecen en los fenómenos de comunicación de las redes sociales.

El ascenso de las redes como herramientas de participación social

A pesar de la persistente brecha digital, el potencial que tiene internet y las redes sociales como herramientas de participación social es

muy amplio; sin embargo, para que esta gran cantidad de información generada y expresada en memes o comentarios ácidos hacia políticos e instituciones pueda transformarse en elementos de participación social institucionalizada es necesario construir las plataformas que hagan realidad este ejercicio. Entonces, a pesar de que existe un gran impulso para generar participación social, que se puede apreciar al revisar la gran cantidad de grupos de Facebook y páginas en internet que tienen características de querer informar desde un punto de vista crítico, el hecho de que no exista un puente entre estos grupos y las instituciones hace que crezca la distancia entre una expresión social de la realidad política y sus efectos en la sociedad.

De acuerdo con la encuesta telefónica nacional *Redes sociales*⁵ 86.4% de los encuestados considera que las redes sociales incrementan la participación ciudadana y creen que las autoridades deben atender las solicitudes de ciudadanos que se realizan vía redes sociales e internet.

A pesar de que el internet y las redes sociales pueden ser un elemento clave para lograr una amplia participación ciudadana en los procesos democráticos de México, la voluntad de los gobiernos para generar sistemas y plataformas vinculantes en los procesos administrativos y en la toma de decisiones será decisivo para que la participación social se adecue a los ritmos de vida que actualmente rigen en la sociedad, pues sólo a través del establecimiento de plataformas tecnológicas e institucionalizadas se podrá pasar de los mecanismos de expresión y participación convencionales —como asambleas presenciales, marchas, plantones, etc.— a mecanismos organizados que sirvan como base para la amplia-

⁵ *Ibid.*, p. 55.

ción de la participación ciudadana como una oportunidad de crear los espacios de expresión y participación institucional tanto en el terreno público como privado, de tal forma que se aprovechen las herramientas tecnológicas para la ampliación de los procesos democráticos en el sistema político, que a su vez sirvan para el impulso y reforzamiento de una cultura de rendición de cuentas y transparencia.

La evolución de la participación ciudadana a través de las redes sociales ha generado que se extiendan las formas mediante las cuales se puede participar, tal como se aprecia en la encuesta aludida,⁶ pues 45.6% de los ciudadanos considera que con el simple hecho de mostrar un video, audio o fotografía en internet es suficiente para que las autoridades actúen como si se hiciera una denuncia formal; sin embargo, 48.9% considera que no es suficiente. El hecho de que la sociedad tenga que enfrentar estos polos de criterios radica en la evolución y el impacto que han tenido las redes sociales como medios de comunicación, ya sea como generadores o por el alcance en la distribución de información.

Otro reto que se debe enfrentar en la construcción de un sistema de participación ciudadana a través de internet y las redes sociales es la política, con la cual se subsana la brecha digital, pues la accesibilidad a internet ya es considerada un derecho humano de acuerdo con lo establecido por la Organización de las Naciones Unidas,⁷ por ende la accesibilidad asciende

⁶ *Ibid.*, p. 52.

⁷ Frank La Rue, Informe del relator especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, Organización de las Naciones Unidas, 2014, disponible en [http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf] (consulta: 31 de mayo de 2016).

a tema de derechos humanos y a compromiso que debe garantizar el Estado; sin embargo, la garantía de cumplimiento se encuentra en manos de intereses económicos, pues son empresas transnacionales las encargadas de cristalizar el que las personas *accesen* internet. Con este antecedente, ¿cómo se logrará incrementar la cobertura, cuando una empresa puede cuestionar la rentabilidad de acceso a una comunidad pequeña? O visto de otra manera, ¿cómo garantizar el acceso a un derecho conjugando el interés económico de empresas? Si bien es cierto que el reto es grande, también lo es que esta urdimbre de intereses puede explicar el porqué no se ha logrado reducir la brecha digital en México.

Riesgos, delitos y regulación

La investigación del CESOP⁸ evidencia que para el tema de los riesgos y delitos cometidos mediante el uso de las redes sociales, más de 90% de los ciudadanos consideran que el uso de las redes sociales podría provocar adicción o distracciones que afectan la vida cotidiana. Además, 73.9% de los ciudadanos saben o han escuchado que en las redes sociales se comparte contenido discriminatorio, 72.4% conoce o ha escuchado hablar del *ciberbullying* o del *cyberstalking* (acoso *on line*) y más de 45% de los encuestados conoce o sabe de alguien que ha sido insultado, humillado, difamado o exhibido, destacando que uno de cada cuatro usuarios de redes sociales han sido acosados.

Los datos de la encuesta en materia son relevantes considerando el hecho de que en México existe una “Policía Cibernética Federal

que opera a través del Centro Nacional de Respuesta a Incidentes Cibernéticos (CERT-MX); y que hasta el 2014 existían sólo cinco policías cibernéticas locales en los estados de Sinaloa, Coahuila, Ciudad de México, Jalisco y Estado de México”.⁹ En este sentido es de vital importancia considerar el hecho de que se registra un incremento en el uso de las redes sociales para consumir delitos, sin embargo no todos los estados cuentan con una policía cibernética local para que actúen en plena coordinación con las instituciones encargadas de la seguridad y prevención del delito locales y federales y operar como una especie de extensión de ellas.

Pero la responsabilidad de reducir crímenes y violencia en el ciberespacio es de todos los usuarios, pues como individuos debemos generar conciencia y actuar desde un criterio de responsabilidad social, seleccionando los contenidos, imágenes y sitios que visitamos en internet. También formulando denuncias cuando se juzgue necesario y exigiendo la creación e integración de plataformas de vigilancia de las policías cibernéticas. La labor es de todos los usuarios, pues la promulgación de una ley no es sinónimo de su cumplimiento o erradicación de un problema.

De vuelta al mismo instrumento de sondeo de opinión pública elaborado por este Centro de Estudios,¹⁰ 70% de los ciudadanos consideran que con la regulación sobre las redes sociales disminuiría el índice de delitos que se co-

⁸ *Ibid.*, p. 24.

⁹ Coordinación de Comunicación Social del Senado de la República, boletín de prensa, disponible en [<http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/grupos-parlamentarios/boletines-gp/19015-destaca-senador-luis-armando-melgar-bravo-logro-de-ciberpolicia-pide-fortalecer-su-operatividad.html>] (consulta: 1 de junio de 2016).

¹⁰ CESOP, *Encuesta telefónica nacional...*, *op. cit.*

menten utilizando estos medios. El dato puede ser reflejo de que la vigilancia y las políticas de prevención del delito implementadas por la policía cibernética en las redes sociales e internet no son suficientes o no han sido adecuadas para frenar la violencia. Se deben realizar investigaciones para determinar las direcciones hacia las cuales apuntar las políticas, pero en un primer análisis es necesario establecer vínculos institucionales que generen una cultura preventiva en el campo de la educación, además de generar una cooperación interinstitucional que propicie un ejercicio pleno y amplio de actuación por parte de las instituciones encargadas.

La regulación de lo que ocurre en las redes sociales está asociada directamente con el derecho a la libre expresión, por lo cual es necesario interrogar: ¿qué se pretende regular en las redes sociales e internet?, pues el medio tecnológico no es el origen de los delitos sino son los individuos quienes cometen los delitos. En este sentido es fundamental el papel que juegan las instituciones encargadas de la seguridad, pues deben actuar con base en el establecimiento o adecuación de un marco legal que les permita atender el fenómeno en su dimensión real, es decir, en un plano transnacional, pues muchos de los delitos que se cometen cibernéticamente poseen las características de impactar a escala nacional e internacional, por lo cual se debe fomentar la celebración de tratados o acuerdos internacionales que amplíen el marco de actuación de las policías cibernéticas.

Conclusión

Las redes sociales también pueden ser vistas como un reflejo de la realidad política, econó-

mica, educativa, cultural e incluso moral que caracterizan a una sociedad. En este sentido es de vital importancia entender que el mundo virtual se urde desde la composición de modelos de pensamientos individuales y grupales que son exteriorizados a través de las redes sociales, creando pensamientos que pueden estar dirigidos únicamente para manifestar emociones o pueden integrar parte de una red de pensamientos reflexivos, críticos y constructivos e incluso académicos y científicos.

El poder modificar los paradigmas con los cuales se genera y comparte información en las redes sociales es de vital importancia, considerando el hecho de que la humanidad en su conjunto tiene la responsabilidad de enfrentar los retos que el propio “desarrollo” científico-tecnológico ha generado como producto del sistema económico internacional y financiero. Entonces, es necesario reflexionar sobre el uso que debe darse al internet y a las redes sociales. Así pues, muchos de los retos que enfrenta la humanidad son de carácter transnacional y tienen que ser atendidos en su justa dimensión, para lo cual las redes sociales pueden tejer el puente entre las instituciones internacionales, la comunidad global y los gobiernos.

El impulso de crear los sistemas y plataformas de participación ciudadana a nivel local e internacional es responsabilidad de los gobiernos en turno, pues sólo a través de los cauces institucionales se lograrán establecer acciones vinculantes que fortalezcan los sistemas democráticos que permitan una integración plena de la transparencia y rendición de cuentas.

Del tránsito de la comunicación “cara a cara” a “pantalla a pantalla”: comunidad y familia en las redes sociales

Rafael Villarreal Ordóñez*

Introducción

Más allá de su incuestionable influencia en el mundo de la política, de la economía o de los medios de comunicación, las redes sociales surgen de la ególatra necesidad de ver y ser vistos. Emergen del eufemismo absurdo del “quiero y no puedo” con el que aspiramos a disimular nuestras indescifrables carencias. Su elemento más característico es la utopía. Generalmente, nuestros perfiles simulan una vida de excelencia, felicidad, inteligencia y popularidad que en el mundo real insinuarían una novela más próxima a la ficción que a donde la apabullante realidad nos confina.

Pero, con la connotación de comunidad y familia, ¿cuáles son las consecuencias del cada vez más fácil acceso a tales plataformas? Podrían englobarse en dos grandes temas que

tienen que ver con la autoidolatría y la aventurada exposición pública.

Narcisismo, ansiedad y adicción

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el acceso a redes sociales es la principal actividad de los internautas en México.

