

Ciudadanía digital

Alejandro Natal, Mónica Benítez
Gladys Ortiz
(coordinadores)





Ciudadanía digital

Biblioteca de Alteridades 29



Casa abierta al tiempo

Rector General

Salvador Vega y León

Secretario General

Norberto Manjarrez Álvarez

Coordinador General de Difusión

Walterio Francisco Beller Taboada

Director de Publicaciones

y Promoción Editorial

Bernardo Ruiz López

Subdirectora Editorial

Laura González Durán

Subdirector de Distribución

y Promoción Editorial

Marco A. Moctezuma Zamarrón

UNIDAD IZTAPALAPA

Rector

J. Octavio Nateras Domínguez

Secretario

Miguel Ángel Gómez Fonseca

Secretaria Académica

de la División de Ciencias

Sociales y Humanidades

Alma Patricia Aduna Mondragón

Jefe del Departamento

de Antropología

Pablo Castro Domingo

Responsable Editorial

Norma Jaramillo

UNIDAD LERMA

Secretario de Unidad

Jorge Eduardo Vieyra Durán

Secretario Académico

Carlos García Villanueva

Ciudadanía digital

Alejandro Natal
Mónica Benítez
Gladys Ortiz
(coordinadores)



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa



Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa/División de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Antropología
Unidad Lerma/División de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Procesos Sociales
Juan Pablos Editor

México, 2014

Ciudadanía digital / Alejandro Natal, Mónica Benítez y Gladys Ortiz, coordinadores. -- México : Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa/Unidad Lerma : Juan Pablos Editor, 2014.

1a edición

272 p. : ilustraciones ; 14 x 21 cm.

ISBN: 978-607-28-0162-2 UAM

ISBN: 978-607-711-202-0 Juan Pablos Editor

T. 1. Internet – Aspectos sociales T. 2. Computadoras y civilización
T. 3. Nuevas democracias

HM851 C58

Primera edición, 2014

Ciudadanía digital

Diseño de portada: Daniel Domínguez Michael

D.R. © 2014, Universidad Autónoma Metropolitana

Prolongación Canal de Miramontes 3855

Ex Hacienda San Juan de Dios

Delegación Tlalpan, 14387, México, D.F.

Unidad Iztapalapa/División de Ciencias Sociales y Humanidades/

Departamento de Antropología

Tel. (55) 5804 4763, (55) 5804 4764 y fax (55) 5804 4767

<antro@xanum.uam.mx>

Unidad Lerma/División de Ciencias Sociales y Humanidades/

Departamento de Procesos Sociales

Av. Miguel Hidalgo Poniente 46, Col. La Estación

Municipio Lerma, 52006, México, Estado de México

D.R. © 2014, Juan Pablos Editor, S.A.

2a. Cerrada de Belisario Domínguez 19, Col. del Carmen,

Del. Coyoacán, México 04100, D.F.

<juanpabloseditor@gmail.com>

ISBN: 978-607-28-0162-2 UAM

ISBN: 978-607-711-202-0 Juan Pablos Editor

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada o transmitida, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma y por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de los editores.

Esta investigación, arbitrada por pares académicos, se privilegia con el aval de la institución coeditora.

Impreso en México/*Printed in Mexico*

Juan Pablos Editor es miembro de la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI)

Distribución: TintaRoja <www.tintaroja.com.mx>

ÍNDICE

Introducción <i>Alejandro Natal, Mónica Benítez y Gladys Ortiz</i>	9
Ciudadanía digital: desconfianza política y uso de internet para el ejercicio de la ciudadanía <i>Alejandro Natal, Walter Ortega y Ma. Gabriela Martínez</i>	21
Acicalamiento, pavoneo y chisme: un ensayo sobre las funciones de las redes sociales en la sociedad contemporánea <i>Marcos López</i>	49
La brecha digital en un contexto de participación ciudadana <i>Manuel Lara Caballero</i>	75
Ciudadanía digital y <i>Social Media Revolution</i> : aspectos generales de la incidencia global de las redes sociales en elecciones y política <i>Jorge G. Castillo Vaquera</i>	101
Movimientos virtuales: Twitter y la acción colectiva en México <i>Alejandro Natal y Mauricio I. Ibarra</i>	127

En defensa de... inclusión social y ciudadanía digital <i>Lidia Ivonne Blásquez Martínez</i>	147
Jóvenes, redes sociales y participación política: una crónica del movimiento social #YoSoy132 en México <i>Gladys Ortiz Henderson y Ozziel Nájera Espinosa</i>	169
<i>Hactivismo</i> y participación política <i>Alejandro Natal y Rodrigo Perera</i>	197
Celulares como megáfonos de vida en comunidades: proyecto artístico de Antoni Abad <i>Mónica Francisca Benítez Dávila</i>	223
A manera de conclusión <i>Alejandro Natal, Mónica Benítez y Gladys Ortiz</i>	253

Introducción

Alejandro Natal

Mónica Benítez

Gladys Ortiz

Este volumen aborda la construcción de un tipo particular de ciudadanía a partir de la utilización de medios digitales. Intentamos poner en la mesa de discusión, desde diversas perspectivas, cómo algunos sectores de la sociedad están utilizando internet y otras tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para apropiarse de su realidad, demandar derechos o construir acción colectiva en busca del bien común. Dicha discusión está planteada para abordar temáticas variadas con perfiles interdisciplinarios que den cabida a nuevos enfoques epistémicos. Es importante señalar que los artículos de este volumen son productos académicos preliminares basados en investigaciones y reflexiones en curso, estudios de casos y análisis exploratorios. Esperamos que nuestros avances se sumen a los esfuerzos ya existentes de reflexión y análisis sobre cómo algunos ciudadanos y ciudadanas utilizan medios, plataformas y herramientas digitales para expresarse en un sentido amplio y sin censura frente a determinadas coyunturas y situaciones adversas. Nuestra intención es enriquecer con estas reflexiones a los estudios sociales, políticos y culturales relacionados con los medios digitales. Con estos trabajos queremos plantear cómo la *ciudadanía digital*¹ es capaz de brindar experiencias

¹ La ciudadanía digital la definimos como el conjunto de prácticas políticas y ciudadanas que de una forma u otra tratan de modificar y/o incidir en las instituciones, a través del uso de medios y tecnologías que tienen como característica la digitalización de sus mensajes y contenidos, como por ejemplo internet, pero también con otras tecnologías de información y comunicación (las llamadas TIC) como el teléfono celular; aunque estamos conscientes de que esta definición quedará obsoleta en poco tiempo, si tomamos en cuenta que el término “digital” ya alcanza a todo tipo de tecnología, incluso a medios tradicionales como la radio, el cine y la televisión.

políticas, sociales y culturales de acción, comunicación, reflexión y creación, inéditas en el mundo contemporáneo.

La paulatina masificación del uso de internet y de otros medios digitales desde la década de los noventa ha provocado cambios importantes en nuestra sociedad en diferentes aspectos. Actualmente la televisión está perdiendo la preferencia como el medio de comunicación más usado e internet la está sustituyendo, sobre todo entre la población más joven y en los países más desarrollados, donde este medio ha tenido mayor penetración.² México no es la excepción pues tanto internet como el uso de televisión de paga —que junto con otros medios electrónicos dan lugar a la denominada convergencia tecnológica— han contribuido a la caída de los índices de audiencia televisiva en los últimos diez años. Por ejemplo, mientras que en 2001 todos los canales de Televisa alcanzaban un *rating* nacional promedio de 49.3 puntos, en 2011 había descendido a 38.6 puntos (Trejo, 2011, basado en información de Televisa, consorcio de televisión mexicano).

Como medio, internet presenta ciertas diferencias fundamentales con respecto a otros medios o tecnologías de la comunicación, entre ellos la radio, el cine o la televisión, como brevemente discutimos a continuación:

En primer lugar está la *inmediatez* en la producción, transmisión y recepción de mensajes, lo que imprime una reconfiguración total de la concepción del tiempo y del espacio. Hoy, por ejemplo, lo que se ha llamado web 2.0³ permite que un grupo de tuiteros puedan retui-

² Véase la encuesta de Ofcom e IBM Business Value.

³ La llamada web 2.0 es un concepto que se refiere a la fase en la que ha entrado internet en los últimos diez años —aproximadamente— y que tiene las siguientes características según Nafría (2008:17):

- a) Constituye una segunda fase. La web 2.0 es una segunda fase después de la llamada web 1.0, que inicia en el año 2000 con el estallido de lo que se conoció como “burbuja puntocom”, que hace que diversas empresas desarrolladas en internet quiebren, con lo cual se entiende que un proyecto de negocios sólo sustentado en internet no funciona y se convierte en una “burbuja” que puede romperse en cualquier momento.
- b) Se convierte en una plataforma. La web 2.0 se convierte en una plataforma de aplicaciones que ofrece servicios en internet gracias a la suma y combinación de diversas tecnologías, es decir, debido a la convergencia de tecnologías. De

tear información en tiempo real desde los propios lugares de los hechos. Esto permite a los usuarios de las TIC tener una relación mucho más directa con otros usuarios y con la información misma; la *interactividad* entre receptor y productor de mensajes digitales (escritos, sonidos, imágenes y video) es una característica de los nuevos medios que ha trastocado el modelo clásico de comunicación mediática al pasar de un modelo de *uno-a-muchos* a otro de *muchos-a-muchos*. Internet también permite la *multiautoría*, es decir, cualquier usuario puede convertirse en productor de mensajes o lo que se ha denominado como “los prosumidores” concepto utilizado para definir a los consumidores o usuarios que paralelamente son productores de contenidos en línea. Asimismo, *la accesibilidad* del medio, el costo relativamente bajo de internet permite el acceso a individuos que de otra forma no tendrían manera de comunicarse con grupos amplios de la población. Por otro lado, las TIC facilitan el ejercicio de *la libertad de expresión* (especialmente en los países democráticos), reduciendo los costos de transacción de los usuarios para producir y emitir mensajes multimedia (escritos, imágenes, sonido y videos).

Otra de las características de las TIC es que pueden obtenerse de manera gratuita, lo que relativamente “democratiza” el acceso. Además, en algunos casos estas herramientas permiten al usuario personalizarlas para añadir “un valor” a los mismos, lo que le permite apropiarse de un espacio público. Más aún, estas herramientas promueven la creación de espacios abiertos a la colaboración y la inteligencia colectiva (Cobo y Pardo, 2007) y permiten construir colaborativamente nuevos insumos sociopolíticos y culturales, como: *i*) blogs, *ii*) redes sociales, *iii*) inteligencia colectiva a través de los *wikis*, *iv*) podcast, *v*) YouTube, entre muchos otros.

esta manera, el usuario puede utilizar los sitios web como si fueran programas o aplicaciones que pueden ser descargados.

- c) La centralidad del usuario. En la web 2.0 “el usuario es el rey” pues éste adquiere gran protagonismo: pasa de ser un simple receptor o consumidor a convertirse en creador o productor de contenidos, mensajes, videos, imágenes, etcétera.

Ejemplos de sitios que hicieron popular a la web 2.0 a partir del año 2005 son las redes sociales tales como Flickr por parte de Yahoo! y la red social MySpace por parte de News Corporation, así como el servicio de Skype de eBay y por supuesto también está YouTube, red social creada en ese mismo año (Nafria, 2008:85).

Las TIC, por las mencionadas características (*inmediatez, interactividad, multiautoría, accesibilidad, libertad de expresión*, mayor democratización en el acceso, el poder de añadir “valor” y la posibilidad de construcción de espacios abiertos a la colaboración), aceleran, sofistican y crean nuevas formas de interacción social entre personas que se encuentran separadas por las dimensiones de tiempo y espacio. Estos nuevos espacios, particularmente las redes sociales —o “medios sociales” (*social media*)—,⁴ han pasado de ser una moda a transformar la comunicación, constituyéndose en una herramienta fundamental para la difusión de información, la comunicación y la acción colectiva. Con esto las TIC no sólo permiten la integración de intereses colectivos con los individuales, sino también contribuyen a crear un “ecosistema comunicativo”, como lo señala Martín Barbero (2002), que complejiza la dinámica de las interacciones —lenguajes, escrituras, representaciones, narrativas— que se producen en la sociedad actual, dándole una mayor transversalidad a los medios de comunicación y las tecnologías de la información en la vida cotidiana de la gente, en sus saberes, rutinas y formas de comunicarse.

Las características señaladas en los párrafos anteriores están transformando también la forma en que los ciudadanos participan, discuten, interactúan y reflexionan sobre nuestro papel como ciudadanos en el mundo contemporáneo. Internet y las TIC han permitido redefinir los procesos y métodos a través de los cuales los sujetos a nivel individual o colectivo se vinculan, expresan sus opiniones sobre lo público o desarrollan acciones colectivas. La entrada de estos medios a la vida cultural y política de los ciudadanos ha impulsado la apertura de nuevos foros y formas de expresión, debate y toma de decisiones colectivas (véase Merino, 1995). Asimismo, los nuevos medios le han dado visibilidad a nuevos actores sociales que emergen y hacen escuchar su voz, como los jóvenes, los indígenas, las mujeres, los artistas y, en general, a grupos minoritarios que históricamente han sido excluidos de la concepción moderna del “ser ciudadano”.

Las diferentes herramientas que ofrecen las TIC facilitan la difusión y elaboración de un documento, un contenido visual o un audio,

⁴ Como se les conoce en el habla inglesa y en algunas corrientes de estudio anglosajonas.

así como la transmisión de información y contrainformación, permitiendo un mayor involucramiento de lo público por parte de sectores que de otra manera no estarían vinculados (véase Caplan, 2005). El resultado es una ciudadanía con menores costos de transacción⁵ para participar, más y mejor información y posibilidades de ocupar los espacios virtuales para aprovechar mejor las características de internet (véase Diamond y Morlino, 2005) y con ello extender sus capacidades y habilidades de organización y acción sociopolítica.

Quizá las primeras experiencias de estas nuevas formas de involucramiento surgieron en el mundo del arte, donde desde los años ochenta aparecieron transformaciones tecnológico/artísticas, como el colectivo Critical Art Ensemble,⁶ que inició acciones internautas desde 1987. Ricardo Domínguez, antiguo miembro del mítico Critical Art Ensemble y cofundador del Electronic Disturbance Theater desarrolló con un grupo de *artistas* en 1998 una exitosa tecnología para realizar sentadas virtuales (ingresando a páginas electrónicas gubernamentales) en solidaridad con las comunidades zapatistas de Chiapas.⁷ En buena medida, a partir de diversas experiencias como éstas, que surgieron en todo el orbe, las nuevas tecnologías comenzaron a ser utilizadas en movilizaciones electorales o movimientos sociales, como la candidatura de Barack Obama en Estados Unidos en 2006; las protestas poselectorales en Irán; el flujo de información y la ayuda tras los terremotos de Haití y Chile; las reacciones frente al cierre de televisoras en Venezuela; la coordinación de acciones frente a los incendios forestales en San Diego en 2007; la difusión del arresto de James Buck, un ciudadano estadounidense, en Egipto en abril de 2008 y su eventual liberación después de un tuit que decía simplemente "Arrested" (Jungherr, 2009); la transmisión de información en tiempo real después del asesinato de Benazir Bhutto en Pakistán o los ataques terroristas en Mumbai, India, en 2008; así como las movilizaciones en Moldavia en 2009; la caída de Joseph Estrada en Filipinas

⁵ En otros espacios, a partir de los planteamientos de la Nueva Economía Institucional, hemos definido los costos de transacción como el tiempo y esfuerzo que tiene que realizar un individuo para producir un bien o servicio (véase Natal, 2001).

⁶ Critical Art Ensemble, en <<http://www.critical-art.net/books.html>>.

⁷ Thing.net, en <<http://www.thing.net/~rdom/ecd/DigZap.html>>.

y la batalla de Seattle en contra de la Organización Mundial del Comercio, ambas documentadas en el libro de Howard Rheingold (2002), *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, donde muestra cómo Estrada es el primer jefe de gobierno derrocado a través del uso de internet, entre muchos otros ejemplos.

Cada uno de estos ejemplos, en diferentes formas y niveles, dan cuenta de formas alternativas en las que los ciudadanos expresan su oposición a determinados sistemas socioculturales o a políticas públicas específicas y ejercen su ciudadanía. Algunos de estos ejemplos, como varios de los discutidos en este volumen, muestran cómo las TIC están transformando los movimientos sociales, desde aspectos como la difusión hasta nuevas formas de retar al sistema. En la difusión, el extremo más simple, los movimientos sociales pueden hoy mandar un mismo mensaje instantáneamente a cientos de miles de direcciones o viceversa, miles de cartas electrónicas pueden ser enviadas a una misma dirección ya sea para sabotear la página, el correo o simplemente para mostrar el apoyo hacia cierta causa, rompiendo así las barreras del espacio y el tiempo; con esto los movimientos sociales encuentran una proyección y capacidad de penetración a un mayor número de gente. En el nivel más complejo, retar al sistema, internet puede “desordenar” la estructura vertical que guardan los poderes políticos y económicos establecidos con respecto a los ciudadanos, generando una especie de *entropía* —desde el punto de vista sistémico— que vuelve cada vez más vulnerables y expuestos a gobiernos, corporaciones, partidos políticos, conglomerados mediáticos, etcétera.

Todo esto hace que las TIC en general, e internet en particular, sean actualmente un objeto de estudio atractivo para investigadores e investigadoras interesados en los nuevos fenómenos comunicativos, sociales y culturales que ha traído consigo la llamada “convergencia tecnológica”, como se le conoce en la actualidad a la coyuntura entre distintos medios de comunicación tradicionales y no tradicionales a partir de la digitalización de las tecnologías. Por ello, desde principios del siglo XXI, investigadores como Castells (2001) y Rheingold (1994) y Scolari (2008), entre muchos otros, han puesto su atención en los aportes y beneficios que internet y las tecnologías de informa-

ción traerían a la construcción de una mejor democracia, a la potenciación del ejercicio de la ciudadanía y la mayor participación en los asuntos públicos. Sin embargo, lo novel de estos medios representa también un reto importante para la investigación que se desarrolla en torno a temas como la política, la ciudadanía, la cultura, la participación y la democracia, en la medida en que nos obligan a reflexionar y renovar varios de nuestros conceptos y marcos teóricos.

En los avances presentados en este volumen intentamos mostrar cómo las características de los nuevos medios están o no construyendo efectivamente más participación y nuevas formas de ejercer la ciudadanía. Nuestros artículos dan cuenta de las discusiones que se dan en el interior del espacio virtual, sobre todo porque —como intentaremos mostrar— en muchos casos estas discusiones son más incluyentes y participativas, de tal forma que adquieren un mayor significado en la construcción de la democracia que la que se da en el mundo real.

Sin embargo no menospreciamos muchos de los retos que tienen los nuevos medios. El problema de la brecha digital, por ejemplo, no puede ser desdeñado, pues si bien cada vez hay más y mejor acceso a estas herramientas tecnológicas y a los espacios virtuales que promueve internet, todavía hay un número muy alto de gente en el mundo y en México que aún no cuenta con una conexión a internet —que incluso aún no cuenta con teléfono—, a los que García Canclini (2004) llama los “desconectados”, aquellos que aun avanzado el siglo XXI permanecen al margen de las bondades que ofrecen internet y las TIC, ya sea por decisión, pero sobre todo por falta de recursos económicos y tecnológicos (véase Lara, en este volumen). En este orden de ideas, los avances presentados en este volumen intentan mantener una mirada crítica del uso de las herramientas digitales, evitado el entusiasmo en que se puede incurrir al señalar las cualidades que pudieran tener la irrupción de internet y las TIC como generadoras de una mayor participación e involucramiento de la gente en los asuntos públicos. Así, por ejemplo, más allá del tema de la brecha digital, retomamos trabajos desde Wolton (2000) hasta Bauman (2007), que han puntualizado el hecho de la posible ruptura de lazos sociales que pudiera generar el uso de las redes sociales, o los orígenes más capita-

listas-consumistas de gran parte de las interacciones que se producen en los espacios virtuales.

Por estas razones, intentamos mantener como eje algunas preguntas que tenemos que enfrentar para saber si efectivamente los medios electrónicos, y en particular internet y las TIC, van a servir sólo como herramientas a los que ya son activistas o se podrán socializar y construir acción colectiva en el mundo real, o si éstas generan nuevas condiciones para que cada vez más ciudadanos participen en temas públicos, y quizá la más importante, sobre si la participación en medios digitales es una moda o será una transformación definitiva de las formas en que nos involucramos *en* y *con* lo público. Estos cuestionamientos se enmarcan en las características y cualidades que hemos señalado sobre el uso de internet, las redes sociales y las tecnologías de información como potenciadores de movimientos sociales, acciones colectivas y participación ciudadana.

Los siguientes artículos, desde distintas miradas y con puntos de partida distintos, analizan elementos que abonan algunos bosquejos de respuesta a partir de los cuestionamientos anteriores.

Natal, Ortega y Martínez nos presentan —utilizando el trabajo sobre contrademocracia de Pierre Rosanvallon como punto de partida—, cómo una vez que se trasciende el uso del entretenimiento y la socialización trivial, los medios electrónicos pueden tener un importante papel como instrumentos al servicio de los ciudadanos para el ejercicio de su ciudadanía.

López reflexiona sobre el papel de las redes sociales en la sociedad contemporánea. Desde una perspectiva evolutiva, analiza los efectos que la dinámica de las redes sociales tiene en los grupos sociales. El autor encuentra que pueden funcionar como mecanismos de acicalamiento, pavoneo o chisme para el establecimiento de redes de contacto, cohesión social y confianza, así como para acceder a información relevante que el grupo considera que necesita.

En su artículo sobre la brecha digital, Lara presenta un panorama estadístico de la distribución, disponibilidad, acceso y uso que se le da a las herramientas de internet en México. Con ello nos muestra que son necesarias dos condiciones para incentivar la participación ciudadana en un contexto virtual: *i*) incrementar el acceso a los ciudadanos, principalmente en el ámbito rural y los hogares con menores

ingresos, y *ii*) que los usuarios utilicen las herramientas de internet con potencial colaborativo como una alternativa para innovar la forma de hacer política y generar valor en la toma de decisiones sobre asuntos públicos.

Castillo plantea la importancia que ha cobrado la llamada *Social Media Revolution*, que consiste en la incorporación de las nuevas tecnologías de la información por internet en las diferentes actividades de la vida social, económica y política. Para él esto ha significado un cambio de paradigma en la interacción gobierno-sociedad y en la participación política de la sociedad civil, en el que los usuarios de internet y las redes sociales inciden destacadamente en política. Castillo presenta diferentes casos y estadísticas que dan cuenta de este fenómeno en Latinoamérica, con particular énfasis en el caso de México. Con estos elementos el autor contribuye a la discusión sobre formas alternativas de participación política, de transparencia y en la relación gobierno-sociedad.

Trabajando sobre otra de las redes sociales, Natal e Ibarra nos muestran cómo la utilización de Twitter en México ha desarrollado, aunque es un asunto novedoso, ya varias experiencias que muestran su potencial como herramienta para amplificar las demandas de la sociedad. En los casos revisados por estos autores se observa cómo Twitter ha sido usado por los ciudadanos en la transformación de algunas políticas públicas y cómo ha funcionado como caja de resonancia de la acción colectiva, con lo que ha mostrado su potencial para ampliar la ciudadanía digital.

Blásquez analiza cómo las redes sociales se han convertido en catalizadores de la acción política al propiciar que comunidades virtuales —distantes tanto espacialmente como socialmente— se vinculen a causas que les interesan. La autora aborda dos casos de acción política para el empoderamiento y el ejercicio de la ciudadanía plena de grupos excluidos: el de “En Defensa del Migrante Centroamericano” y el de “Tamatsima Wahaa”, mejor conocido como “En Defensa de Wirikuta”.