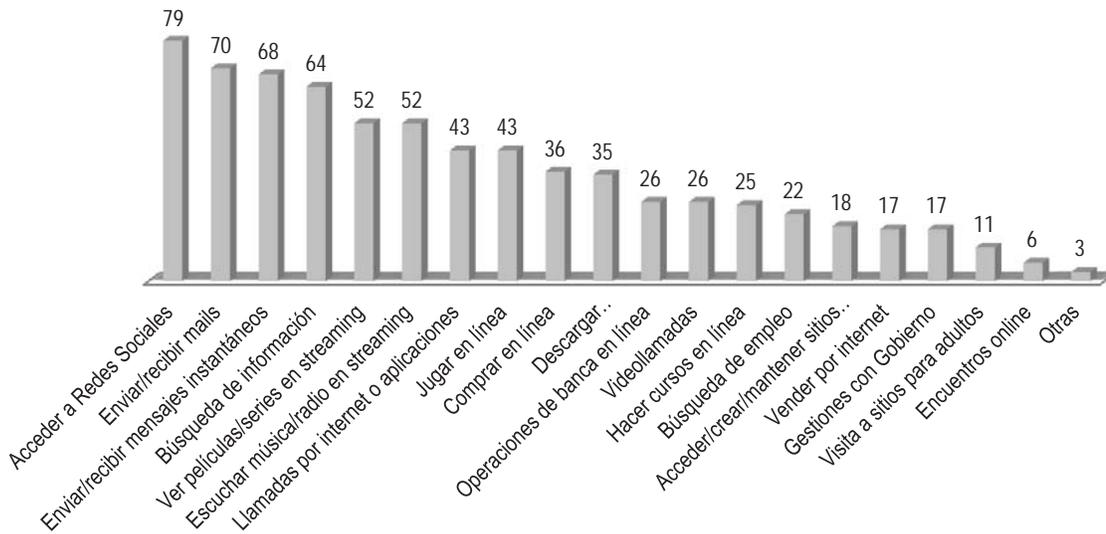
La AMIPCI revela que cada usuario está inscrito a cinco redes sociales en promedio; sin embargo, *Facebook* se consolida una vez más (2016) como la red de referencia en nuestro país. Su esencia es muy sencilla: ofrece una plataforma que conecta personas con personas (Gráfica 1).

La *Brunel University London* realizó en 2015 un estudio¹ a un grupo de voluntarios con el objetivo de determinar ciertos rasgos de personalidad como extroversión, neurosis,

*Licenciado en derecho con especialidad en políticas públicas y cohesión social. Línea de investigación: administración pública federal. Con más de 15 años de experiencia en el Poder Legislativo. Correo electrónico: rvillarreal@cesop.mx

¹Tara C. Marsahall, Katharina Lefrinhausen y Nelli Ferenczi, “Personality and individual differences”, *Science Direct*, vol. 85, octubre 2015, pp. 35-40.

Gráfica 1. Uso del internet en México



Fuente: Elaborada por el CESOP con información del 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de internet en México 2016–AMIPCI, abril, 2016.

franqueza, agradabilidad, escrupulosidad, autoestima y narcisismo. Los resultados fueron los siguientes (Gráfica 2):

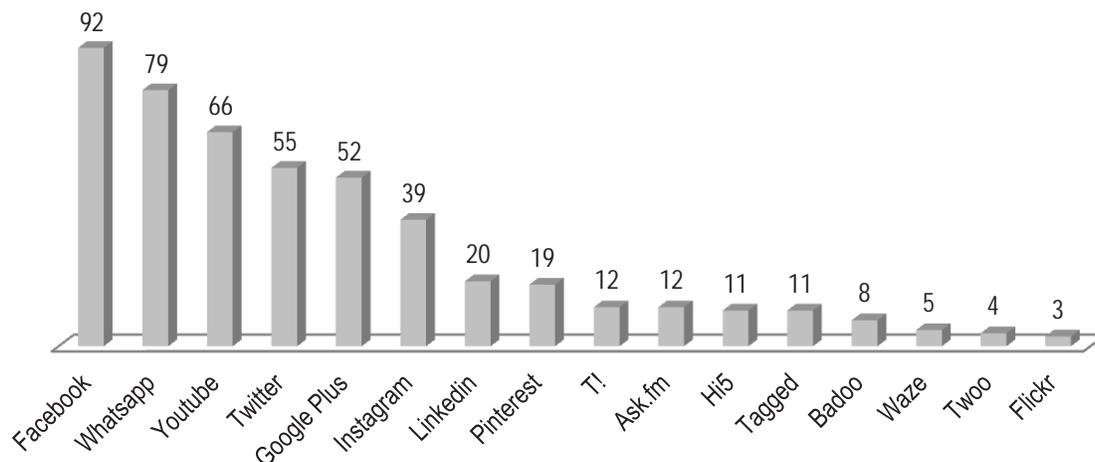
- a) El exceso de actualizaciones de estado relacionadas con las relaciones personales y de pareja suele ser un indicador de baja autoestima.
- b) Las actualizaciones muy numerosas relativas a logros personales, ejercicio físico o dieta suelen estar asociadas a personalidades narcisistas y necesidades de atención que buscan aprobación y refuerzo en la comunidad.
- c) Las actualizaciones excesivas respecto a los hijos suelen denotar personalidades escrupulosas.

El estudio no demuestra que las actualizaciones de estado están ligadas a la personalidad, sino que intenta determinar qué es más

aceptado por los demás usuarios y qué cosas despiertan más rechazo. Los investigadores registran que el apoyo de la comunidad en Facebook tiene beneficios psicológicos similares a los del sentimiento de inclusión o pertenencia a un grupo social. Las comunicaciones sobre logros personales son las que más aceptación recogen en forma de “*Me gusta*” y comentarios a favor. Sin embargo, el estudio advierte que este tipo de actualizaciones narcisistas suelen recibir un alto porcentaje de apoyos de cortesía por parte de usuarios que en realidad desprecian ese comportamiento.

En general, una de las consecuencias más directas (y quizá más dañinas del uso excesivo de las redes) es que cada vez nos cuesta más improvisar conversaciones cara a cara; estamos más centrados en la tecnología y menos en los demás; ensimismados en la búsqueda de una aceptación artificial. Con la oferta de hacernos la vida más fácil,

Gráfica 2. Redes sociales más usadas



Fuente: Elaborada por el CESOP con información del 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de internet en México, 2016—AMIPCI, abril de 2016.

las redes sociales se han vuelto intermediarias de nuestras relaciones y han invadido de lleno nuestras vidas. “La tecnología digital está reconectando nuestros cerebros para la distracción y la adicción”.²

Hemos desarrollado comportamientos adictivos que han desplazado nuestra convivencia con una nueva forma de estar “juntos, pero solos”, lo que provoca que nuestras relaciones se vuelvan cada vez más superficiales e impersonales, hasta el punto de que podemos estar conectados con muchas personas a la vez, pero sin establecer una verdadera comunicación con ninguna de ellas. “Hoy día evitamos al máximo el trato personal, lo que nos lleva a perder mucho más de lo que nos imaginamos. Necesitamos darnos cuenta de que, sin conversación, no entablaremos relaciones verdaderas”.³

² Sylvia Hart Frejd, *How technology is shaping you and your relationships*, Baker Publishing Group, 2013.

³ “The digital invasion”, en Dr. Archibald y D. Hart, *How technology is shaping you and your relationships*, Baker Publishing Group, 2013.

Desintegración familiar y comisión de delitos cibernéticos

El desarrollo tecnológico está dejando sus consecuencias en el entorno de los hogares mexicanos con alarmantes implicaciones: la ruptura de los lazos afectivos, legales y sociales que unen a la pareja y a ésta con sus hijos. Esto ocurre en los diferentes tipos de hogares, completos y organizados; completos pero desorganizados; incompletos pero organizados e incompletos y desorganizados.

Se habla de un *hogar completo* cuando está integrado por ambos padres. Un hogar puede quedar *incompleto* al faltar uno de ellos, ya sea por divorcio, abandono, muerte, enfermedades, condenas o trabajos que producen su ausencia prolongada. Un *hogar organizado* es aquel que independientemente de la forma en que esté constituido, es estable y satisface las condiciones materiales, es decir, de orden y de limpieza, así como de alimentos y de ropa; asimismo satisface las condiciones morales de

afectuosa unión y atención de problemas de los hijos.

Hoy en día, a la falta de preparación de las parejas para resolver problemas de convivencia, el crecimiento natural de la familia, la diferencia de clases sociales, religiosas, falta de comprensión relacionadas con el sexo, diferencias temperamentales, la muerte, la inmadurez emocional, moral o familiar influida por vicios como el alcoholismo, la drogadicción, la pobreza mal llevada, la ignorancia, la inmoralidad o la enfermedad, sumamos la imprevisible llegada de las redes sociales a la familia como factor determinante de coexistencia. Terminó la era de la resolución natural de conflictos, dando la bienvenida al aislamiento y repliegue (Gráfica 3).

De acuerdo con los resultados obtenidos por la AMIPCI, el hogar es el lugar de conexión por excelencia, seguido por la posibilidad de conectarse desde cualquier lugar gracias a los dispositivos móviles en el trabajo y la escuela (Gráfica 4). También el estudio resalta el detrimento de los cibercafés, es decir, en casa hemos encontrado el refugio

e independencia necesarios para “estar, sin necesariamente estar”.

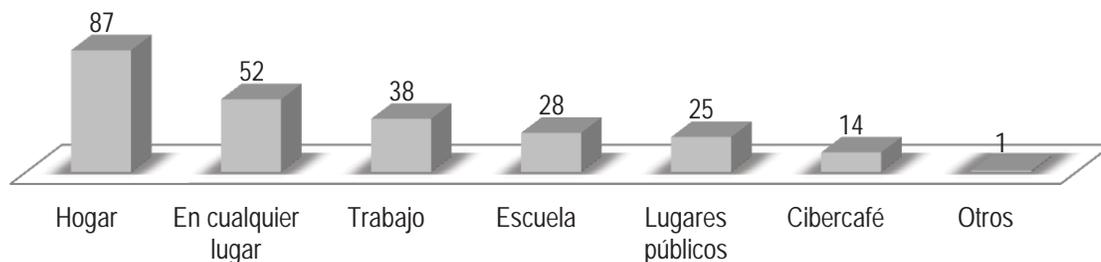
El uso del teléfono celular se ha convertido en una adicción; situación que va *in crescendo* y muestra un preocupante aumento en los últimos años. Los jóvenes ya no tienen contacto social y físico, lo que ha llevado a la depresión y al incremento en el número de suicidios.

Los teléfonos inteligentes, tabletas y las redes sociales son ya motivo de preocupación en materia de salud mental. Dentro de la Encuesta Estatal de Adicciones 2014-2015, apartado Yucatán, las nuevas tecnologías se equiparan a adicciones como las del tabaco, alcohol y otras drogas que dañan la salud mental. Son identificadas como *drogas sociales* (Figura 1).⁴

Phubbing

El término *phubbing* podría describirse como “ignorar a una persona con la que se tiene una interacción social por revisar algún dispositivo”. El término proviene de *phone* y *snubbing*,

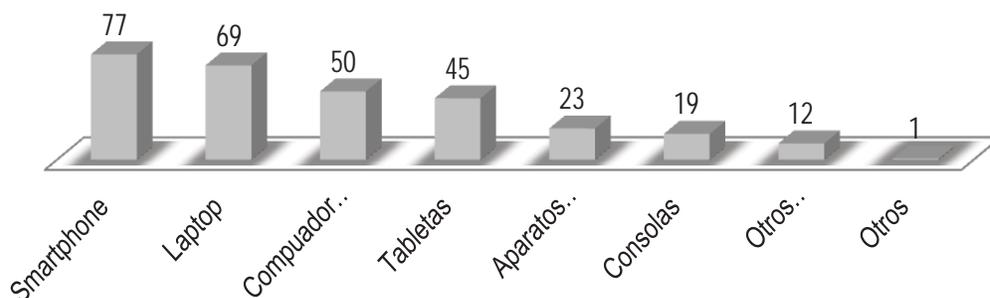
Gráfica 3. Lugar de conexión



Fuente: Elaborada por el CESOP con información del 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de internet en México 2016—AMIPCI, abril de 2016.