Ortiz y Nájera, por su parte, hacen un recuento de los sucesos acontecidos en México de mayo a julio de 2012, a propósito del proceso electoral en el que se elegiría al presidente del país y a otros

funcionarios gubernamentales. Los autores hacen hincapié en cómo se gestó el movimiento juvenil denominado “#YoSoy132” a partir de una serie de eventos que tuvieron como punto de arranque el uso de las redes sociales y la incapacidad de algunos actores políticos que no supieron responder adecuadamente a una juventud que, de un momento a otro, se hace visible como ciudadana crítica e interesada en los asuntos políticos.

Natal y Perera elaboran sobre distintas formas de participación y argumentan por qué para ellos el *hacktivismo* es una forma de participación política no convencional, aunque en muchos países y coyunturas es ilegal. Dan varios ejemplos de formas en que los *hacktivistas* han realizado actividades políticas y plantean cómo los medios electrónicos les han permitido ejercer desde la marginalidad su ciudadanía digital.

Benítez nos muestra cómo una de las funciones del artista de hoy es descolocarse del centro para dejar que el público actúe y participe en la propuesta artística. Los actores que posibilitan la obra son comunidades excluidas socialmente. La autora muestra cómo hoy el artista crea, a partir de redes sociales digitales vía teléfonos móviles, una estética de libertad relacional con el entorno y la comunidad que la constituye. El artículo que nos presenta a discusión muestra cómo se conquista dicha estética comunitaria —estética micropolítica— utilizando la tecnología digital como medio. La autora muestra cómo el trabajo artístico de Abad se adelantó a las formas de intercomunicación que ahora vemos en el espacio público, y cómo cada proyecto comunitario, además, nos lega un repositorio/archivo multimedia vivo, comunitario e inédito que acorta la distancia entre la transferencia de producción informativa y su disposición pública.

Estos artículos no pretenden construir una teoría *ad hoc* ni presentar una metodología de análisis en particular, sino, a partir de casos reales y estudios de caso, aportar elementos para iniciar una discusión informada y mucho más profunda en diversos ámbitos de estudio sobre algunos de los elementos que hacen diferente la apropiación de lo público, la participación sociopolítica y en particular el ejercicio de la ciudadanía digital. Esperamos que estos trabajos sean suficientemente provocativos como para iniciar una discusión más amplia al respecto.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUMAN, Zygmunt
2007 *Vida de consumo*, México, FCE.
- CAPLAN, Richard
2005 *International Governance of War-Torn Territories: Rule and Reconstruction*, Oxford, Oxford University Press.
- CASTELLS, Manuel
2001 *La galaxia internet*, Barcelona, Plaza y Janés.
- COBO ROMANÍ, Cristóbal y Hugo PARDO KUKLINSKI
2007 *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios Fast Food*, Barcelona/México, Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic/Flacso, México, E-book de acceso gratuito disponible en <www.planetaweb2.net>, consultado el 20 de enero de 2008.
- CRITICAL ART ENSEMBLE
s.f. <<http://www.critical-art.net/books.html>>.
- DIAMOND, Larry y Leonardo MORLINO
2005 "Introduction", en L. Diamond y L. Morlino (eds.), *Assessing the Quality of Democracy*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor
2004 *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.
- JUNGHERR, Andreas
2009 *The DigiActive Guide to Twitter for Activism*, Creative Commons Attribution Non-Commercial, abril, disponible en <<http://www.slideshare.net/DigiActive/digiactive-guide-introduction-twitter-for-activism>>, consultado el 4 de septiembre de 2013.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús
2002 *La educación desde la comunicación*, Buenos Aires, Norma.
- MERINO, Mauricio
1995 "La participación ciudadana en la democracia", en *Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática*, México, Instituto Federal Electoral.

NAFRÍA, Ismael

2008 *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de internet*, Barcelona, Gestión 2000.

NATAL, Alejandro

2004 "What are the Transaction Costs: In a Birds-Eye", en *Documentos de Discusión sobre el Nuevo Institucionalismo*, núm. 7, Zinacantepec, México, El Colegio Mexiquense.

RHEINGOLD, Howard

1994 *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*, Barcelona, Gedisa.

2002 *Smart Mobs: The Next Social Revolution*, Cambridge, Perseus Publications.

SCOLARI, Carlos

2008 *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Barcelona, Gedisa Ciberultura.

THING.NET

s.f. <<http://www.thing.net/~rdom/ecd/DigZap.html>>.

TREJO D., Raúl

2011 "Bajo el imperio de la televisión", en *Infoamérica. Iberoamerican Communication Review*, núm. 6, Universidad de Málaga.

WOLTON, Dominique

2000 *Internet ¿Y después?*, Barcelona, Gedisa.

Ciudadanía digital: desconfianza política y uso de internet para el ejercicio de la ciudadanía

Alejandro Natal*
Walter Ortega**
Ma. Gabriela Martínez*

INTRODUCCIÓN

Este artículo aborda un fenómeno político de particular relevancia en la actualidad: el uso de internet en el ejercicio de la democracia, que aquí llamamos *ciudadanía digital*. Es decir, los ciudadanos, a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), específicamente de internet, participan en procesos de consulta y toma de decisiones que afectan el ámbito público.

La ciencia política y la sociología han emprendido una diversidad de estudios sobre la democracia de los gobiernos representativos. Entre los principales aspectos que atienden estos estudios se encuentran los que determinan su calidad y la forma como se ejerce, o bien aquellos que la hacen ser un proceso inacabado. Así, se le han atribuido calificativos como “promesa democrática”, “democracia frustrada” o “democracia inconclusa” (Cairo, 2002; Rosanvallon, 2007; Olvera, 2010).

En general, estos análisis señalan el distanciamiento cada vez mayor entre gobernantes y gobernados: la pérdida de legitimidad, desconfianza e insatisfacción hacia los dirigentes e instituciones políticas, la falta de participación ciudadana en los asuntos públicos, el estancamiento de las iniciativas de ley y de las políticas públicas para atender necesidades vitales, además de la indeterminación de las administraciones gubernamentales en todos sus niveles.

* Profesor(a) del Departamento de Procesos Sociales de la UAM-Lerma.

** Alumno de la maestría en Desarrollo Regional del Instituto Mora.

Pese a que existen diversos contrapesos para contrarrestar estos desequilibrios, como la rendición de cuentas, la contraloría social, la transparencia de la información, los informes (globales y locales de las actividades de los servidores públicos y privados) y los observatorios ciudadanos, entre otras figuras y procesos compensatorios, éstos no han sido suficientes para resolver el creciente problema de la desconfianza en las instituciones públicas.

Hoy en día, la pérdida de la confianza es uno de los graves problemas políticos que enfrentan las instituciones y que pone en riesgo el ejercicio de la democracia y al propio orden político (Beck, 2002; Cairo, 2002). Por ello Beck, identifica a la sociedad de la desconfianza como una sociedad en riesgo.¹

La confianza es una probabilidad subjetiva con la que un agente evalúa que otro agente o grupo de agentes realizará una acción específica (Gambetta, 1988), en general, se compone de un conjunto de expectativas positivas depositadas en las acciones o respuestas de los demás que ocurren en contextos de incertidumbre (Luna y Velasco, 2005). Esto implica entregar o compartir el control de los recursos, procesos o perspectivas de futuro con otros para el logro de un objetivo, meta, o propósito común (Ostrom y Ahn, 2003). Entre más

¹ Ulrich Beck (2002) parte de la idea del peligro, la violencia y el miedo vividos a causa de la época de la modernidad. Lo que causa catástrofes no son los errores que se cometen, sino más bien es un asunto estructural, son los sistemas que transforman la humanidad del error en fuerzas destructivas incomprensibles. En este mismo orden de ideas, la producción social de la riqueza va acompañada sistemáticamente de la producción social del riesgo, donde tener seguridad es una necesidad vital.

Las cinco ideas centrales en el libro de Beck son: 1) los riesgos que se generan en el nivel más avanzado del desarrollo de las fuerzas productivas se diferencian esencialmente de las riquezas; 2) con el reparto y el incremento de los riesgos surgen situaciones sociales de peligro de efecto *boomerang*: peligros para la salud, para la naturaleza, desigualdades sociales, etc.; 3) la expansión de los riesgos no rompe en absoluto con la lógica del desarrollo capitalista, sino que más bien la eleva a un nuevo plano de *big business*; 4) se puede poseer riqueza pero los riesgos están afectando, los riesgos son asignados civilizatoriamente; 5) los riesgos son reconocidos socialmente y tienen un contenido político explosivo muy peculiar (Beck, 2002). Para Beck, las nuevas reglas en esta sociedad del riesgo son que los mercados se hundan, los sistemas jurídicos no capten los hechos, domine la carencia sobre la abundancia, los tratamientos médicos fracasen, los edificios científicos de racionalidad se vengán abajo, los gobiernos tiemblen, los votantes indecisos huyan (véase Beck, 2002).

se cede o se comparte el control, mayor será el costo de oportunidad tanto para el que confía, que puede ser traicionado, como para aquel en el que se confía, pues aumenta el costo de seguir siendo confiable. La confianza en las instituciones es un atributo cargado de valor simbólico, que se construye a lo largo del tiempo y que genera identidad en la medida en que se comparten intereses (Putnam, 2002; Durand Ponte, 2002).

Así, una buena parte de la historia de las instituciones democráticas ha estado orientada a la construcción de confianza, y el fenómeno de la desconfianza en las instituciones (en especial en las electorales) nos parece incipiente (Durand Ponte, 2002). Ésta es una desconfianza en la democracia misma. Así las cosas, la desconfianza ha llevado a buena parte de las democracias modernas a una crisis de la representación social y política, una sensación de vacío a la que Rosanvallon (2007) denomina la “era de la desección”, es decir, una democracia de sanción donde las elecciones son más un juicio sobre el pasado que una oportunidad de optar por diversas orientaciones. En este sentido, las elecciones ya no tienen el propósito de seleccionar candidatos, sino de manifestar rechazo.

Sin embargo, pese al énfasis en la importancia de la confianza como mecanismo para construir cooperación, capital social e instituciones democráticas (Putnam, 1993; Fukuyama, 1995), no necesariamente un nivel deseable de desconfianza es un impedimento para la democracia, por el contrario, hoy en día esta desconfianza se manifiesta a través de las TIC, en especial en las redes sociales, y pasa del mundo virtual al real para construir ciudadanía.

Para elaborar este argumento hemos dividido este documento en cuatro secciones. En la primera presentamos dos casos que sirven como ejemplos para una elaboración más teórica, el movimiento #15 (15-M) y el movimiento Yo Soy 132 (M 132). En una segunda sección reflexionamos por qué las expresiones de estos movimientos nacidos de la desconfianza constituyen manifestaciones de contra-democracia. En la tercera argumentamos que las TIC e internet están construyendo una nueva forma de ciudadanía digital, sobre la que reflexionamos en la cuarta sección. Concluimos con algunas ideas que intentan servir de base para los artículos que siguen.

EL MOVIMIENTO #15 Y EL MOVIMIENTO #132: DOS EXPERIENCIAS DE ESPAÑA Y MÉXICO

Uno de los principales actores que está tomando parte en los asuntos de la esfera pública con mayor empuje son los jóvenes (véase Ortiz y Nájera en este volumen), quienes utilizan de forma intensiva las redes sociales y comunitarias. En este sentido, Pilar Cortés piensa la *ciudadanía digital* esencialmente como un espacio para la participación política juvenil, en donde se da el estrechamiento de vínculos personales y la defensa de derechos juveniles (Cortés, 2012). A continuación se describe cada uno de forma somera.

*EL 15-M ¡DEMOCRACIA REAL YA! "LA SOBERANÍA RESIDE EN LA CIUDADANÍA"*²

La forma de intervención de los jóvenes del 15-M se caracteriza por no ser una forma convencional de participación directa en los asuntos de orden político. El movimiento 15-M, o movimiento de los indignados, se manifiesta por primera vez en 2011 mediante diversos actos de protestas pacíficas cuya intención fue promover la democracia participativa en España, además de manifestar el rechazo al monopolio de la banca, su sentir social ante la crisis, los ajustes a la educación pública y su descontento con el sistema de partidos políticos de ese país. Entre sus objetivos se encontraba promover una *auténtica división de poderes* con la intención de mejorar la calidad de la democracia.

El 15-M es un movimiento dirigido principalmente por jóvenes provenientes de diversos sectores de la sociedad civil organizada (estudiantes, académicos, organizaciones de la sociedad civil (OSC), activistas, desempleados, subcontratistas, disidentes, periodistas, etc.) junto a colectivos no reconocidos de ciudadanos en general. Tuvieron su primera aparición el 15 de mayo de 2011 en plazas de las más importantes ciudades de España (entre las que destacan Madrid, Bar-

² Lema que abandera el 15-M, el cual puede ser visto en el portal de su sitio web, en <<http://movimiento15m.org/>>.

celona, Valencia y La Coruña, entre otras) y cuentan con células en otros puntos del mundo.

El 15-M se caracteriza por contar con las siguientes bases:

- 1) No persigue fines de lucro, es pacífico y con sentido social.
- 2) No tiene ningún tipo de vínculo o afiliación a partidos políticos ni sindicatos.
- 3) Cuenta con una estructura horizontal (es decir que las decisiones se toman en consenso y no de forma personal).
- 4) Es transparente (sin estar sujeto a ningún tipo de registro legal).
- 5) Se organiza a través de asambleas populares que son abiertas a todo público, celebradas generalmente en plazas o parques y está estructurado en diversas comisiones³ y grupos de trabajo.

Los grupos de trabajo abordan áreas de atención como educación, género, política y economía, cultura y medio ambiente, diálogo entre religiones y trabajo social, diversidad sexual,⁴ migración y movilidad, derechos humanos.

Entre las propuestas más importantes del 15-M están: *a*) cambio de la Ley Electoral para que las listas sean abiertas y con circunscripción única; *b*) atención a los derechos básicos articulando una reforma de la Ley Hipotecaria para la vivienda popular; *c*) refuerzo de una educación pública y laica; *d*) suspensión permanente de leyes como el Plan Bolonia⁵ y el Espacio Europeo de Educación Superior,⁶ la Ley de Extranjería⁷ y la Ley Sinde;⁸ *e*) reforma fiscal favorable para ren-

³ De las comisiones que maneja se encuentran: Ciencia y Tecnología, Comunicación, Acción, Información, Infraestructuras, Redes sociales, Lenguaje de Signos, etc. Véase Movimiento 15-M, en <<http://movimiento15m.org/>>.

⁴ "Transmaricabollo" es el nombre de la asamblea que trata el tema de Género, de Sexualidad y de la Comunidad Lésbico-Gay, Bisexual, Transexual, Transgénero y Travesti.

⁵ Sobre el Plan Bolonia, el 15-M critica dos aspectos fundamentales: la mercantilización de la Universidad y el aumento de las horas de estudio innecesarias.

⁶ Es un ámbito de organización educativo iniciado en 1999 que quiere armonizar los distintos sistemas educativos de la Unión Europea.

⁷ Es la norma española que regula la entrada y estancia de los extranjeros extracomunitarios en el territorio español.

⁸ Es un instrumento legal orientado principalmente a la persecución de las descargas de contenido con copyright por internet.

tas bajas, reforma de los impuestos de patrimonio y sucesiones; f) reforma de las condiciones laborales de la clase política para la abolición de sus sueldos vitalicios; g) medidas plurales con respecto a la banca y los mercados financieros en cumplimiento del artículo 128 de la Constitución Española;⁹ h) nacionalización inmediata de todas aquellas entidades bancarias que hayan tenido que ser rescatadas por el Estado; i) acceso popular a los medios de comunicación, que deberán ser éticos y veraces; j) recuperación de las empresas públicas privatizadas; k) reducción del gasto militar y un mayor control de las fuerzas y los cuerpos de seguridad del Estado; l) recuperación de la memoria histórica y de los principios fundadores de la lucha por la democracia en el Estado; m) total transparencia y rendición de cuentas sobre la financiación de los partidos políticos, entre otros.

La vinculación del 15-M con las redes sociales nacionales e internacionales se originó a partir de que los convocantes propusieron complementar la difusión del movimiento en las *networks* o redes sociales¹⁰ en busca de solventar los problemas que las autoridades no han sabido brindar, provocando una reacción popular masiva y de la sociedad civil española.

*Yo soy 132:*¹¹ “POR UNA DEMOCRACIA AUTÉNTICA”¹²

Un año después del 15-M en España, el movimiento #YoSoy132 es conformado en su mayoría por estudiantes de educación superior (tanto del sector público como privado) de México. En su surgimiento, la primera propuesta que lanzaron fue establecer un código de ética para

⁹ Dicho artículo constitucional determina que “toda la riqueza del país en sus diferentes formas y sea cual fuere su titularidad está subordinada al interés general”, véase <<http://movimiento15m.org/>>.

¹⁰ Principalmente surgieron redes como #spanishrevolution, #democraciareal-ya, #nonosvamos, #notenemosmiedo, #juntaelectoralfacts, entre otras, de las cuales se registran al menos 500 asociaciones y colectivos que simpatizan con el movimiento en España. Véase <<http://movimiento15m.org/>>.

¹¹ Otro estudio sobre el movimiento #YoSoy132 es el de Sandoval-Almazán y Gil-García (2013), el cual también explora la emergencia y evolución de las herramientas tecnológicas sociales en la protesta social.

¹² Lema que abandera el movimiento #YoSoy132, el cual puede ser visto en el portal de su sitio web, <<http://yosoy132media.org>>.

los medios de comunicación masiva, principalmente de dos cadenas televisivas que mantienen un monopolio desde su origen y cuyo contenido de programas y series ha sido cuestionado con fuerza (véase Ortiz y Nájera en este volumen).

Posteriormente, el movimiento #YoSoy132 (M 132) incorporó una serie de propuestas para la realización del proceso electoral de 2012, en el cual según encuestas oficiales como la del Instituto Federal Electoral (IFE) lideraba el candidato del partido históricamente hegemónico. De hecho, el nombre #YoSoy132 se refiere a la inscripción como el miembro número 132 tras la publicación de un video en las redes sociales,¹³ en el cual 131 universitarios contestan a las declaraciones de algunos funcionarios públicos tras un acto de protesta en la Universidad Iberoamericana cuando el entonces candidato Peña Nieto presentaba la plataforma política de su partido.

Después de tal acontecimiento, las redes sociales comenzaron a mostrar su apoyo a los 131 estudiantes multiplicándose a través de sectores como la academia, organizaciones civiles, colectivos de ciudadanos, activistas, etc. A mediados de mayo de 2012, en diversas universidades del país se comenzaron a realizar reuniones por medio de asambleas para generar propuestas y debatir sobre el destino del país y la forma en que el proceso electoral se llevaba a cabo.¹⁴

El M 132 cuenta con una estructura organizacional compuesta por una asamblea general interuniversitaria, trabajo por comisiones y otros grupos y simpatizantes.¹⁵ El movimiento tiene también diversas comisiones: Comunicación y prensa, Seguridad, Derechos humanos y jurídicos, de Logística, Brigadeos, Finanzas, Vinculación y Enlace. En dichas comisiones se realiza una variedad de actividades, las cuales buscan incidir a través del apoyo de 250 organizaciones sociales.

El M 132 se distingue como un movimiento autónomo, rotativo y horizontal, porque —por lo menos en sus documentos— busca res-

¹³ YouTube, por ejemplo, registró 21 747 usuarios en su red.

¹⁴ El M 132 está convencido de que el abstencionismo y el voto nulo son acciones ineficaces para avanzar en la construcción de la democracia en México. Fuente: primer comunicado de la Coordinadora del Movimiento #YoSoy132 (manifiesto), disponible en <132http://yosoy132media.org>.

¹⁵ Estos últimos se forman de ciudadanos en general, académicos, músicos y organizaciones, como Acampada Revolución y Frente Nacional de la Oposición.

petar y valorar las decisiones de cada asamblea local, las cuales a su vez integran la asamblea general.¹⁶ Además, se ha declarado de carácter permanente y antineoliberal, puesto que pretende trascender la coyuntura electoral y busca erradicar el sistema económico, político y social que impera en México.¹⁷

El M 132 pretende consolidar un programa basado en: *a*) democratización y transformación de los medios de comunicación, información y difusión; *b*) cambio en el modelo educativo, científico y tecnológico; *c*) cambio en el modelo económico neoliberal; *d*) cambio en el modelo de seguridad nacional; *e*) transformación política y vinculación con movimientos sociales. Para ello ha hecho un uso intensivo de las redes sociales (principalmente Facebook) y la radio alternativa en México. El M 132 jugó un papel importante en la transmisión de contrainformación durante las elecciones para presidente en 2012 en México.¹⁸ Hasta el momento, el movimiento ha tenido manifestaciones en diferentes puntos del Distrito Federal y en el interior de la República; también tiene vínculos con activistas en otras partes del mundo como España, Estados Unidos y Francia.

¿Qué tienen en común el 15-M y el M 132? Como resulta evidente del sucinto panorama presentado de ambos movimientos: 1) las bases organizativas del #YoSoy132 guardan similitudes con el 15-M en España; 2) ambos se manejan como movimientos sin afiliación política, son laicos, pacíficos y plurales, y buscan construir un espacio de diálogo; 3) los dos movimientos se orientan a la discusión de “lo público”, que entienden como un bien común; 4) tienen un carácter humanista que busca redefinir una cierta ética de la sociedad; 5) intentan reactivar la participación ciudadana, en especial 6) a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, particu-

¹⁶ Hasta julio de 2012 eran 130 asambleas locales, donde hay dos representantes o voceros por cada una, los cuales son votados por la asamblea general. Véase el artículo periodístico “#YoSoy132 y su proceso para discutir la toma de decisiones” por Tania Montalvo, en *CNN México*, miércoles, 18 de julio de 2012.

¹⁷ Véanse los principios generales en <132<http://yosoy132media.org>>.

¹⁸ Algunos medios son la plataforma Hangout en Directo de Google y las cadenas radiofónicas Reactor 105.7, Ibero 90.9 y Radio Ciudadana, entre otras. Las cadenas de televisión culturales Once TV México, canal del IPN y el Canal 22 (<<http://www.canal22.org.mx/>>).

larmente internet; 7) ambos son ejercicios de ciudadanía que reacciona con desconfianza y decepción de las instituciones políticas y de los gobernantes y 8) mediante mecanismos de acción colectiva que hoy llamamos *contrademocracia*. Con estos dos últimos puntos iniciamos la discusión que sigue.

DESCONFIANZA Y CONTRADEMOCRACIA

Montesquieu y otros pensadores liberales del siglo XVIII veían en la desconfianza una forma de prevenir la acumulación de poderes. Estos autores pensaban en proteger al individuo de las invasiones del poder público antes que otorgarle ciudadanía. Por el contrario, dentro del pensamiento democrático la desconfianza se expresa en velar por que el poder sea fiel a sus compromisos y buscar los medios que permitan mantener la exigencia de servicios al bien común (véase Rosanvallon, 2007).

La desconfianza no necesariamente tiene como efecto que las personas no participen en la esfera pública y que no ejerzan su ciudadanía, sino más bien que lo hagan mediante formas alternativas, como internet. Por ello es importante “comprender las manifestaciones de la desconfianza en un marco global que reubique de manera articulada y coherente sus características más profundas, es decir, en síntesis, entenderlas en cuanto conforman políticamente un sistema” (Rosanvallon, 2007:25).

Para Rosanvallon (2007) las manifestaciones de desconfianza, o lo que él llama *contrademocracia*, no es lo opuesto a la democracia, sino más bien son formas alternativas de representación y de legitimación que pueden incluso superar a la democracia institucional al construir un sistema de poderes indirectos en la sociedad, para vigilar, controlar y enjuiciar la actuación de los gobernantes. Para este autor hay tres formas de expresión de la desconfianza: 1) los poderes de control, 2) las formas de obstrucción y 3) la puesta a prueba a través de un juicio, que describimos a continuación.