⁴ Encuesta Estatal de Adicciones 2014-2015; Servicios de Salud de Yucatán, en [http://salud.yucatan.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/ENCUESTA_ESTATAL_DE_ADICCIONES_2014-2015.pdf].

Gráfica 4. Dispositivos de conexión



Fuente: Elaborada por el CESOP con información del 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de internet en México 2016–AMIPCI, abril de 2016.

Figura 1



es decir, teléfono + desaire, desprecio, rechazo: obsesión por demostrar a los demás que el celular es más importante que ellos. “En realidad, el *phubbing* es la afectación que un adicto a las redes sociales puede causar en los demás

desde el punto de vista de la víctima de un problema de adicción”.⁵

Esta práctica se deriva del abuso en la utilización de los dispositivos móviles para estar “conectados” con el mundo a través de redes sociales virtuales, como Facebook, Twitter y WhatsApp, lo que provoca incluso que las personas duerman con su celular y lo primero que hagan, al levantarse, sea checar sus notificaciones.

México ocupa el lugar número 9 dentro de la zonas en el mundo con problemas de *phubbing*.⁶

***Cyberbullying* (ciberacoso)**

Se trata básicamente del uso de las redes sociales para ejercer un acoso psicológico. Estamos ante un caso de *cyberbullying* cuando un o una menor atormenta, amenaza, hostiga, humilla o molesta a otro/a mediante internet, teléfonos móviles, consolas de juegos u otras tecnologías.⁷ El *cyberbullying* se define como

⁵ Roberto Ruz, líder del movimiento “Eres lo que publicas”, disponible en www.eresloquepublicas.com.

⁶ En [<http://www.stopphubbing.com>].

⁷ En [<http://www.cyberbullying.com>].

“acoso entre iguales en el entorno TIC, e incluye actuaciones de chantaje, vejaciones e insultos de niños a otros niños”.⁸

Debido al daño tan grave que ha ocasionado en los últimos tiempos dentro del entorno familiar, se creó la plataforma #Yoloborro, que es una forma de frenar el ciberacoso que busca que no se contribuya a difundir comunicaciones malintencionadas como chismes, rumores y fotografías comprometedoras. “Para eso lo mejor es simplemente borrarlas de tu teléfono o computadora”, explica la iniciativa.

La campaña #YoLoBorro, convocada por las Comisiones de Ciencia y Tecnología del Congreso de la Unión y lanzada por diversos organismos públicos y privados, está encaminada a prevenir y combatir el acoso cibernético. La coordina el Foro Consultivo Científico y Tecnológico y le dan cuerpo cuatro instituciones más:

- El Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz (INPRFM), encargado de proporcionar el marco conceptual y los contenidos.
- La Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM, responsable de elaborar mensajes y difundirlos.
- La Asociación Mexicana de Internet, que se encarga del portal Web, las redes sociales y las aplicaciones relacionadas con la campaña.
- La Red Nacional de Consejos y Organismos Estatales de Ciencia y Tecnología, que identificará instituciones, organizaciones y personas que puedan

⁸ “Estudio sobre hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres”, Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (Inteco), marzo de 2009.

contribuir a desarrollar la campaña para ir las incorporando a ésta.

Sexting

Mucha gente navega por la red para conocer personas nuevas y, en algunos casos, incluso pueden plantearse algún tipo de experiencia sexual. Para ello hay muy diversas formas como las webs de contactos específicas, pero recientemente han surgido sitios donde es posible *chatear* con desconocidos de forma aleatoria usando la *webcam*, como por ejemplo *Chat-Roulette*, que en buena medida han marcado tendencia hacia relaciones menos profundas y quizás con mucho más riesgo.

Estos contactos terminan, tarde o temprano, en chantajes que después de grabar el desnudo de la víctima, solicitan dinero para que no sea publicado o incluso mostrado a sus amigos y familiares identificados en las redes sociales.

Luz María Velázquez Reyes, del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México, realizó un estudio en 2011 que arrojó las siguientes cifras:⁹

- 80% habían visto imágenes de personas semidesnudas o desnudas en las redes sociales.
- 20% se tomó fotografías o videos sexualmente sugestivos.
- 20% recibió invitaciones para retratarse en poses eróticas o pornográficas.
- 45% compartió material erótico recibido por teléfonos celulares.

⁹ Estudio publicado en la página oficial del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, en [[http://www.snte.org.mx/assets/sexting%20\(1\).pdf](http://www.snte.org.mx/assets/sexting%20(1).pdf)].

- 10% lo ha publicado en sus perfiles o lo ha enviado a sus contactos.
- 60% recibió imágenes o videos con estas características.
- En 25% de los casos, los jóvenes los comparten con su pareja, y 10% con personas cercanas.
- 55% de los encuestados conoce a alguien que guarda fotografías o videos de novias.

sea personal o virtual, donde se le permite a los usuarios compartir con otros aficiones, creencias o ideologías.

Nadie podría decir que no facilitan las relaciones entre las personas; incluso que evitan cualquier tipo de barrera cultural o física. Nos abastecen de cualquier tipo de información necesaria en cada momento y son extraordinarias en la instantaneidad para conocer los sucesos en el mundo.

No obstante, el involucramiento sin límite, el abuso o simplemente el desconocimiento de las implicaciones que las nuevas tecnologías podrían tener en nuestro entorno constituyen la ecuación perfecta para la pérdida de valores, la desintegración familiar y el deterioro de nuestro horizonte más elemental como sociedad.

Conclusión

Las redes sociales favorecen la participación y el trabajo entre personas que no necesariamente deben estar en un mismo lugar para poder realizarlo; permiten construir una identidad ya

Accesibilidad a las redes sociales de las personas con discapacidad en México como herramienta laboral

Marcos Palafox Reyes*

Antecedentes

La *discapacidad* es un problema mundial en ascenso, por lo que resulta fundamental que los Estados desarrollen políticas públicas en los sectores de educación, salud, empleo, alimentación y vivienda, con el objeto de procurar el bienestar de esta población.

En México, de acuerdo con información reciente de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), alrededor de 6.6% de la población mexicana reportó padecer algún tipo de discapacidad (Conacyt, 2015).

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad fomenta la plena integración y desarrollo de las personas con

discapacidad en todas las áreas de la vida. Sugiere para ello un cambio paradigmático de las actitudes y enfoques respecto a sus derechos. Esta Convención y su Protocolo Facultativo fueron aprobados el 13 de diciembre de 2006 en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York y entraron en vigor el 3 de mayo de 2008.

Tanto la Organización Mundial de la Salud y el Banco Mundial definen la *discapacidad* como parte de la condición humana: casi todas las personas sufrirán algún tipo de discapacidad transitoria o permanente en algún momento de su vida, y las que lleguen a la senilidad experimentarán dificultades de funcionamiento crecientes. La discapacidad es compleja, y las intervenciones para superar las desventajas asociadas a ella son múltiples, sistémicas y varían según el contexto.¹

En México todo tipo de discriminación está prohibida, tal como lo establece el artículo 1º de la Constitución Política de los Estados

* Marcos Palafox Reyes, discapacitado visual egresado de la Escuela Nacional para Ciegos, donde adquirió las bases de conocimientos de educación especial, para integrarse a la educación básica y media superior en la Preparatoria 7. Es licenciado en derecho por la UNAM. Actualmente es docente a nivel secundaria de la Secretaría de Educación Pública y en la Cámara de Diputados se desempeña como investigador en el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP).

¹ Organización Mundial de la Salud (OMS) y Grupo del Banco Mundial (BM), Resumen, Informe Mundial sobre la Discapacidad, Ginebra, 2011, disponible en [http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf?ua=1].

Unidos Mexicanos, además todas las personas gozan de los derechos humanos reconocidos en la Ley Suprema. Asimismo, señala que todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad; en consecuencia el Estado mexicano está obligado a prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, en los términos establecidos de nuestra legislación. No obstante, no considera específicamente a las personas con discapacidad en la educación, en lo laboral ni en lo social; es decir, únicamente lo que prohíbe es la discriminación por esta condición.

En 2008 entró en vigor la Ley General de las Personas con Discapacidad, fue necesario reformarla, se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el 30 de marzo de 2011 para quedar como Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad, con texto vigente. Y nuevamente, la Ley Federal del Trabajo sólo refiere que no debe existir discriminación por discapacidad. La Ley General de Educación actual, en su artículo 41, hace hincapié en las personas con discapacidad mediante el aprendizaje y la participación plena en la sociedad, implementando la educación especial en las instituciones a nivel básico, medio superior y superior en toda la república mexicana.

El Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) ha establecido que el compromiso en materia de discapacidad se oriente a promover políticas públicas en los sectores de salud, educación, protección social, trabajo, transporte y vivienda, establecidas en el marco constitucional vigente.

Las redes sociales

Se cuenta con varias definiciones con respecto al concepto de *redes sociales*, pero varios investigadores demuestran que una red social es un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, o como herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos.²

El nacimiento de las redes sociales ocurrió con el envío del primer correo electrónico entre dos computadoras en 1971, pero se considera a 1995 formalmente como su nacimiento en atención al aumento de número de usuarios de los sitios web. En esta misma fecha, Randy Conrads crea *Classmate*, una red social para contactar antiguos compañeros de estudios. *Classmate* es para muchos el primer servicio de red social debido a que se observa en ella el origen de Facebook y otras redes para el contacto entre alumnos y exalumnos.³ A partir de este tiempo se crearon y se perfeccionaron las que ya existen, diferentes plataformas y medios de comunicación de las redes sociales.

Una red social, a nivel general, es una estructura social formada por nodos;⁴ actualmente es una herramienta útil en la vida de las personas

² Alberto Ureña (coord.), *Las redes sociales en internet*, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), España, 2011, p. 11, disponible en [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-documento_0.pdf].

³ Rebeca Valenzuela Argüelles, "Las redes sociales y su aplicación en la educación", *Revista Digital Universitaria*, vol. 14, núm. 4, México, UNAM, abril 2014, p. 5, disponible en [<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf>].