El *control* es la manera de mantener una mirada permanente sobre los actos de los gobernantes, un estado de alerta que permita la

vigilancia sistemática de sus actuaciones. Una forma de equilibrar la legitimidad electoral con la social, haciendo de la *reputación* un factor determinante de la confianza. Entre los poderes de control, Rosanvallon destaca *la vigilancia*,¹⁹ *la denuncia*²⁰ y *la calificación*.²¹

El poder de obstrucción alude al derecho de resistencia que a lo largo de la historia han adquirido los ciudadanos para impedir, modificar o anular las actuaciones de sus gobernantes o las condiciones del régimen. El poder de obstrucción se manifestó en las calles, en la libertad de prensa, movimientos sociales, construcción de opinión pública y de crítica.

Juzgar “consiste en examinar una conducta o una acción [...] prolongando el ejercicio de una sospecha [...] haciendo necesario que se llegue a una conclusión” (Rosanvallon, 2007:191). El enjuiciamiento puede ocurrir de muchas maneras, como el chisme, un *twit* que se vuelve tendencia o un blog. En estos casos el ciudadano es juez, hace parte de un jurado civil cuyo fin último es restablecer o modificar el espíritu de la ley o política pública. Este ejercicio es parte de la vida democrática que es conveniente apreciar y poner a reflexión.

La existencia de múltiples ejemplos de fórmulas de control (vigilancia, denuncia y calificación), de obstrucción y juicio, nos hace ver que la idea de una masa de ciudadanos pasivos es hoy más un mito

¹⁹ La vigilancia se hace presente sobre todo en periodos de crisis y de conflictos, manifestándose de múltiples modos como intervenciones de prensa, de asociaciones, de sindicatos, peticiones, huelgas, actos de protesta, etc. Otra forma de vigilancia, según el autor, es la *regulación*: evaluaciones y críticas en un nivel descentralizado, que cobran la forma de encuestas o informes, comisiones especializadas o reportajes, que influyen en los debates sobre la sociedad y en las decisiones políticas.

²⁰ La denuncia es el control de los actos de los gobernantes por medio de la publicidad, cumple una función de presión y regulación y ética cívica, y ha adquirido enorme trascendencia en la medida en que crece el valor de la *transparencia* en la política y el peso del capital simbólico (el honor y la reputación). No obstante, la denuncia puede llegar al escándalo, causando una alteración en la mirada ciudadana.

²¹ La calificación “consiste en una evaluación documentada, técnicamente argumentada, a menudo cuantificada de acciones particulares o de políticas más generales” (Rosanvallon, 2007:66), es un *peritaje de la calidad y la eficacia de la gestión*, una reputación basada en *expertise técnico*. La calificación crítica sirve a la oposición, así como a la emergencia de contrapoderes tales como instituciones especializadas en evaluación y calificación, organizaciones civiles, contraloría social y observatorios ciudadanos, entre otros.

que una realidad. En el ámbito electoral, por ejemplo, el abstencionismo puede ser una manera de posicionamiento y más aún lo es anular el voto con propósito o “votar en blanco” (véase Natal e Ibarra en este volumen). De la misma manera, hay un repertorio de formas de participación no formales o poco convencionales que han crecido con el uso de las nuevas TIC (véase Benítez en este volumen). Las nuevas tecnologías comienzan a producir una nueva forma de relación entre el ciudadano y la política, entre el ciudadano y el gobierno (Criado y Ramilo, 2010), una reconciliación y una forma de reducir su costos de transacción y atenuar los efectos de la impolítica, o falta de interés en los problemas colectivos (véase Natal y Perera en este volumen).

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN E INTERNET

En los últimos años, el uso de las TIC²² ha transformado la vida de la sociedad, cuya materia prima es la información (Castells, 2002). Criado y Ramilo (2010) señalan que dentro de esta nueva dinámica, las TIC en general e internet en particular, así como la sociedad de la información, se han convertido en una prioridad política, pues desde la introducción de internet se han generado diversas expectativas sobre su impacto en el ejercicio de la política y la democracia (Araya, 2005:62).

En este sentido, se contemplan las potencialidades y ventajas que las TIC pueden tener para los gobiernos, por un lado, al hacer más eficiente su gestión (automatización de procesos), y por el otro, al permitir un mayor acercamiento de los ciudadanos a sus gobiernos, donde los ciudadanos puedan ser tomados en cuenta en el proceso de toma de decisiones, así como en aspectos de fiscalización de la actuación gubernamental, es decir, en aspectos que se encuentran asociados con la democracia (Araya, 2005:62).

²² Se denominan tecnologías de la información y la comunicación (TIC) al conjunto de herramientas e infraestructura que se utilizan para recoger, almacenar, tratar, difundir y transmitir información (Criado y Ramilo, 2010).

Considerando lo expuesto, Criado y Ramilo (2010) establecen que hay tres dimensiones en las que las TIC determinan la relación de los gobiernos y las administraciones con otros actores (entre los que el ciudadano puede jugar distintos roles):

- 1) Prestadores de servicios públicos (e-Administración). En esta dimensión se contemplan aspectos de gestión, información, tramitación de servicios, formulación de quejas y sugerencias.
- 2) Promotores de la democracia (e-Democracia). Incluye la consulta a los ciudadanos sobre los procesos de toma de decisiones.
- 3) Dinamizadores y elaboradores de políticas públicas (e-Gobernanza). Incluye la participación activa de los ciudadanos en la elaboración de las políticas, gestión y evaluación de los resultados.

De esta manera, hay cuatro modelos a través de los cuales los ciudadanos pueden participar políticamente, que también obedecen a distintos niveles de intensidad de la participación (Coleman y Gotze, citado por Araya, 2005:66). El primero es un *modelo de opinión pública*, que consiste en consultar a la población a través de encuestas de opinión pero sin ningún compromiso resolutivo. El segundo modelo es el de *la democracia directa o plebiscitaria*, donde se consulta por diversas materias de interés a través de internet y tiene un carácter resolutivo. En tercer lugar el *modelo de democracia electrónica*, que se basa en comunidades locales que adquieren nuevas herramientas para interactuar con el municipio, con el gobierno, con organizaciones y ciudadanos. Y finalmente el modelo del compromiso cívico en la *deliberación política*, en donde los ciudadanos deben estar completamente informados sobre el asunto en el que deliberan; podrá participar cualquier ciudadano y la comunicación puede ser de ciudadano a gobierno como de ciudadano a ciudadano.

Así, las TIC posibilitan la interacción entre múltiples actores.²³ Éstas pueden darse dentro de la misma institución de gobierno, es decir,

²³ Información consultada de la Agenda de Innovación Local (AIL), en <<http://www.eudel-ail.net/ail/verDocumentos.do?idlinea=95>>, el 1 de octubre de 2012.

entre el gobierno y sus empleados (G2E); entre gobiernos, independientemente de si son locales, regionales o nacional (G2G); entre el gobierno y los ciudadanos (G2C); entre ciudadanos (C2C), donde éstos pueden colaborar entre sí y crear comunidades, y entre la ciudadanía con otros agentes.

Actualmente la mayoría de las personas viven cotidianamente en internet. Lo real y lo virtual son dos formas de reproducir la sociedad. Internet es una de las principales fuentes de información, por lo cual nuestra sociedad es una *sociedad virtual* en la medida en que una buena parte de nuestra vida transcurre en espacios de comunicación e interacción virtuales.²⁴ Hoy en día, lo real y lo virtual están articulados mediante la tecnología y la información entre ambos, confundiendo sus fronteras.

En este sentido, las potencialidades democráticas de internet se pueden analizar por medio de tres ejes establecidos por Vedel (citado por Breindl, 2010): información, discusión y debate, y movilización. En cuanto a las potencialidades democráticas de internet y las TIC referentes a la información, éstas han contribuido a romper con el dominio de la elite sobre su producción y control, con lo cual se facilita el acceso, la difusión y la producción de información por parte de los movimientos de protesta (Breindl, 2010:55).

Internet permite que los ciudadanos se expongan a argumentos partidistas, incluyendo aquellos que podrían cambiar sus preferencias o posiciones políticas. Asimismo, contribuye a fomentar la participación cívica: interactividad, diversidad, flexibilidad, velocidad, conveniencia y bajo costo, así como la capacidad de información de

²⁴ Algunos autores, como Marc Augé (2000), consideran a internet como un “no lugar”, no obstante, aquí se le define como un espacio que va más allá del anonimato, porque esta dimensión ocupa un tiempo de interacción. Aunque un “no lugar” no crea identidad y no es permanente a diferencia del espacio como “lugar” (con historia, simbolizado y en relación con la experiencia del mundo real), el “no lugar” sí es un espacio de interacción que se reinscribe constantemente; en este sentido, internet, más que un espacio de ocio y juego, se constituye como un espacio de reencuentro donde ocurren cruces de elementos móviles, pasajeros y complementarios (De Certeau, 2000). De Certeau nunca habló de internet, pero sí del “no lugar”, y se refería a un espacio de movimientos y viajeros de ocasión; en este caso, Castells complementaría dicho argumento al considerar a internet como movimiento y aludir a la idea de los flujos (véase Castells, 2000).

internet permite al público tener mayor conocimiento de la política y del gobierno, lo que constituye un primer paso hacia la mayor participación (Norris, 2001, citado por Mossberger, Tolbert y McNeal, 2008:52).

De esta manera, Mossberger, Tolbert, McNeal y McDonald (2008: 55) establecen que internet puede tener mayor impacto en el conocimiento político que los medios de comunicación tradicionales como la televisión y el periódico, ya que ofrece facilidades interactivas que propician mayores niveles de discusión política. Una de las características notables de las TIC es la habilidad que se tiene para acelerar y extender geográficamente la difusión de la información del movimiento social o de las protestas (Garrett, 2006:9).

Asimismo, internet amplía el potencial de la participación política de los ciudadanos, pues dependiendo del fin que se persigue (informar, movilizar o deliberar) se pueden utilizar distintos medios; por ejemplo, si la intención es deliberar sobre algún asunto se puede recurrir a las salas de chat, que permiten intercambios más rápidos y sencillos que cara a cara. Pero si la intención es movilizar la participación, los emails y los anuncios pueden ser una buena opción, ya que no requieren interacción en tiempo real, y por otra parte las noticias en línea pueden ser el mejor instrumento de información política (Mossberger, Tolbert y McNeal, 2008).

En el espacio virtual los ciudadanos han encontrado una arena donde sus costos de transacción para participar se reducen (Garrett, 2006:5). Internet funciona primero porque promueve la identidad colectiva (Garrett, 2006) y permite la articulación del ciudadano en comunidades (véase Natal y López, en este volumen). Esto abre la posibilidad de interactuar libre y anónimamente e integrarse en redes sociales invisibles que garantizan la libertad de expresión incluso en entornos no totalmente democráticos (véase Natal y Perera, en este volumen). Más aún, internet permite la creación de comunidades en las que los mensajes son multiautorados y descentralizados, por lo que cada individuo participa sin que nadie pueda adueñarse de los contenidos (véase Ortiz y Nájera, en este volumen).

Esto ha hecho que las TIC, y en especial internet, sean un espacio donde los movimientos sociales se puedan mover con libertad, ya que

les facilita realizar *funciones contrademocráticas*: “el papel efectivo de internet reside en su adaptación espontánea a las funciones de vigilancia, de denuncia y de calificación [...]” (Rosanvallon, 2007:81-82). Es decir, internet tiene el potencial de beneficiar a la sociedad en su conjunto, y facilitar la integración y participación de los individuos dentro de la sociedad (Mossberger, Tolbert y McNeal, 2008:1). Van Laer y Van Aelst (2009:231) señalan que internet facilita y apoya la acción colectiva que está fuera de línea (en este caso en los movimientos sociales o de protesta) en términos de organización, movilización y transnacionalización, e incluso crea nuevas formas de acción colectiva.

En este sentido, internet está ampliando el repertorio de la acción colectiva y ha tenido un papel central en la construcción de opinión pública, como lo muestran varios de los artículos de este volumen (véanse Natal y Perera, Blásquez, Benítez, Ortiz y Nájera, Natal e Ibarra). Quizás estamos asistiendo a la construcción de un *espacio generalizado de vigilancia y evaluación del mundo*, un nuevo panóptico²⁵ social, en el que, por supuesto, también puede haber manipulación.

Al respecto Van Laer y Van Aelst (2009:233 y 235) desarrollaron una tipología del nuevo repertorio de acción colectiva con el uso de las nuevas tecnologías de la información, haciendo una distinción entre acciones reales que son apoyadas y facilitadas por internet y las acciones virtuales basadas en este medio. También distinguen entre las acciones que implican más riesgo y más compromiso que otras tácticas, proporcionando así un umbral bajo y otro alto (costos) para la gente que va a participar (véase el cuadro 1).

A pesar de las virtudes que tienen las TIC para los ciudadanos y los movimientos sociales, también presentan limitaciones; una de ellas es la brecha digital, esto es, que las TIC no están disponibles para todos los ciudadanos, por lo que todavía se pueden encontrar problemas de inequidad y exclusión, lo cual sin duda influye en el impacto que tienen en la sociedad (Araya, 2005:58; Van Laer y Van Aelst,

²⁵ Se hace alusión a ese tipo de centro penitenciario imaginario diseñado por Jeremy Bentham, pues el uso de internet puede constituir una nueva tecnología para vigilar.

CUADRO 1
TIPOLOGÍA DE LA ACCIÓN COLECTIVA UTILIZANDO LAS NUEVAS TIC

	<i>Apoyadas y facilitadas por internet</i>	<i>Basadas en internet</i>
Umbral alto	Acción violenta/destrucción de propiedad Ocupación Manifestaciones trasnacionales/ reuniones	<i>Hacktivism</i> Protesta sitio web Cultura de interferencia
Umbral bajo	Manifestaciones legales Donación de dinero	Peticiones en línea Bombardeo de e-mails

FUENTE: tomado de Van Laer y Van Aelst (2009:233). El cuadro presenta los tipos de acciones que usan los movimientos sociales, las cuales son acciones apoyadas y facilitadas por internet (*Internet Supported*) y acciones basadas en internet (*Internet Based*).

2009:245). Por otra parte, si bien en algunos casos internet ha facilitado la acción colectiva, en otros no ha sido fácil, y además los nuevos medios de comunicación parecen perder su novedad más rápidamente, por lo que son incapaces de crear vínculos estables entre los activistas, los cuales son necesarios para mantener la acción colectiva (Van Laer y Van Aelst, 2009:245).

CIUDADANO Y CIUDADANÍA DIGITAL

Retomando posturas clásicas, los británicos Thomas Marshall y Tom Bottomore han realizado estudios sobre el concepto de ciudadanía, a la que definen como “la pertenencia plena a una comunidad y que dicha pertenencia se define como la participación de los individuos en la determinación de las condiciones de su propia asociación” (Marshall y Bottomore, 1998:23). De hecho los conceptos sobre *ciudad*, *ciudadano* y *ciudadanía* se entrelazan por su origen, ya que pertenecer a un burgo le daba al individuo cierta idea de comunidad, de pertenencia a un colectivo y a un territorio, ciudad o comunidad en la que se comparten valores y prácticas (cotidianas); los individuos se

comunican, dialogan y adquieren derechos y obligaciones tanto en lo individual como en lo colectivo (Etzioni, 1995). Así, el ciudadano es eminentemente un producto de la ciudad, y ejercer la ciudadanía es participar en aquello que la comunidad considera como “lo público” (Ziccardi, 1998; Galindo, 2009).

El ejercicio de la ciudadanía tiene tres dimensiones:²⁶ 1) la *civil*, que se entiende como la igualdad de derechos de los individuos ante la ley; 2) la *política*, que consiste en la igualdad de derecho a participar en el ejercicio del poder político,²⁷ y 3) la *social*, que se refiere a que todos los individuos deben tener derechos sociales, que van desde un nivel mínimo de bienestar hasta seguridad económica.

En consecuencia, para que el ejercicio de la ciudadanía sea integral se deben generar, por un lado, compromisos y condiciones institucionales, y por otro, debe existir el convencimiento de que la deliberación pública, la interacción social, la aceptación y el respeto por el pluralismo ideológico son valores y prácticas esenciales para vivir en democracia.

La comunidad entonces es el espacio en el que se construye el diálogo y se delibera sobre las decisiones públicas, la arena donde se accede y comparte información. Por ello, ésta es un “recurso intangible y elemento de cohesión y mayor valor para constitución de una sociedad” (Galindo, 2009:168). Internet es una arena virtual, una nueva plaza pública (Vega y Merino, 2011) donde los ciudadanos pueden acceder a la información, compartirla y construir procesos de diálogo. Cuando internet se utiliza más allá del ocio y del juego se puede convertir en un espacio de encuentro, articulación de comunidades, diálogo y deliberación plural sobre lo público, facilitando que se complementen las tres dimensiones de la ciudadanía.

Por ello sostenemos que en la sociedad de la información podemos hablar de ciudadanía digital como el espacio en el que una comunidad

²⁶ Marshall y Bottomore (1998) las diferencian como tres tipos distintos de ciudadanía, sin embargo preferimos verlas, desde la perspectiva de Ziccardi (1998), como tres dimensiones del mismo concepto.

²⁷ Para Marshall y Bottomore (1998) este tipo de ciudadanía se ejerce cuando se pertenece a un cuerpo dotado de autoridad política o cuando se funge como un elector-juez de miembros para integrar tal cuerpo.

virtual interactúa, adquiere identidad y construye intereses comunes, confianza y reciprocidad, además de establecer normas, obligaciones y derechos entre sus miembros. En este orden de ideas, el ciudadano digital es “aquel individuo, ciudadano o no de otra comunidad o Estado, que ejerce la totalidad o parte de sus derechos políticos o sociales a través de internet, de forma independiente o por medio de su pertenencia a una comunidad virtual” (Robles, 2009:55).

Para otros autores la ciudadanía digital se origina de la interrelación que generan las instituciones con los ciudadanos mediante las TIC, especialmente internet. Estos autores se enfocan principalmente en la demanda y la oferta de servicios públicos electrónicos (salud, comercio, turismo, cultura, ocio, seguridad, administración, etc.)²⁸ (Cairo, 2002; De Cindio y Ripamonti, 2009; Day, 2010). De esta interacción surge lo que denominan *sociedad 1.0*, una sociedad mediada por las instituciones, y por otro lado la *sociedad 2.0*, que permite procesos de comunicación e impacto de forma directa entre el ciudadano y el gobierno sin intermediarios. La sociedad 2.0 está construida por todos, es de carácter horizontal y fomenta el *crowdsourcing* y la ética *hacker* (Galindo, 2009).

Según Robles, para tener *ciudadanía digital* se deben cumplir al menos tres condiciones: 1) el acceso de la población a internet,²⁹ 2) habilidades de manejo de la tecnología de nivel medio alto, 3) el reconocimiento del usuario sobre la utilidad de los servicios ofrecidos vía internet (Robles, 2009). Mossberger *et al.* (2008:2) señalan que para considerar a un ciudadano digital, éste debe usar internet regular y efectivamente, es decir, todos los días; esto último implica que el ciudadano debe tener suficiente capacidad técnica y habilidades de

²⁸ Autores como Cairo (2002), Fiorella de Cindio y Anna Ripamonti (2009) y Peter Day (2010) señalan a este tipo de fenómenos como *e-government* y *e-democracy*, es decir, “gobierno electrónico” y “democracia electrónica”. El gobierno digital o electrónico hace referencia a formas virtuales de interacción con el ciudadano, utilizando el potencial que poseen las TIC. Asimismo, se reconoce que las TIC aceleran trámites burocráticos y dinamizan procesos existentes (necesarios o no) para el enriquecimiento de la ciudadanía y de la democracia.

²⁹ En España, Robles señala que dos variables como la edad y el nivel de estudios explican la frecuencia de uso de internet; de lo anterior se puede deducir que a mayor nivel de estudios y a menor edad, corresponde un mayor uso de internet (Robles, 2009).

alfabetización informativa para hacer un uso efectivo, junto con el manejo de algunos medios ordinarios de acceso.

En el caso de las comunidades políticas virtuales,³⁰ internet permite ampliar y reforzar relaciones que no necesariamente existían en la realidad. Así, los usos políticos de internet pueden resumirse en cuatro categorías de acciones: *i*) considera la defensa de derechos políticos o sociales frente a la administración pública o la iniciativa privada; *ii*) encierra todos los trámites burocráticos o administrativos en línea; *iii*) consiste en la *democracia digital*, es decir, las actividades que las administraciones públicas organizan y prestan al ciudadano; *iv*) contiene actividades ciudadanas que surgen y se apoyan en la red, y que tienen como finalidad la denuncia (Robles, 2009). En este sentido, la red constituye en sí misma un derecho propio, porque está destinada al beneficio de la sociedad y nadie puede quedar excluido de ese beneficio³¹ (Rosanvallon, 2009). Pero ¿qué son las redes sociales? A continuación se describen.

REDES SOCIALES Y REDES COMUNITARIAS

Algunos autores establecen una diferencia entre redes sociales y redes comunitarias (*networks community*); para ellos las primeras son sólo espacios para compartir información de tipo personal y cultural, a través de las cuales se fomenta el consumo masivo; en cambio, las redes comunitarias se caracterizan por ser un cuerpo de personas que comparten cierta ideología y pensamiento político de izquierda (López y Roig, 2006). Las redes comunitarias se constituyen como un espacio de nodos donde fluye información desde distintas partes del mundo, tanto a nivel local como global, y donde una complejidad de actores de distintos sectores interactúan, comparten, comunican e

³⁰ Robles resalta una diferencia entre dos tipos de comunidades virtuales que ejercen ciudadanía digital: *a*) comunidad real y física, y *b*) comunidad dispersa pero definida. La comunidad real se caracteriza por apoyarse en medios como internet, que sirve como un canal de interacción con el exterior, además de resultar una comunidad con mayor estabilidad. En la comunidad dispersa, si bien comparten aspectos o intereses comunes, existe mayor fragilidad y tienden a perderse o romperse vínculos (Robles, 2009).

³¹ Aunque, como se señaló antes, algunas personas son excluidas de la red debido a cuestiones relacionadas con la brecha digital (por cuestiones socioeconómicas).

intercambian recursos y servicios (De Cindio y Ripamonti, 2009; Day, 2010). En las redes comunitarias se comparte la contrainformación, o la información que sirve para la transformación social, por ello son el espacio idóneo para el ejercicio de la contrademocracia.

Paradójicamente, un ejemplo de lo anterior es la sociedad cubana,³² donde a pesar de las dificultades de acceso a internet, un reducido sector de la sociedad ejerce su ciudadanía (principalmente, periodistas independientes, académicos, activistas, disidentes políticos y miembros de organizaciones) mediante una proliferación de blogs (desde dentro y fuera de la isla) y a través de las redes comunitarias, por lo que bajo ese contexto internet se configura como el espacio preferido para llevar a cabo prácticas comunicativas y activismo mediático. A este tipo de prácticas se les ha llamado *mediactivismo*³³ (Pasquinelli, 2002; López y Roig, 2006).

CONCLUSIONES

En este artículo nos propusimos mostrar que el uso de internet en el ejercicio de la democracia está construyendo lo que llamamos ciu-

³² El caso cubano destaca por el activismo de blogueros y su ciberespacio. Ciertamente es un espacio en el que existen muchas limitaciones para aplicar el término *sociedad 2.0*; no obstante, los blogueros cubanos son una expresión del *mediactivismo* y ejercen cierto nivel de presión al régimen castrista. Es cierto que esta presión tiene mayor fuerza desde fuera de la isla, pero la acción colectiva que se construye en la *network community*, de dentro y fuera de la isla, retrata perfectamente las ideas de *contrademocracia* de Rosanvallón.