⁴ *Ibid.*, p. 7.

en los diferentes ámbitos en donde desarrolla sus actividades. El Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (Inteco), de España, define las *redes sociales on-line* como los servicios prestados a través de internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permitan interactuar con el resto de los usuarios afines.⁵ Esta forma de comunicación masiva tiene diferentes clasificaciones y categorías según las necesidades del usuario, a nivel profesional, de contenidos especializados e investigación, de instituciones públicas y privadas.

La estructura de la red social tiene un mecanismo de contagio social a través de sus componentes, que se fundamenta en el principio de la homofilia (*homophily*) por el cual el usuario tiende a conectarse con otros individuos con los que compartimos una serie de características y en el principio del *vínculo débil* (*weak tie*), según el cual en ocasiones formamos conexiones con individuos que nos permiten acceder a redes de contactos.⁶

Acerca del tema que nos ocupa, el uso de las redes sociales por personas con discapacidad, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) impulsa estrategias destinadas a lograr una mayor utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la adquisición y el intercambio de conocimientos a fin de reducir las disparidades en cuanto al acceso a la información y el conocimiento, fomentando particularmente el acceso por parte de las personas con discapacidad, las

comunidades locales, los pueblos indígenas y los grupos minoritarios.⁷

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

Se conoce como las TIC a medios tales como la prensa, el cine, el radio, la televisión, los celulares, tabletas y por supuesto la computadora; incluyendo el internet, los blog, las redes sociales, los objetos de aprendizaje, el *software* educativo, los materiales digitalizados y enriquecidos con elementos multimedia, la realidad virtual, la realidad aumentada, los Códigos de Respuesta Rápida (QR, por sus siglas en inglés, *quick response*) y el Servicio de Mensajes de Texto Cortos (SMS). Las TIC por sí mismas no tienen como objetivo central ofrecer accesibilidad a las personas con discapacidad, pero poco a poco han ido incorporado más elementos, aplicaciones e innovaciones que favorecen su inclusión.⁸ De tal suerte que estos recursos tecnológicos realmente han ampliado el desarrollo de la comunidad con discapacidad en el campo laboral, profesional, cultural y social, porque las ocupan para compartir y adquirir conocimientos.

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), celebrada en Ginebra

⁷ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), *Informe sobre el uso de las tecnologías de Información y Comunicación (TIC)*, Quito, 2012, disponible en [<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002163/216382s.pdf>].

⁸ María del Rosario Luna Kano, "Tecnología y discapacidad: una mirada pedagógica", *Revista Digital Universitaria*, vol. 14, núm. 12, México, UNAM, p. 5, diciembre 2013, disponible en [<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num12/art53/>].

⁵ Ureña, *Las redes sociales...*, op. cit., p. 12.

⁶ *Ibid.*, p. 22.

en 2003 y en Túnez en 2005, se centraron en el potencial de las TIC y en los retos que plantean a escala mundial. Su principal objetivo y el proceso subsiguiente fue fomentar la colaboración y el diálogo en todo el mundo con miras a construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, tal como reza la Declaración de Principios de Ginebra. La contribución específica de la UNESCO a la CMSI estriba en el énfasis en la instauración de sociedades del conocimiento integradoras y en la dimensión humana de dichas sociedades.⁹ Es decir, los objetivos de la Cumbre ponen atención especial a la educación, el conocimiento, la información y la comunicación, para procurar la inclusión de las personas con discapacidad en los diferentes ámbitos de la sociedad.

Sin embargo, en el sector educativo en México el uso de las TIC se reduce a la enseñanza y el uso del internet, el correo electrónico, el Facebook y el Twitter. Concretamente, la capacitación dirigida a las personas con discapacidad es para el uso de las nuevas tecnologías como lectores de pantalla como el Jaws —acrónimo de *Job Access with Speech*, que es un *software* lector de pantalla para ciegos o personas con visión reducida—, amplificadores y lupas, Braille, *Dragon*, *Notebooks*, PC, NVDA y *software* libre, *e-texto* y *Daisy*. La adquisición de estos productos es limitada, pues sus costos son muy elevados excepto cuando se consiguen mediante donación. La confección artesanal de

⁹ UNESCO, *Informe sobre el uso...*, p.7, disponible en [<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002163/216382s.pdf>].

dispositivos de apoyo constituye una alternativa.¹⁰

En otro orden de ideas, en México se cuenta con el Consejo Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de las Personas con Discapacidad (Conadis) que es el órgano rector de las políticas públicas en la materia. Su objetivo es apoyar en la articulación de esfuerzos para mejorar la calidad de vida de estas personas.

También se cuenta con el Programa Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de las Personas con Discapacidad para 2014-2018. El gobierno federal ha destinado recursos para crear las instituciones y mecanismos a fin de garantizar los derechos de las personas con discapacidad y contribuir a su desarrollo integral e inclusión plena, con el fin de que las personas encuentren las oportunidades para que tengan una mejor calidad de vida en todas las áreas como educación, transporte, salud y tecnologías de información.

Conclusiones.

Cuestión de accesibilidad

Los objetivos principales planteados en la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, incorporados en los programas y acciones de la administración pública, se orientan a promover acciones para garantizar su accesibilidad a:

- los servicios de salud
- al trabajo y la vivienda
- a la educación, cultura, deporte y turismo
- el transporte

¹⁰ *Ibid.*, p. 20.

- a las tecnologías de la información.

Así como hace falta un diseño universal en espacios públicos y privados; y finalmente, apuntar hacia la armonización legislativa para facilitar el acceso a la justicia y la participación política de las personas con discapacidad.

Los principales obstáculos para las personas con discapacidad son: la falta de políticas

públicas que articulen los ámbitos educativo-laboral-social; un marco legal débil para la defensa de los derechos; la confusión entre organizaciones de personas con discapacidad y organizaciones prestadoras de servicios; el desconocimiento de derechos y de mecanismos de exigibilidad; desconocer las ventajas que conlleva el uso de las TIC y las pocas posibilidades de acceso a ellas.

Redes sociales y procesos electorales: una perspectiva de género

Luis Miguel Martínez Cervantes*
y Tania Jimena Enríquez Mier**

Introducción

El *análisis de contenido* emerge del estudio de los datos y los patrones encontrados en un monitoreo de medios y permite estimar la percepción de un actor o de un tema a través del espacio dedicado en los medios, la contextualización de la información en éstos y la presentación de la misma en términos de cantidad o volumen, de su frecuencia o periodicidad y de la polaridad o sentimiento asociado al actor o tema en estudio. Tal como lo destaca Krippendorff,¹ el análisis de contenido permite realizar “inferencias válidas de los datos al contexto”. En la práctica actual, el monitoreo de medios se centra en la informa-

ción noticiosa que se transmite en los medios de comunicación masiva y que puede tener un impacto en la percepción de las personas que consumen dicha información mediante la remediación del hecho noticioso a través de la interpretación y presentación en la televisión, el radio y los periódicos.

Conforme nos adentramos más en una sociedad que depende en mayor medida de otros medios de comunicación para el consumo de información, los medios convencionales parecen perder relevancia y las plataformas o espacios que existen en internet se han posicionado como canales de comunicación que ofrecen inmediatez y saturación,² como ventajas competitivas que aseguran son consistentes con las expectativas de los jóvenes electores. Sin embargo, las promesas de una sociedad más democrática con acceso equitativo a la información y al medio —y que ofrecen nuevas plataformas o espacios informativos— han heredado defectos de otras fuentes de información que aun impiden este acceso equitativo a la información y el ejercicio de la libertad de expresión. Entre estas problemá-

* Coordinador del Programa de Convergencia Digital de la Universidad Iberoamericana, miembro del Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Correo electrónico: luism.martinez@uia.mx

** Consultora e investigadora asociada del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Directora General de GET Estrategas.

¹ K. Krippendorff, “Content analysis”, en E. Barnouw *et al.*, *International encyclopedia of communication*, vol. 1, Nueva York, Oxford University Press, 1989, pp. 403-407.

² R. Grusin, J. D. Bolter, ‘Remediation: Understanding new media’, Cambridge, MA, MIT Press, 2000.

ticas aún encontramos el manejo de las diversas perspectivas de género.³ Diversos instrumentos han hecho un llamado a una mayor participación de la mujer en los medios de comunicación, incluyendo la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing⁴ (1995), el Plan de Acción de la Agenda para el Desarrollo Sostenible,⁵ y las Metas del Desarrollo Sostenible.

Al analizar el flujo del contenido en un contexto mediático es importante considerar en términos cuantitativos el espacio que se da a los actores y a los temas, el universo de consumo, la audiencia probable y el contraste entre los distintos medios. También es conveniente distinguir entre *cobertura*, *audiencia* y *alcance*. Pese a que hemos tratado de analizar la información en estas dimensiones, encontramos que no toda la información está disponible o es accesible. En este artículo presentamos los resultados de diversos estudios que se han realizado en la Universidad Iberoamericana respecto a la participación de género en los medios de comunicación. Particularmente, analizamos el caso de la elección de los integrantes de la Asamblea Constituyente de la Ciudad de México (ACCDMX).

La perspectiva de género en los procesos electorales

Si bien la escasa participación de las mujeres en los procesos electorales —como candidatas

a cargos de elección popular— significó un retroceso en materia de igualdad de género durante décadas en México, a partir de 1993 se promovieron diversas acciones afirmativas en la legislación electoral con el propósito de garantizar la equidad en las candidaturas al interior de los partidos políticos. Varias reformas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe) se han instrumentado progresivamente para asegurar el principio de paridad, entre ellas se encuentra la obligatoriedad de una cuota de género de 50% de candidaturas a diputados y senadores destinado a mujeres.⁶

Dicho sistema de cuota ha generado cambios sustantivos en los procesos y resultados electorales. Los datos muestran el incremento del número de mujeres tanto en la Cámara de Diputados como en el Senado de la República, a pesar de no contar con una paridad real de 50%. El porcentaje de legisladoras en la Cámara baja pasó de 16% en 2000 a 42.4% en 2015 y en la Cámara alta de 16.4% en 2000 a 35.4% en 2015. Sin embargo, este avance no se ha visto necesariamente reflejado en la participación de las mujeres en los órganos de dirección de alto nivel o en la toma de decisiones. De las 56 comisiones ordinarias en la actual LXIII Legislatura de la Cámara de Diputados, únicamente 17 son presididas por mujeres. Disparidades similares se observan en la coordinación de las bancadas⁷ y en la

³ S. Carroll, R. Fox (2013), *Gender and elections*, Estados Unidos, Cambridge University Press, 2013.

⁴ Declaration of Beijing 1995, “Platform for action”, Fourth World Conference on Women.

⁵ N. Kabeer, “Gender mainstreaming in poverty eradication and the Millennium Development Goals: A handbook for policy-makers and other stakeholders”, 2003, Commonwealth Secretariat.

⁶ N.B. El sistema de cuotas se fundamenta en un recurso jurídico que obliga a los partidos políticos a garantizar la participación de las mujeres en la postulación de las candidaturas.