³³ De acuerdo con Pasquinelli (2002), el *mediactivismo* se origina a partir de dos foros mundiales realizados en 2000 y 2001 (Seattle N30 y Génova G8, respectivamente). Su propósito fue desarrollar la difusión masiva de tecnologías a bajo costo, especialmente de los medios personales y de la red. El *mediactivismo* se refiere a un movimiento global de información independiente mediado por la tecnología. Los medioactivistas son activistas que se encargan día a día de actualizar, organizar y mediatizar la información oficial y la contrainformación que circula. En palabras de Pasquinelli, el *mediactivismo* es un “[...] ambiente interconectado hecho de flujos informativos, red, campañas mediáticas, programadores, escritores y periodistas *free lance*. El mediactivismo no es solamente un fenómeno social y político, representa un laboratorio de innovación y experimentos de medios y modelos sociales que veremos desarrollarse plenamente en la sociedad del futuro” (Pasquinelli, 2002:3-4).

dadanía digital, pues esta tecnología (internet) brinda a los ciudadanos mayores niveles de información sobre los asuntos relacionados con el gobierno y la política, lo que permite ampliar el nivel de debate sobre diversos aspectos que afectan en su vida diaria y promueve la participación de dichos ciudadanos en las acciones y asuntos públicos. De esta manera, la sociedad como un todo tiene beneficios de la participación que este tipo de ciudadanos (digitales) realizan en los distintos procesos de participación (Mossberger, Tolbert y McNeal, 2008).

Movimientos sociales como el 15-M y Yo soy 132 nos permiten visualizar que el uso de las nuevas tecnologías no sólo sirven para circular información, sino también para convocar a la ciudadanía al ejercicio de sus derechos y obligaciones. Ambos movimientos sociales son una manifestación natural de la desconfianza de los gobernados hacia sus gobernantes, y utilizan internet como un medio político y social para controlar, vigilar, denunciar y juzgar las acciones de las autoridades, así como de otros medios de comunicación tradicionales (como la televisión, en el caso de Yo soy 132), con la finalidad de hacer efectiva la representación y ejercer su ciudadanía.

De esta manera, la interacción virtual permite comparar la información oficial con la contrainformación, y es una forma de reproducir el conocimiento y lo social, ya que genera diálogo, debate y consenso, pero sobre todo permite trasladar la organización de las redes sociales y la crítica a las calles para proponer alternativas de solución a los problemas públicos. Con ello complejiza lo social y fortalece los poderes contrademocráticos.

Es cierto que los colectivos virtuales no siempre pueden crear consensos efectivos de cooperación y acción colectiva, pues al igual que en el mundo real en el virtual las acciones emprendidas a través de internet pueden llegar a reducirse a mera retórica. También es cierto que la desigualdad y la diferenciación de acceso a internet es una forma de exclusión en sí misma, a menos que se fortalezcan estrategias de desarrollo, infraestructura, desarrollo de servicios electrónicos y se fomente el acceso.

Asimismo, no pretendemos decir que son las TIC o internet los que harán que la calidad de la democracia y la participación ciuda-

dana sean mejores, ya que esto implicaría procesos socioculturales mucho más profundos y más complejos. No obstante, como se mencionó en líneas previas, internet potencializa la participación política de los ciudadanos pues les permite comparar y contrastar la información que presentan otros medios de comunicación como los tradicionales (por ejemplo, la televisión y el periódico), y con lo que se desprende de esta comparación, los ciudadanos tienen insumos mayores para ampliar el debate político.

Lo que intentamos mostrar es que las nuevas tecnologías han transformado la arena política y han modificado el ejercicio de la ciudadanía para dar lugar a un espacio compartido donde todos pueden participar en una especie de nuevo contrato social, el cual crea comunidades, reconstruye la confianza y regenera el tejido social.

Así, la ciudadanía digital complementa el ejercicio pleno de la ciudadanía y de la democracia en el mundo real, es un espacio virtual alternativo al ejercicio de la *ciudadanía real*, que constantemente se transforma y donde se da el debate y la deliberación de actores e ideas, que se trasladan al mundo real de una forma que amplía el repertorio de acción colectiva y con ello construye nuevas formas de expresión de la contrademocracia.

BIBLIOGRAFÍA

ARAYA, Rodrigo

2005 "Internet, política y ciudadanía", en *Nueva Sociedad*, núm. 195, enero-febrero, Caracas, pp. 56-71.

AUGÉ, Marc

2000 *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona, Gedisa.

BECK, Ulrich

2002 *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós.

BREINDL, Yana

2010 "Critique of the Democratic Potentialities of the Internet: A Review of Current Theory and Practice", en *Triple C-Cognition, Communication, Cooperation*, vol. 8, núm. 1, pp. 43-59.

- CAIRO CAROU, Heriberto
 2002 *Democracia digital. Límites y oportunidades*, Madrid, Trotta.
- CASTELLS, Manuel
 2000 "Toward a Sociology of the Network Society", en *Contemporary Sociology*, vol. 29, núm. 5, septiembre, American Sociological Association, pp. 693-699, disponible en <<http://www.jstor.org/stable/2655234>>.
 2002 *La era de la información. Tomo I: Economía, sociedad y cultura*, México, Siglo XXI.
- CORTÉS, Pilar
 2012 *Participación política de los jóvenes a través de la red: internet y redes sociales on-line*, Madrid, Editorial Academia Española.
- CRIADO, Juan Ignacio y María Carmen RAMILO ARAUJO
 2010 "De la administración pública electrónica a la administración pública relacional: aportaciones para una propuesta analítica integradora", en *Observatorio para la cibersociedad*, en <<http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/c08criado-ramilo.htm>>.
- DAY, Peter
 2002 "Designing Democratic Community Networks: Involving Communities through Civil Participation", en M. Tanabe et al., *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches. Lecture Notes in Computer Science*, vol. 2362, Londres, Springer, pp.125-129.
 2010 *A Brief Introduction to the History of Community Informatics*, publicada en línea el 1 de julio de 2010 o en Londres, Springer-Verlag, en <<http://www.springerlink.com/content/pq77852044h06650/fulltext.pdf>>.
- DE CERTEAU, Michel
 2000 "Relatos de espacio", en *La invención de lo cotidiano*, México, ITESO/UIA.
- DE CINDIO, Fiorella y Laura Anna RIPAMONTI
 2009 *Nature and Roles for Community Networks in the Information Society*, Londres, Springer-Verlag.

DURAND PONTE, Víctor

- 2002 "El imperio de la desconfianza: debilidad mexicana", en *Acta Sociológica*, septiembre-diciembre, México, pp. 85-113.

ETZIONI, Amitai

- 1995 *New Communitarian Thinking, Persons, Virtues, Institutions and Communities, Constitutionalism and Democracy Series*, Charlottesville-Londres, University Press of Virginia.

FUKUYAMA, Francis

- 1995 *Trust, the Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Middlesex, Penguin.

GALINDO, Jairo Alberto

- 2009 "Ciudadanía digital", en *Signo y Pensamiento*, vol. XXVIII, núm. 54, enero-junio, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 164-173.

GAMBETTA, Diego

- 1988 "Mafia: The Price of Distrust", en Diego Gambetta (ed.), *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, Londres, Basil Blackwell, pp. 158-175.

GARRETT, R. Kelly

- 2006 "Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs, Information, Communication and Society", vol. 9, núm. 2, pp. 202-204, disponible en <<http://journalonline.tandf.co.uk/openurl.asp?genre=article&id=doi.10.1080/13691180600630773>>.

LÓPEZ, Sara y Gustavo ROIG DOMÍNGUEZ

- 2006 "Del tam-tam al doble clic. Una historia conceptual de la contrainformación", en *Ciberactivismo. Sobre usos políticos y sociales de la red. Reunión de ovejas electrónicas (ROE)*, Barcelona, Editorial Virus, pp. 15-44.

LUNA, Matilde y José Luis VELASCO

- 2005 "Confianza y desempeño en las redes sociales", en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 67, núm. 1, enero-marzo, México, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales, pp. 127-162.

- MARSHALL, Thomas y Tom BOTTOMORE
 1998 *Ciudadanía y clase social*, Madrid, Alianza.
- MERINO, Mauricio
 1995 “La participación ciudadana en la democracia”, en *Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática*, México, Instituto Federal Electoral.
- MOSSBERGER, Karen; Caroline TOLBERT
 y Ramona MCNEAL
 2008 *Digital Citizenship, the Internet, Society, and Participation*, Cambridge, Londres, The MIT Press.
 ———; Caroline TOLBERT y Ramona MCNEAL
 y Jason MCDONALD
 2008 “The Benefits of Society Online: Civic Engagement”, en Karen Mosberger; Caroline Tolbert y Ramona McNeal, *Digital Citizenship, the Internet, Society, and Participation*, Cambridge, Londres, The MIT Press.
- OLVERA, Alberto
 2010 *La democratización frustrada. Limitaciones institucionales y colonización política de las instituciones garantes de derechos y de participación ciudadana en México*, México, CIESAS.
- OSTROM, Elinor y Toh-Kyeong AHN
 2003 *Foundations of Social Capital*, Cheltenham, Florida State University/Edward Elgar Publishing.
- PASQUINELLI, Matteo
 2002 *Mediactivismo (activismo en los medios): estrategias y prácticas de la comunicación independiente*, Roma, Editorial Los Libros de Deriveapprodi.
- PUTNAM, Robert
 1993 *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press, pp. 163-186.
 2002 *Democracies in Flux. The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*, Oxford, Oxford University Press.
- ROBLES, José Manuel
 2009 *Ciudadanía digital, introducción a un nuevo concepto de ciudadano*, Barcelona, Editorial UOC.

ROSANVALLON, Pierre

2007 *La contrademocracia. La política en la era de la desconfianza*, Buenos Aires, Editorial Manantial.

2009 “La democracia y sus condiciones”, en *Cuadernos del Cendes*, vol. 26, núm. 71, mayo-agosto, Caracas, Universidad Central de Venezuela, pp. 149-160.

SANDOVAL-ALMAZÁN, Rodrigo y J. Ramón GIL-GARCÍA

2013 “Cyberactivism Through Social Media: Twitter, YouTube, and the Mexican Political Movement ‘I’m Number 132’”, ponencia presentada en 46th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), organizado por el College of Business, University of Hawai‘i at Mānoa, Maui, Hawaii, 7-10 de enero [memorias publicadas por el Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)].

VAN LAER, Jeroen y Peter VAN AELST

2009 “Cyber-Protest and Civil Society: The Internet and Action Repertoires in Social Movements”, en Y. Jewkes y M. Yar (eds.), *Handbook on Internet Crime*, Portland, Willan Publishing, pp. 230-254.

VEDEL, Thierry

2007 “Les usages politiques d’internet”, en B. Masquet (ed.), *La démocratie électronique*, París, La Documentation Française.

VEGA, Ana Francisco y José MERINO

2011 *Ciudadanos.mx, twitter y el cambio social en México*, México, Ediciones de Bolsillo.

ZICCARDI, Alicia

1998 *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*, México, IIS-UNAM.

Fuentes electrónicas

Observatorio Ciudadanía Digital, en <<http://www.observatoriociudadaniadigital.org/video/113-la-ciudadania-y-el-espacio-de-la-comunicacion-manuel-castells-i.html>>.

#YoSoy132Media, en <[132http://yosoy132media.org](http://yosoy132media.org)>.

Movimiento 15-M, en <<http://movimiento15m.org/>>.

CNN México, en <<http://mexico.cnn.com>>.

Agenda de Innovación Local, en <<http://www.eudel-ail.net/ail/verdocumentos.do?idlinea=95>>.

Canal 22, en <<http://www.canal22.org.mx/>>.

Acicalamiento, pavoneo y chisme: un ensayo sobre las funciones de las redes sociales en la sociedad contemporánea

Marcos López*

INTRODUCCIÓN

En este artículo se presenta un estudio aproximativo, es decir, que requiere en el futuro un análisis más profundo para confirmar o refutar las tesis que se aducen.

Hoy en día parece haber un consenso generalizado entre antropólogos evolutivos en materia de etología, según el cual muchos comportamientos cotidianos de los seres humanos en la sociedad actual, tienen sus raíces en postulados de índole evolutivo. Un exponente claro de estas tesis es el libro de Desmond Morris (*The Naked Ape*, 1967), donde se exponen argumentos que intentan explicar importantes aspectos de la conducta humana, como el sexo, la alimentación o la crianza, y de manera notable la vida en sociedad. En la actualidad las tecnologías de la información, y en especial las redes sociales, han generado un sinnúmero de cambios en nuestras formas de interactuar, que obligan a estudiosos de todas las disciplinas a revisar las implicaciones que tienen en nuestras formas de socializar.