⁷ Cfr. listado de comisiones o comités de la LXIII Legislatura, disponible en [http://sitl.diputados.gob.mx/LXIII_leg/listado_de_comisioneslxiii.php?tct=1] (consulta: 27 de mayo de 2016).

Cámara de Senadores y las fracciones parlamentarias en el Senado.⁸

Pese a los avances en cuanto al acceso de la mujer a los espacios políticos a nivel federal, su efectiva participación a nivel local —en los diversos estados del país— ha sido mucho más lenta. Tal es el caso de la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México. Si bien la cuota de género aumentó el número de mujeres candidatas —148 frente a 151 candidatos hombres en la elección intermedia de 2015— ($G=0.98$),⁹ la misma proporción no se reflejó en el resultado electoral con 28 mujeres y 38 hombres electos ($G=0.74$). Misma situación se presentó con las candidaturas a las jefaturas delegacionales: 64 mujeres y 69 hombres se postularon ($G=0.93$), donde resultaron únicamente 4 mujeres electas (se eligieron 12 hombres resultando en $G=0.33$).

Si el cumplimiento de las cuotas de género en las candidaturas no garantiza el mismo resultado que el número de mujeres electas, ¿qué tan efectiva es la medida? Sin duda el recurso al principio de discriminación positiva (sistema de cuotas) por sí solo difícilmente certifica la inclusión equitativa de la mujer al ámbito político. Diversas barreras estructurales e institucionales limitan, hoy en día, la participación de la mujer. Un claro ejemplo de ello ha sido la inequidad en la cobertura noticiosa que los medios de comu-

nicación realizan durante los periodos electorales entre candidatos. Diversos ejercicios de monitoreo de las campañas electorales han demostrado la desventaja de las mujeres frente a los hombres en cuanto a tiempo y menciones destinados a sus campañas; sin contar con la reproducción mediática basada en estereotipos de género.¹⁰

Cobertura informativa electoral e igualdad de género

Los estudios relacionados con la cobertura noticiosa electoral desde una perspectiva de género en México son de reciente creación. Aunque hay pocas investigaciones sistemáticas sobre el tema es importante mencionar que la producción de información estadística desagregada por sexo en las últimas elecciones permite contar con un historial para la mejor comprensión del fenómeno.

El análisis de la elección intermedia para diputados locales y jefes delegacionales de 2015 en la Ciudad de México representa una muestra significativa, ya que por primera vez se dio seguimiento de manera cualitativa —más allá del análisis cuantitativo— al proceso electoral en materia de igualdad de género.¹¹ La meto-

⁸ Cfr. Directorio de Comisiones de la LXIII Legislatura, disponible en [<http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=int&mn=3&sm=6>] (consulta: 28 de mayo de 2016).

⁹ N.B. En este estudio definimos la figura de *mérito* G como la relación aritmética entre mujeres y hombres en un grupo. Así, $G=1$ representa una equidad de género, un valor $G>1$ indica una mayor proporción del género femenino, mientras que $G<1$ indica una menor proporción del género masculino.

¹⁰ Véanse los reportes del Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés), iniciativa que realiza el seguimiento de las noticias en periódico, radio, televisión, sitios web y redes sociales desde una perspectiva de género.

¹¹ T. J. Enríquez, V. Ávila, “Género, elecciones y cobertura mediática: análisis de la elección intermedia de 2015 en el Distrito Federal”, *Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 28, 2016, pp. 49-71. Además, véase A. Guerrero, “¿Afectó la cobertura mediática el resultado electoral de 2015 en el Distrito Federal?”, *Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 28, 2016, pp. 13-30.

dología para el monitoreo de medios masivos de comunicación, radio y televisión, estuvo a cargo de los investigadores de la Universidad Iberoamericana, quienes, a través del Instituto Electoral del Distrito Federal, verificaron el cumplimiento de la legislación en materia electoral de los espacios mediáticos.¹²

Del ejercicio de monitoreo y observación de medios en el proceso electoral de 2015 se observó que, a pesar de que las candidatas a jefas delegacionales y diputadas representaban casi en promedio 50% de las candidaturas registradas, la cobertura informativa de los medios no tuvo una relación proporcional al porcentaje de las aspirantes a un puesto de elección popular. En otras palabras, se identificó la inequidad en tiempos y menciones en la cobertura de los medios de comunicación entre los candidatos y las candidatas, con una exposición mediática mucho menor para estas últimas: 34% para mujeres frente a 66% para hombres. A pesar de que la legislación vigente obliga a los medios de comunicación a garantizar un acceso equitativo a todos los partidos políticos y a sus candidatos,¹³ la observación de la elección intermedia en la Ciudad de México muestra lo contrario.

Si bien la radio y la televisión se presentan como espacios de difícil acceso para los partidos políticos y sus candidatos durante los procesos electorales, las nuevas tecnologías de comunicación parecen romper con esas barreras estructurales. En efecto, los

espacios sociodigitales (ESD),¹⁴ o comúnmente llamados *redes sociales*, se han convertido en nuevos medios de movilización, de intercambio de opiniones y de gran difusión de información de manera instantánea, llegando a diversas audiencias. ¿Acaso los espacios sociodigitales ofrecen nuevas oportunidades para los partidos políticos y sus candidatos en los procesos electorales?

Espacios sociodigitales y hábitos de consumo mediático

El comportamiento en los hábitos de consumo de información de los mexicanos durante los últimos años ha experimentado diversos cambios con la llegada de las nuevas tecnologías. Si bien los medios convencionales de comunicación, a saber, radio y televisión, se erguían como los principales vectores de la información, actualmente, los espacios sociodigitales (Facebook y Twitter) ganan terreno en ciertos sectores de la población. Los principales indicadores estadísticos muestran que el consumo de radio y televisión ha decrecido al menos en 35%, mientras que el consumo de información a través de internet ha crecido al menos en 15 por ciento.

Sin embargo, para comprender la transformación en los patrones de consumo y la relevancia de los espacios sociodigitales es necesario revisar los datos demográficos que revelan

¹² L. M. Martínez y C. Arruñada, "Monitoreo de medios en el contexto electoral, utilizando herramientas de trabajo colaborativo en línea", *Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 28, México, 2016, pp. 31-48.

¹³ Instituto Nacional Electoral, Acuerdo del Consejo General, INE/CG54/2016.

¹⁴ N.B. En el programa de Convergencia Digital de la Universidad Iberoamericana consideramos que los espacios de información-divulgación-discusión de los eventos noticiosos y de los actores relacionados, son espacios sociodigitales, sin embargo se han popularizado como redes sociales.

el potencial de consumo de información digital entre los electores en México. De acuerdo con el último estudio estadístico presentado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México¹⁵ (INEGI, 2016), se estima que 57.4% de la población mexicana de seis años o más es usuaria de internet. La proporción de hombres y mujeres en México es de 48.8% de hombres y 51.1% de mujeres ($G=1.05$). En el segmento con mayor consumo de internet en México (de 5 a 34 años de acuerdo con el INEGI) esta proporción baja a $G=1.03$, es decir, hay mayor equidad de género entre los usuarios principales de internet en el país. Dos estudios independientes, el realizado por la AMIPCI¹⁶ y el de IAB,¹⁷ muestran que la composición de usuarios de internet de acuerdo con la distribución por edad de 18 años o más es de 69%, esto es, 47 millones.¹⁸ Si se cruza esta cifra con el total de los ciudadanos inscritos en el padrón electoral (83,914,228)¹⁹ se podría deducir que al menos 51% de los usuarios de redes sociales están en edad para ejercer su derecho al voto. En cuanto a la composición por sexo, el Padrón Electoral reporta 48.08% de hombres y

51.92% de mujeres, lo cual es consistente con las características poblacionales y con el estudio de IAB ($\Delta G=1.8\%$ para ambos casos),²⁰ difiriendo ligeramente con el estudio de AMIPCI.

Al hablar de consumo mediático no podemos dejar de lado a los medios como la radio y la televisión, que establecen un punto de referencia para los nuevos espacios que se han creado en internet. De esta forma, entre las estadísticas de consumo de radio y televisión encontramos que 52.18% de los televidentes (TV restringida) son mujeres, mientras que el restante 47.82% son hombres. Respecto a la TV abierta, el género de los televidentes es de 55.66% para mujeres y 44.34% para hombres. En cuanto al consumo de radio, el IFT (2016) reporta que 50.5% de los radioescuchas son del sexo femenino, mientras que 49.5% son hombres. Cabe destacar que en el consumo en la banda de AM predomina el sexo masculino con 50.1%, mientras que en la FM el consumo que predomina es el femenino con 50.6 por ciento.

De acuerdo con los datos publicados por Nielsen México²¹ y los del Instituto Federal de Telecomunicaciones,²² observamos que la audiencia de radio pasó de 9.9 millones a 3.6 millones de personas, en seis años (de 2009 a 2015). Mientras tanto el *rating*²³ promedio de

¹⁵ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, “Estadísticas a propósito del Día Mundial de internet (17 de mayo)”, México, 2016.

¹⁶ Asociación Mexicana de Internet, “12º Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México, 2016”, México, 2016.

¹⁷ Millward Brown, “Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos”, México, IAB México, 2016.

¹⁸ N.B. Esto representaría en el mejor de los casos 39.3% de la población mexicana, es decir aproximadamente 47 millones de mexicanos en edad de ejercer el derecho al voto.

¹⁹ N.B. De acuerdo con el Instituto Nacional Electoral, al 20 de mayo de 2016, encontramos $G=1.079$ en el padrón electoral 2016.

²⁰ N.B. DG corresponde al cambio porcentual entre dos relaciones de mujeres a hombres, G.

²¹ Nielsen IBOPE AGB, México, Anuario 2009-2010, “Audiencias y medios en México”, México, 2010.

²² Instituto Federal de Telecomunicaciones 2015, “Informe estadístico 4 trimestre”, México.

²³ N.B. De acuerdo con Nielsen (2009), el *rating* indica qué porcentaje o número de televidentes o telehogares que están en el universo de un *target* está viendo un evento (canal y periodo determinados). Para expresar el *rating* Nielsen utiliza una medida porcentual Rat% o una absoluta Rat#. Habitualmente se publica la porcentual.

TV decreció del +20% a 7.8%. Por el contrario, la misma fuente reportaba un nivel de penetración de internet de 42.18% (2009), en contraste con 57.4% reportado recientemente (2016).