Hemos estructurado nuestro estudio en tres grandes áreas temáticas. La primera se refiere a las implicaciones evolutivas del lenguaje y a nuestra condición de seres cooperadores como eje rector en la organización social a lo largo de la historia natural. En esta sección se exponen algunos principios que permiten entender la dinámica de las conversaciones tanto en el ámbito personal como en el grupal.

* Profesor-investigador del Departamento de Ciencias Ambientales, de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma.

La segunda hace referencia a cómo la complejidad en la resolución de problemas ha traído consigo la masificación de las poblaciones, ha generado ciertos costos en el acceso y manejo de información. En la última sección se analiza cómo las redes sociales han sido un elemento de cambio en la evolución de la comunicación interpersonal; además se establecen las relaciones entre los condicionantes evolutivos de la comunicación humana “qué se busca al interactuar en una red social”, con los cambios en la dinámica social mediados por las tecnologías de la información.

IMPORTANCIA DEL LENGUAJE COMPLEJO EN LA EVOLUCIÓN HUMANA

En la evolución del lenguaje, un término que contextualiza esta noción con el marco de la teoría darwinista es la eficacia biológica, entendida como la capacidad de tener descendencia fértil; cuando particularizamos este concepto en seres vivos de organización social gregaria, ésta depende en buena medida de dos factores primordiales: *a*) las conductas que rigen las relaciones entre los individuos de su comunidad, y *b*) que los individuos sean capaces de comprender la información que les provee el medio físico en el que viven.

a) En referencia a la naturaleza de las conductas, podemos añadir que en los grupos de mamíferos superiores ciertas conductas son aprobadas o reprimidas por el grupo en su conjunto. En grupos de primates, por ejemplo, existen formas básicas de lenguaje, lo que denota rasgos morales que definen normas de convivencia, imprescindibles en organismos de organización grupal jerárquica. Un claro exponente de este tipo de lenguaje es el acicalamiento.

b) El otro aspecto fundamental que condicionó la evolución del lenguaje es que en distintos grupos de organismos la adaptación al entorno les ha hecho adecuar su comportamiento en función de las señales que ellos advierten. Un ejemplo se refiere a las labores de vigilancia ante peligros como la presencia de depre-

dadores, lo cual ha repercutido en el éxito evolutivo de estos grupos. Ejemplos de estos organismos son los perritos de las praderas.

Con el avance de la sociedad, una hipótesis plausible contextualizada en el marco de la teoría darwinista es que el lenguaje evolucionó desde estas formas de comunicación, primitivas y simples hacia formas más complejas debido a la ventaja selectiva que supuso ser más conciso y preciso en la transmisión de información. Cuando el lenguaje se hizo aún más especializado y se pudieron verbalizar los conceptos de acciones denominadas “buenas” o “malas”, se abrió una ventana a una transmisión de conocimiento más elaborado, que incidió por consiguiente de forma directa en la construcción de las culturas.

ACICALAMIENTO, RISA Y EVOLUCIÓN DEL CHISME

Dunbar señala que la desparasitación observada en primates es un acto íntimo de socialización, sin embargo esta interacción se produce únicamente entre dos individuos. En los humanos, el acto de desparasitarse fue sustituido por la risa, comportamiento que permite la participación de más de dos individuos (Dunbar, 1988; 1998). Sin embargo, la necesidad evolutiva de socialización en los humanos es muy elevada, lo que tiene como consecuencia que una buena parte del tiempo de ocio debe dedicarse a esta actividad, que en su mayoría se enfoca a la conversación. Según Dunbar, del tiempo dedicado a la conversación, aproximadamente 65 por ciento lo dedicamos a lo que conocemos como chisme.

En este contexto, el acto de chismear tiene tres funciones principales enfocadas desde el punto de vista de la biología evolutiva. Por una parte, es un acto de socialización que facilita la cohesión de los individuos de un grupo, generando lazos más sólidos de confianza, y por otra, permite al individuo que está presente en ese escenario conocer cuáles son las normas de convivencia en un grupo particular, las cuales deben ser aprendidas puesto que estas conductas indefectiblemente han sido variables en el espacio y el tiempo en multitud

de culturas. Pero el chismear también permite al individuo obtener información relevante sobre el entorno físico y cambios en las condiciones, la conducta de otros individuos en quienes puede o no confiar, cómo establecerse en pareja o a qué líder merece la pena apoyar. Todas estas cuestiones que repercuten en la optimización de su eficacia biológica.

EL CHISME EN LA SOCIEDAD

Un chisme, en el contexto humano, es una forma de comunicación que se da a través de intercambios informales de información sobre aspectos aparentemente irrelevantes de la vida cotidiana, pero que exploran valores o juicios necesarios para que los individuos aprendan/refuercen conductas sociales o intercambien información relevante sobre el entorno. En general la temática de este concepto gira en torno a las acciones públicas y la vida personal de otras personas.

El chisme de forma genérica está imbricado dentro de la conversación, hace referencia a experiencias de vida, a la necesidad o adquisición de una habilidad particular, o la necesidad de cambiar un aspecto del entorno. A través de esta forma de comunicación, las personas adelantan elementos de sus experiencias vitales para entender su contexto en la sociedad relacionada con sus valores, cosmovisión y expectativas. Los sujetos que participan en esta actividad tienden a analizar las experiencias que se someten al chisme a partir de sus propias vivencias y valores. En esta dinámica conversacional, de forma general, se producen opiniones y argumentos que característicamente desembocan en algún tipo de consenso sobre temas de diversa índole, pero caracterizados todos ellos, si se quiere tangencialmente, por la trivialidad, como bromas, política y otras cuestiones.

EL CHISME COMO CONSTRUCTOR DE COMUNIDAD

De forma tradicional, podemos decir que chismear es una actividad que se produce en grupos pequeños que se reúnen regularmente en los mismos lugares públicos, como pequeñas tiendas o plazas centra-

les, lo que contribuye a familiarizar no sólo el grupo sino también el espacio físico donde se produce la convivencia. En general es una actividad que se realiza entre individuos que mantienen lazos de amistad, lo que evidentemente contribuye y es requisito fundamental para generar un ambiente de confianza. El chisme, en cierto sentido, puede actuar como un agente cuyo efecto repercute en la homogeneización de la opinión en torno a valores de convivencia fundamentales. Algunos estudios que soportan esta tesis son el realizado por Parsons, quien asevera: “[...] a través del chisme podemos observar a detalle la dinámica, las contradicciones, las variedades y los problemas de información de la comunidad que funcionan juntos [...]” (Parsons, 1936:386).

EL CHISME COMO MODULADOR DEL COMPORTAMIENTO EN SOCIEDAD

El chisme es útil para el establecimiento de categorías y juicios de valor sobre situaciones y personas, está imbuido de consideraciones morales y socioeconómicas sobre el comportamiento, repletas de subjetividad y juicio moral. Es por ello que esta forma de comunicación puede funcionar como un mecanismo modulador del comportamiento social.¹ Uno de los objetivos finales que tiene el chisme, aparte de fomentar la confianza entre miembros de un grupo, es que el individuo protagonista del chisme tenga conocimiento de esos comentarios. En tal situación es previsible que el sujeto establezca una ecuación costo-beneficio, y con base en estas deliberaciones entre en un proceso de toma de decisiones referentes a su conducta.

SOCIALIZACIÓN DE PROBLEMAS

En esta sociedad masificada en la que priman el individualismo y la indiferencia, es una realidad cotidiana que a través de las redes sociales estamos sumergidos en un flujo de información constante donde

¹ Entendemos por modulación que la conducta de los individuos debe tener características tales que cuenten con un alto grado de aceptación por parte del grupo en un contexto de convivencia pacífica.

los chismes tienen un papel preponderante. Esta sociedad está inmersa en una intensa y constante conversación en la que los individuos interesados discuten minuto a minuto sobre sus propios problemas y necesidades, negocian sobre puntos de vista divergentes y están interesados en conocer los datos sobre cuestiones relacionadas con sus proyectos de vida. Al igual que en una comunidad digital, en comunidades cerradas el chisme tiene como uno de sus objetivos el socializar los problemas, como por ejemplo aquellos que afectan a un colectivo. No es poco común que a través del chisme las sociedades, en especial las pequeñas y cerradas, logren proponer una solución a un problema colectivo y alcanzar un acuerdo (Natal, 2011).

EFICIENCIA BIOLÓGICA Y EL ÉXITO DEL CHISME

Un aspecto que puede ayudar a evaluar la relevancia del chisme en sociedad es contextualizarlo en un marco evolutivo, es decir, dotarlo de una perspectiva histórica en el desarrollo de las comunidades humanas; para ello debemos mencionar algunas pinceladas sobre aspectos biológicos y evolutivos. En el marco de la teoría evolutiva, el chisme puede incrementar la *competencia intraespecífica*. Para explicitar este término se puede decir de forma sucinta que hace referencia a los mecanismos de lucha por los recursos que se establecen entre individuos de una misma especie. En poblaciones de mamíferos, la competencia puede llevar a la expulsión de individuos de los mejores hábitats, lo que eventualmente repercute en la capacidad de esos individuos para generar descendencia fértil. Extrapolando esta situación a las sociedades humanas, el chisme, al proporcionar información relevante sobre el entorno físico y las conductas esperables de otros sujetos de la comunidad, puede contribuir a un aprovechamiento más eficiente de los medios en una sociedad. En este sentido es lógico inferir que una tendencia conductual que pudiese tener éxito en las poblaciones humanas pudo ser la de maximizar el valor de la información obtenida por el chisme. De esta manera, el individuo podría identificar más fácilmente y categorizar comportamientos, lugares y situaciones. En esta misma línea argumental es posible aducir que en las comunidades pequeñas, donde mayoritariamente

se ha formado el ser humano, la posibilidad de ser excluido de una comunidad pudo ser en el pasado algo crucial. De ello dependía la búsqueda de pareja, la calidad de los recursos naturales o el grado de seguridad con que una familia podía desarrollarse y prosperar. Por ello el ser aceptado en una comunidad en buena medida podía ser descifrado a partir de las normas morales presentes en este tipo de conversaciones.

INFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

En el frenesí de la sociedad contemporánea, donde los núcleos urbanos han masificado las tasas poblacionales exponencialmente respecto de las comunidades presentes en la Edad Media y la era moderna, la función que tenía el chisme ha disminuido sustancialmente. Hoy en día los individuos pasan horas extenuantes repartidas entre la jornada de trabajo, el transporte de y hacia sus centros de trabajo y la reproducción de las condiciones que les permitan reiniciar sus actividades al día siguiente (como alimentación, lavado de ropa, aseo, etc.). Este maremágnum absorbente de la maquinaria capitalista reduce los espacios de socialización. Esto ocurre en paralelo con situaciones de migración por cuestiones laborales, un entorno de alta competencia y especialización, todo en un contexto de alto consumismo y bombardeo de información.

En la sociedad actual, las nuevas tecnologías han propiciado que la información fluya de modo constante e ingente, esta dinámica social desemboca en una sobresaturación, que hace difícil para el individuo identificar la información realmente relevante. A esto se le suma que la información está generalmente incompleta y dispersa, lo que impone algunas dificultades en su agregación, su posterior interacción y la articulación ulterior de tesis y argumentos correctamente sustentados.

En el mercado, por ejemplo, los consumidores tienen dificultades para obtener información sobre precios, garantías, condiciones de uso y contratos, y en general dependen de mecanismos de mercadeo o de terceros que los informan y en quienes depositan su confianza.

Sin estas figuras destinadas a facilitar el acceso a la información y reducir la incertidumbre, es probable que los consumidores puedan abstenerse de gastar su dinero (Akerlof, 1970, 1986; Barzel, 1982; Cheung, 1977; Katz, 1993; Kerr, 1975; Myers y Majluf, 1984; Stigler, 1961; Williamson, 1985). Estos problemas y soluciones han sido también discutidos para áreas como la antropología (Gluckman, 1963; Haviland, 1977; Marsden, 1994) o el desarrollo (Ostrom, 1990; Cleaver, 2001; Hernáez, 1995; Natal, Lugrís y Sandoval, 2002), entre muchas otras.

En otros ámbitos donde no existen