Tal como se observa, la utilidad de los espacios sociodigitales como canales de información va en franco crecimiento a pesar de que el universo de los usuarios representa la mitad de la población mayor a los 18 años. Sin embargo, ¿cuál es el uso que le dan los electores a las redes sociales durante los procesos electorales? La Encuesta Mundial de Valores en México elaborada en 2012 muestra que 17% de los mexicanos utilizó los espacios sociodigitales para informarse de las noticias en general. Asimismo, el Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP, por sus siglas en inglés) indicó que 11% de los entrevistados utilizaron las redes sociales para obtener información política en 2012.²⁴

Ahora bien, ¿cuál es el impacto que tienen los espacios sociodigitales en el comportamiento político de los electores? Si aún es difícil contar con un análisis sólido sobre las repercusiones de las redes sociales en el contexto electoral, ya se cuenta con historias coyunturales: las movilizaciones como el #YoSoy132 durante la elección presidencial de 2012 es un claro ejemplo de ello. Treré²⁵ (2016) hace un resumen de estas actividades y cuestiona la utilidad de los espacios sociodigitales más allá de ser “campos de batalla en-

²⁴ A. Moreno e Y. Mendizábal, “El uso de las redes sociales en México”, *Este País*, 2016, disponible en [<http://archivo.estepais.com/site/2015/el-uso-de-las-redes-sociales-en-mexico/>] (consulta: 30 de mayo de 2016).

²⁵ E. Treré, “The dark side of digital politics: Understanding the algorithmic manufacturing of consent and the hindering of online dissidence”, *IDS Bulletin*, vol. 47, núm. 1, 2016.

tre *bots, activistas*” y ciudadanos que deseaban expresar un apoyo o rechazo a un candidato.

El decremento en el consumo de los medios masivos de comunicación y el crecimiento de las audiencias en las redes sociales sugiere que el uso de estos últimos por partidos políticos y candidatos seguirá cambiando los patrones de la comunicación política tradicional hacia una digital. Las barreras de acceso equitativo observado en radio y televisión para los candidatos —en detrimento para las mujeres candidatas— parecen desaparecer en los espacios sociodigitales. ¿Acaso las redes sociales se construyen como herramientas más democráticas e igualitarias en cuanto a su acceso entre candidatos y candidatas?

Un análisis cuantitativo de la igualdad de género en los espacios sociodigitales

Para ilustrar la perspectiva de género en el análisis de contenido en un contexto electoral en los espacios sociodigitales tomamos como caso de estudio el proceso electoral de la Asamblea Constituyente de la Ciudad de México (ACCD-MX). Este órgano estará conformado por cien diputados, de los cuales 60 serán electos bajo el principio de representación proporcional y son propuestos por nueve partidos políticos; se aceptaron también candidaturas independientes. Todos los partidos políticos propusieron —en cumplimiento de la cuota de género— igual número de candidatos del sexo femenino y del masculino. A diferencia de los partidos políticos, la proporción de los candidatos independientes por sexo es diferente: 16 hombres y 5 mujeres ($G=0.31$).

Durante este proceso electoral, ¿cuál es el uso que los partidos políticos y candidatos le dan a los espacios sociodigitales?, ¿las redes sociales son instrumentos de acceso equitativo entre los candidatos? Aquí analizamos algunos resultados en términos de presencia (¿tienen una cuenta a su nombre en la plataforma?), uso y aprovechamiento (¿qué tanto usan la plataforma para posicionar mensajes?) y comparativo (con relación a otros medios, ¿qué presencia tienen?). El sitio en internet YodecidoCDMX²⁶ publicó las listas de candidatos mencionando el correo electrónico y los ESD que utiliza cada candidato (Facebook, Twitter o YouTube). De los 561 candidatos a la ACCDMX encontramos que 50.6% utiliza al menos uno de estos espacios. La Tabla 1 muestra el uso desagregado por género. De esta forma, se observa que hay una ligera tendencia (51.7%) a una mayor presencia de los hombres que de las mujeres. Es posible verificar estadísticamente que el acceso al medio es equitativo entre los candidatos.

Al comparar el uso de los espacios digitales entre los candidatos de los partidos políticos encontramos que el PRI, Morena, PRD y PES son aquellas organizaciones cuyos candidatos tienen mayor presencia en las redes sociales.

En una perspectiva de género, PRI, Morena y el PRD son aquellos partidos con mayor presencia de mujeres en los espacios sociodigitales, mientras que PES, PRD y Morena, registran mayor presencia de hombres. En ambos casos el PT y el PVEM son aquellos donde hombres y mujeres utilizan en menor proporción (respecto a su género) los espacios sociodigitales.

Como se muestra en la Tabla 2, encontramos que la plataforma más utilizada es Facebook (n=252), seguida de Twitter (n=160) y YouTube (n=42). Estas proporciones se mantienen entre los candidatos y las candidatas, así como en la mayoría de los partidos políticos contendientes, a excepción de PAN y Morena, donde prevalece el uso de Twitter. De esta forma seleccionamos a Twitter como espacio de estudio y la pieza informativa (post) como unidad de análisis político. En nuestra visión del uso de los ESD en el contexto electoral, Twitter favorece los análisis cuantitativos, por razones de accesibilidad de los datos, mientras que Facebook facilita el cualitativo, por las características del espacio.

De acuerdo con la información publicada en YodecidoCDMX, más de la mitad de los candidatos y las candidatas a la ACCDMX

Tabla 1. Candidatos a la ACCDMX que utilizan alguna red social, desagregados por género

<i>Género</i>	<i>Partido político</i>										<i>Total</i>
	<i>CI</i>	<i>MC</i>	<i>Morena</i>	<i>PAN</i>	<i>PES</i>	<i>PNA</i>	<i>PRD</i>	<i>PRI</i>	<i>PT</i>	<i>PVEM</i>	
Masculino	7	15	19	16	24	15	19	18	3	12	148
Femenino	1	15	24	15	16	12	21	26		6	136
Total	8	30	43	31	40	27	40	44	3	18	284

²⁶ Disponible en [<http://www.yodecidocdmx.org.mx>] (consulta: mayo de 2016).

Tabla 2. Candidatos a la ACCDMX que utilizan redes sociales, desagregados por género

Partido político											
Facebook	CI	MC	Morena	PAN	PES	PNA	PRD	PRI	PT	PVEM	Total
masculino	7	15	16	11	24	14	13	18	3	8	129
femenino	1	14	20	11	16	11	19	26		5	123
Total	8	29	36	22	40	25	32	44	3	13	252
Twitter	CI	MC	Morena	PAN	PES	PNA	PRD	PRI	PT	PVEM	
masculino	7	5	16	16	5	5	14	10	1	8	87
femenino	1	3	22	9	3	3	8	21		3	73
Total	8	8	38	25	8	8	22	31	1	11	160
YouTube	CI	MC	Morena	PAN	PES	PNA	PRD	PRI	PT	PVEM	
masculino	1	3	3	3	1	0	6	2	0	0	19
femenino	0	0	8	1	0	0	5	9		0	23
Total	1	3	11	4	1	0	11	11	0	0	42

tienen presencia en algún espacio sociodigital como Facebook, Twitter o YouTube. Si bien la presencia del actor en el medio inicialmente indica la apropiación del espacio, un análisis más complejo deberá considerar las características cuantitativas y cualitativas de los mensajes que trate de posicionar el candidato o la candidata, así como el consumo mediante la búsqueda por otros usuarios o a través de la cobertura de los espacios más formales en estas plataformas. El parámetro más simple es el volumen que está asociado al “compromiso social” o *social engagement*. La gráfica en la Figura 1 muestra la relación entre el número de seguidores y el número de piezas informativas (en este caso *twitts*).

Un análisis que aporta más información respecto al uso de las redes sociales como espacio para el posicionamiento de un candidato o una candidata se obtiene al estudiar el número de piezas informativas (*tweets*, en el caso de Twitter o *posts* en el caso de Facebook) y el número de seguidores —que muestra el alcance o audiencia posible de estos mensajes—. Para esto utilizamos una figura de mérito²⁷ M que es igual al logaritmo del producto del número de seguidores, del número de piezas informativas, y del número de redes sociales en uso. Martínez y Arruñada²⁸ comentan a detalle la justificación y utilidad de M como indicador del uso y apropiación del medio.

Se diseñó una muestra estratificada no-probabilística con $G=1$ para seleccionar candidatos aleatorios de los partidos políticos contendientes a la ACCDMX que usan redes sociales. Se obtuvieron 64 registros que cumplieran con los requisitos del diseño muestral. De este grupo se extrajo un con-

27 N.B. Una figura de mérito es una cantidad que sirve como comparación entre sistemas o métodos.

28 L.M., Martínez, C. Arruñada, “Métricas para el análisis cuantitativo en espacios socio-digitales”, *Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 29 (en edición).

Figura 1. Número de seguidores (*followers*) en función de las piezas informativas (*twitts*) en Twitter para los candidatos a la ACCDMX que utilizan este espacio sociodigital

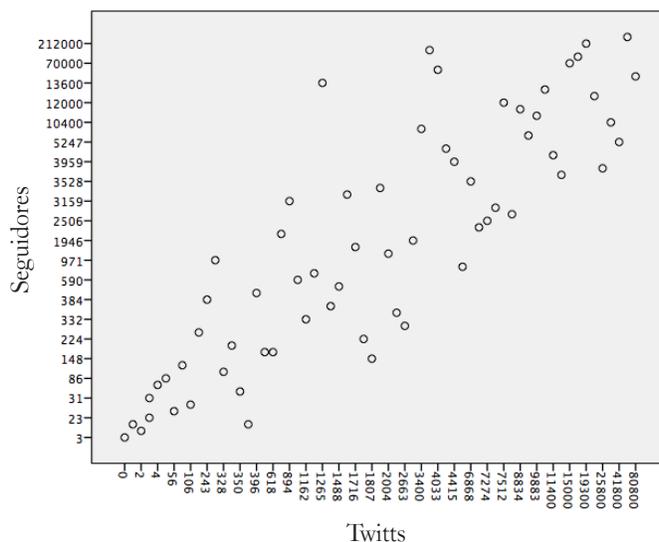
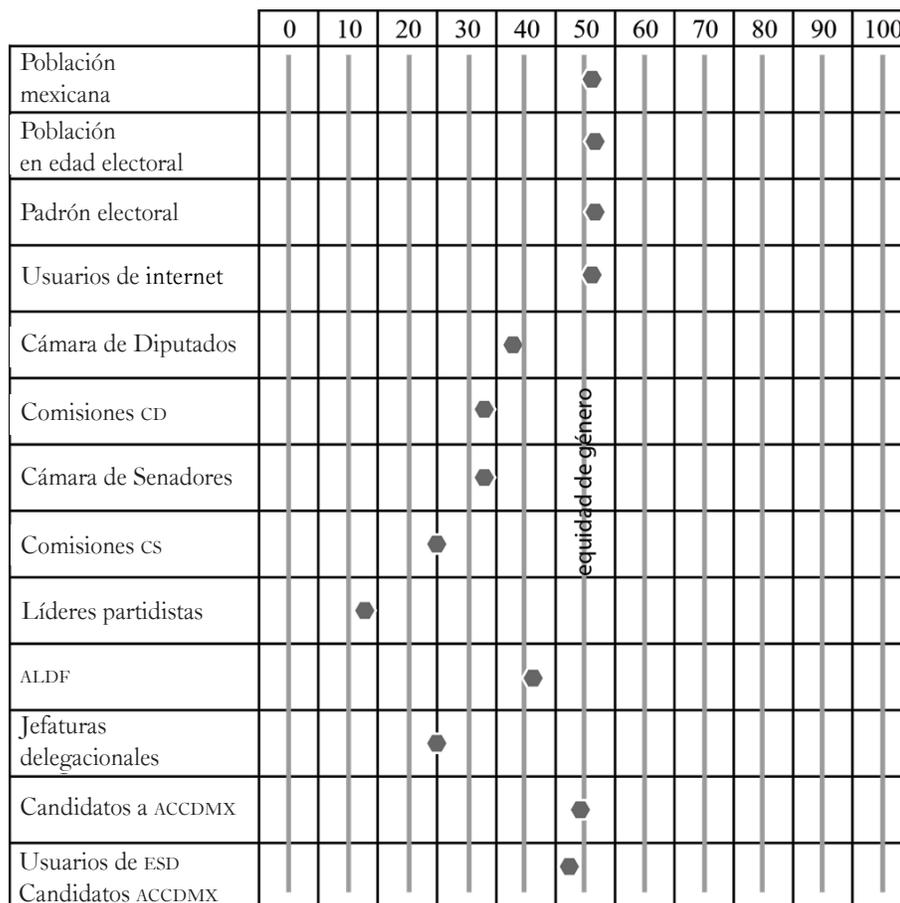


Figura 2. Participación del sexo femenino en diversos ámbitos



junto de influenciadores²⁹ por partido político³⁰ y se encontró que el promedio del valor de la figura de mérito *M* es de 8.98 ($\sigma=1.12$) lo cual es mayor al promedio de los candidatos y de las candidatas que utilizan una red social. Encontramos que hay un mejor uso y aprovechamiento de las redes sociales por las mujeres, una vez que *M* para éstas es de 9.15 puntos, en comparación con 8.81 puntos de los hombres (4% más de uso). Como comparación, en el ejercicio de monitoreo de periódicos, radio y televisión del 1 de abril al 15 de mayo, encontramos 1,822 notas que mencionan a la AC-CDMX, de las cuales sólo 390 mencionan a los candidatos del grupo seleccionado (21.4%). La mención de las candidatas del grupo de análisis corresponde a 96 menciones, respecto a 294 de los hombres.

Reflexiones finales

Nuestra investigación ha revisado el estado de la paridad de género en algunos órganos legislativos. Aunque los datos observados indican que potencialmente hay equidad de género entre los

candidatos; el resultado, la cobertura y el alcance de los diversos medios, incluyendo la internet, cuestionan la simple presencia en el medio como una estrategia de campaña en contraste con la generación de contenido y la búsqueda del compromiso de los votantes. Así, los resultados obtenidos ponen en duda la efectividad del uso de los espacios sociodigitales en el resultado de las campañas electorales, una vez que se estima que hay un alcance limitado del padrón electoral a través de estos medios, y de las manipulaciones del medio a través de la existencia de cuentas falsas y algoritmos de manejo de las cuentas de los candidatos. Sin embargo, el decremento en el consumo de información a través de los medios convencionales masivos de comunicación y el crecimiento de audiencia en los espacios sociodigitales (como las llamadas redes sociales), sugiere que en futuros procesos electorales se deberán afinar las estrategias de aprovechamiento. Las barreras de acceso observadas en los medios convencionales de comunicación para los candidatos de los partidos políticos confirman la posibilidad de alcanzar una equidad en el acceso y aprovechamiento de los espacios sociodigitales.

²⁹ N.B. Un *influenciador* es aquella persona en una red social que actúa como líder de opinión dado el tamaño de su red de contactos.

³⁰ N.B. El grupo se compone de 11 hombres y 8 mujeres ($G=0.72$) al encontrar sólo hombres entre los candidatos independientes y el uso limitado de los ESD entre los candidatos del PT.

Apuntes del foro *Redes sociales y la agenda pública*. “Tecnificados, sí; civilizados, no”*

Omar Cortés Macías**

- Las campañas no compiten ya en medios tradicionales: internet y las redes sociales son ahora la arena política.
 - El acceso a la información no garantiza el análisis, crítica, imparcialidad y formación de criterios en una sociedad.
 - Con el cambio de contenidos en redes sociales iniciará la concientización para modificar esferas políticas y sociales.
 - Es necesario regular las conductas delictivas, no las redes sociales.
- licenciado Marcelo Torres Cofiño, director general del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, basado en los resultados de la encuesta nacional “Redes sociales” que instrumentó el CESOP, constituyendo un aporte para conocer la percepción de la sociedad sobre el uso de las redes sociales en México, el papel que juegan estas plataformas para el fortalecimiento de la libertad de expresión, la participación social, así como su rol como medios informativos.

Introducción

El foro *Redes sociales y la agenda pública* se llevó a cabo en la Universidad Iberoamericana. Las palabras inaugurales estuvieron a cargo del

* Foro coordinado por la Universidad Iberoamericana y el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, llevado a cabo en las instalaciones universitarias, el 31 de mayo de 2016.

** Pasante de la licenciatura de relaciones internacionales, FCPYS, UNAM. Líneas de investigación: transparencia y rendición de cuentas; fenómenos sociopolíticos nacionales e internacionales. Correo electrónico: torrijos_@hotmail.com

En el # Panel 1, “Medios y gobierno”, se planteó que los medios de comunicación cibernéticos generan vínculos de interacción con la sociedad, de tal suerte que pueden establecer equilibrios de poder, creando nexos entre el gobierno, la ciudadanía y la sociedad civil. Estos mecanismos de comunicación poseen nuevas reglas de entendimiento y emisión de información, por lo que se requiere crear plataformas institucionales que permitan la participación ciudadana como un mecanismo que dé paso a la toma de decisiones (Foto 1).

Los panelistas reconocieron que a pesar de la enorme influencia de las redes sociales en la vida política, todavía no es posible regir la agen-

Foto 1



da pública por esa vía. No obstante, las redes sociales son ya un medio imprescindible para reforzar la construcción de la agenda política, pues son reflejo de lo que se conversa en corto, al momento, en la cotidianidad de la sociedad, aunque esto no sustituye la movilización electoral ni la estructura partidista.

Nos encontramos en una transición entre lo que sucede en las redes y los medios tradicionales. A guisa de ejemplo se expuso lo que sucede ahora con las campañas políticas: anteriormente ganaba el candidato con más *spots* al aire tanto en radio como en televisión, pero ahora las contiendas electorales ya no se compiten en los medios tradicionales, sino en internet y en las redes sociales, principalmente en Facebook. Hoy día las noticias generadas en las redes sociales logran su trascendencia e impacto a partir de que son transmitidas por los medios de comunicación tradicionales.

Los espacios generados en las redes sociales siguen entendiéndose como un espacio en donde todo se vale, donde todo puede ocurrir. Para el caso de partidos políticos, los equipos

de campañas construyen grupos o comunidades desde los cuales se teje la comunicación, incluso creando adversarios falsos con el objeto de formar opiniones dirigidas.

Para los políticos, empresas y ciudadanos, las redes sociales pueden impactar de forma positiva o negativa en la percepción de la ciudadanía hacia su gobierno, marca, producto o persona. Esto dependerá de la habilidad para comunicarse con los receptores de sus comunicaciones. En este sentido, las redes sociales representan un enorme reto para los políticos y empresas, pues la capacidad de comunicarse con la sociedad transmitiendo mensajes de interés para sus seguidores determinará su posicionamiento, o a la inversa, un manejo incorrecto de redes sociales puede convertirse en un dolor de cabeza —en tratándose de imagen— que puede trascender con impactos políticos de diferente índole.

Estos medios de interacción han sido empleados como plataformas para la creación de escándalos políticos, pues son una alternativa para publicar lo que no se anuncia en los medios tradicionales, pero también representan

un gran reto, pues se suelen cometer graves equivocaciones como cuando se viralizan videos o información falsa que impacta negativamente la imagen de un político.

Las redes sociales también se utilizan como herramienta efectiva para enfrentar la construcción mediática de información que los políticos realizan a través de los medios tradicionales, por lo cual se convierten en un elemento de comunicación que permite generar contrapesos en las acciones de gobierno.

En el # Panel 2. “Elecciones”, se destacó que las redes sociales han modificado la forma en que se produce, distribuye y consume la información, pues hoy en día todas las personas son potenciales productores de información. Estos medios han modificado el precio que tiene la atención en las personas, es decir, el tiempo que se dedica a saber lo que piensan y hace “el otro” (Foto 2).

Al utilizar las redes sociales para decir lo que los políticos no pueden decir en los medios masivos tradicionales, se ha modificado la forma de informar en radio y televisión,

pues con deterioro de credibilidad de los *mass media* se han visto obligados a modificar los formatos informativos, aproximándose o imitando las características de los medios que se ofertan en internet, aunque éstos, de ninguna manera, son garantía de veracidad, imparcialidad u objetividad.

Para que los políticos se comuniquen correctamente con los ciudadanos es importante generar diálogos y no monólogos. Con la confirmación de que también existen *acarreos sociales* en los medios digitales, es decir, ¿cuántos de los *followers* conocen realmente la plataforma política de un candidato? Entonces, éste fenómeno no reemplaza la movilización social en medios tradicionales, sino que representa una herramienta más para la construcción de comunicación entre la sociedad; aunque sí ha demostrado ser un medio efectivo para movilizar y organizar personas, así como para ejercer presión en las instituciones.

Las redes sociales son una buena herramienta para identificar la realidad social, pero aún no son un referente para transformarla.

Foto 2



Entonces, ¿cómo posicionar los temas de interés de una sociedad para que trasciendan a la agenda política que imponen los partidos en las instituciones?

Las redes sociales deben enfrentar la brecha digital para generar un modelo representativo y participativo; sin embargo, el acceso a la información no garantiza el análisis, crítica, imparcialidad y formación de criterios en una sociedad. En este sentido es importante entender que estos medios sirven como referentes de la realidad social, por lo que los *memes* representan únicamente una catarsis social y no un medio para generar cambios. Por consiguiente se concluye que debemos convertirnos en generadores de conocimiento, pues modificando los contenidos en las redes sociales se iniciará una transición de conciencia que modificará las esferas políticas y sociales.

El alcance de las redes sociales puede ser enorme al cambiar los paradigmas actuales de la comunicación e información, pero se requiere afianzar el protagonismo

de las personas y el empoderamiento de la ciudadanía como elemento robustecedor de la democracia.

En el # Panel 3, “Regulación”, se reconoce que entre los hechos y el derecho existe una zanja amplia, entonces, ¿qué esperar de una regulación?, ¿es la manera de acabar con los delitos en las redes sociales? Los ponentes dijeron que todos los usuarios de las redes sociales e internet somos agentes reguladores, pues interactuamos y podemos modificar conductas a partir de lo que vemos y compartimos. Existe una delgada línea entre la regulación y la libre expresión, por lo que es necesario regular la conducta y no el medio (Foto 3).

Es necesario entender que la creación de una ley no va a cambiar la realidad si no existe un contrato social que lo propicie, pues, como bien sabemos, los procesos de regulación no son garantía de resultados.

Significativo dato aportó el director de la Policía Cibernética del Estado de México: actualmente sólo cinco estados de la república cuentan con Policía Cibernética, recalcando la

Foto 3



importancia de contar con ellas en todo el territorio nacional.

Hace falta establecer una coordinación entre las plataformas o proveedores de servicios de internet y las redes sociales para la implementación de políticas que a su vez estén coordinadas con las instituciones de seguridad; respuestas aisladas no solucionarán la cantidad de delitos que se cometen por esta vía.

Los expertos dicen que los delitos cometidos en internet y las redes sociales son reflejo de que nos hemos tecnificado, pero no nos hemos civilizado. Queda claro que

propiciar una mejor educación y el fomento de valores puede generar una sociedad más civilizada, por lo que se debe influir en la sociedad para optar por contenidos en la red, positivos y propositivos; una sociedad capaz de ser consciente sobre la calidad de la información que produce, observa y difunde, generando cambios que trasciendan positivamente en las estructuras de interacción social mediante el uso de esta herramienta tecnológica, generando equilibrios entre la información de entretenimiento y la información crítico-constructiva (Foto 4).

Foto 4



www.soledad.com.mx (Cuento)*

Claudia del Carmen Ayala Sánchez**



Es una fortuna que las inclemencias del tiempo no afecten mis planes para navegar. No necesito ropa fresca para esta aventura. Plácidamente me hago a la mar de la información desde la comodidad de mi casa.

La soledad es un inconveniente pasado de moda, pero la misma soledad bien equipada resulta ser un paraíso para la creatividad. La aceptación de *soledad* pesarosa, desierta y melancólica ha desaparecido desde que el internet se instaló en mi casa. Gracias a él me vuelvo cosmopolita: vuelo alegremente de un país a otro en cuestión de segundos y con ello pongo en ridículo la ve-

* Ganador del 2º Concurso de Cuento convocado por la Cámara de Diputados y el Sindicato de Trabajadores de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2000), donde fungió como jurado Laura Cázares, de la Facultad de Letras de la Universidad Veracruzana.

** Comunicóloga por la FCPys de la UNAM. Es correctora de estilo en el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP), actividad que la predispone al alucine y a la soledad. Nunca será usuaria de Facebook ni de Twitter. Correo electrónico: claudialgobueno@hotmail.com.

locidad del avión; *surfeo* con electrónica agilidad de página en página y corro por la autopista de la información para —con el más mínimo de mis deseos— accesar tecnología, ciencia, deportes, espectáculos, imágenes de hombres desnudos y mil etcéteras cibernéticos. Las bibliotecas —penitencias del estudiante— quedaron atrás; días y noches perdidas en la docta lectura son sólo un vago recuerdo; investigaciones aptas para Nerds han caído en desuso.

Soy una cibernauta consumada. El conocimiento me llega a través de la línea telefónica, asciende por el disco duro de mi PC y me muestra la luminosa verdad a través de la pantalla. De repente, un golpe a mi electrónica soberbia: un apagón me regresa a mi condición humana y tengo que interrumpir mi proceso cognitivo automatizado. Desconecto mi pobre —pero honrada— computadora para protegerla contra variaciones de voltaje que pudieran distorsionarle su memoriación, dañarle alguno de sus *pensamientos* y atrofiarle algún *recuerdo*.

¿Tardará la luz? Ahora tengo tiempo para darme cuenta de que siento hambre y de que mis músculos glúteos están adoloridos por el silletazo de doce horas que, sin piedad, les impongo. A mis ojos enrojecidos les cuesta trabajo reconocerse en el espejo. Ni siquiera me he quitado los tubos de la cabeza y mi aliento a cloaca de ciudad me recuerda mi obligación de aseo.

¿Qué pasará en el mundo real? Desde que a mi mamita se le cayó el sistema, es decir, fe-

neció, no he tenido más compañía. Enterramos su *hardware* en Jardines del Recuerdo, pero su *software* lo mantengo en uso por ser perfectamente compatible conmigo y es lo que me permite ejecutar mis tareas actuales. A mis 30 años me encuentro sola. Mis amigos y pretendientes forman un conjunto... vacío.

Para más datos, soy de los seres afortunados (i?) que no tienen que salir de su casa para trabajar porque a través del módem recibo y envío las traducciones que me sostienen; y si quiero que me atiendan rápido cuando siento la pulsión del hambre, no tengo más que ordenarlo por teléfono. Si exceden los 30 minutos no pago nada. Hoy toca hawaiana con pepperoni.

Repentinamente la idea de salir a la calle me seduce y con velocidad de *Macintosh* me enfundo en unos jeans que plancho con mis curvas.

Como mi memoria es de pocos *megas* los números telefónicos no se me pegan y quedaron atrapados en *mis contactos* de la PC, así es que no podré citar a nadie en el *Vips*.

Me conecto en automático para salir a la calle y entonces un cine se atraviesa en mi camino. Qué ironía, la entrada es al 2x1, pero yo siempre me he manejado como unidad, nunca binaria, nunca como pareja. Aprovecho la promoción y le ofrezco a un menesteroso el otro boleto. Me miró extrañado, dudó y luego... no aceptó. ¡Mejor! Hubiera podido contagiarme sus *virus*.

Una vez desairada me introduzco en el cinematógrafo. La oscuridad no me permite ver más allá de mi chata nariz. A tientas me arrellano en una butaca justo cuando la película da inicio. Relajo mis crispados chips y me salgo de los zapatos.

La película es del género romántico por lo que se me agolpan las ganas de besar. Mantengo en celdas tres suspiros. Accidentalmente me codeo con un brazo varonil. Como un acto-re-

flejo el usuario de ese brazo me soba y yo... me dejo. La sensación es muy parecida al bienestar y entrelazamos nuestras manos. Pregunta amablemente si me puede abrazar. Yo, le doy *enter*.

Tengo miedo de ofender con mi mirada curiosa al acariciador voluntario. Estoy tan contenta que no lo hago. Luego, refugio mi otra mano en la suya y el tacto es un dispositivo de entrada que me permite procesar información: son unas manos añosas, venas resaltadas, suaves, uñas cortas y, lo más importante, sin argolla matrimonial. Le doy un *clic* en la mano y un doble *clic* en la boca.

Me encuentro @rrobada, la emoción hace que mis recursos hidráulicos broten y rueden hasta su antebrazo. Esta lágrima hidrata su dermis y asciende por tubos capilares hasta su alma. Súbitamente *selecciona y arrastra* mi cintura hacia él.

La iluminación cambiante entre cuadro y cuadro de la película me permiten un *preview* o *vista preliminar* de mi benefactor, pero no quiero verlo. Me podría pasar lo que a la mujer de Lot.

La cinta está por concluir y él me confiesa que se sintió amparado por la oscuridad de la sala —que protege su identidad— pero que ya se tiene que ir. Antes de emprender la retirada se asegura de tenderme sus redes (sociales).

Al oído me proporciona datos alfanuméricos que incluyen su nombre y extensión, celular, *e-mail*, capacidad, país de origen y manufactura. Después hace su *escape*.

¡Justo a tiempo! Las luces se encienden y trato de decodificar lo que aquí sucedió. El nerviosismo me traiciona porque la información que me dejó resulta ser un archivo desaparecido. Trato de recuperarlo pero es inútil. ¡Me quiero *resetear*!

No logro nada. Salvo la mayor información posible. Esta experiencia la guardo como... *pareja_virtual.doc*.

Reportes CESOP

2011

43. Avances en la implementación de la reforma penal
44. Análisis de resultados del Censo 2010
45. Reforma política
46. Cambio climático
47. Crisis económica internacional
los posibles efectos en México
48. Glosa del Quinto Informe de Gobierno
(Políticas interior y económica)
49. Glosa del Quinto Informe de Gobierno
(Políticas social y exterior)
50. Una perspectiva de opinión pública

2012

51. Residuos sólidos urbanos en México
52. Mujeres y elecciones
53. Jóvenes: optimismo moderado
54. Algunas notas sobre la opinión pública
55. Elecciones 2012 (Tomo I)
56. Elecciones 2012 (Tomo II)
57. Algunos temas de la agenda
en la LXII Legislatura
58. Glosa del Sexto Informe de Gobierno
(Políticas interior, económica, social y exterior)
59. Temas selectos para el presupuesto de 2013
60. Reforma pública de la administración
pública federal Vols. I y II

2013

61. Notas acerca de la Cruzada contra el Hambre
62. Órganos reguladores
63. Notas acerca del Pacto por México
64. Algunas características del sistema educativo Vol. I
65. Particularidades comparadas y opinión pública
acerca del Sistema Educativo Vol. II
66. Reforma energética
67. Notas acerca de la reforma fiscal
68. Notas acerca del Primer Informe de Gobierno
69. Notas acerca del presupuesto federal 2014
70. Consideraciones y prospectiva
sobre temas de la agenda nacional
71. Consideraciones y prospectiva
sobre temas de la agenda nacional

2014

72. Consideraciones en torno a la reforma energética
73. Apuntes sobre la reforma política
74. Derechos indígenas y armonización legislativa
75. Componentes del Índice de Desarrollo Humano
76. Consideraciones en torno a la reforma energética
77. Algunos temas en materia social
78. Reformas estructurales y Glosa del Segundo
Informe de Gobierno (políticas económica
e interior)
79. Reformas estructurales y Glosa del Segundo
Informe de Gobierno (políticas interior y social)
80. Consideraciones acerca del presupuesto
de egresos de 2015
81. Diálogo intercultural: problemática
de los pueblos indígenas

2015

82. El TLCAN veinte años después
83. Transparencia y rendición de cuentas
84. Migración y pobreza
85. Jornada electoral 2015 Vol. I
86. Jornada electoral 2015 Vol. II
87. Políticas públicas interculturales
para un mundo diverso
88. La Constitución de 1917
y el constitucionalismo
de los estados del Pacífico (centro-sur)
89. Las "paradojas de la megalópolis"
90. Consideraciones en torno al Tercer Informe
de Gobierno del Presidente Peña Nieto
y del proyecto de Presupuesto de 2016 Vol. I
91. Consideraciones en torno al Tercer Informe
de Gobierno del Presidente Peña Nieto
y del proyecto de Presupuesto de 2016 Vol. II

2016

92. Audiencias públicas para la regulación
de la marihuana
93. Mando Único en la Policía Federal
94. Movilidad urbana

Todos los documentos pueden consultarse en la página de internet: www.diputados.gob.mx

R E P C

E T R C



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA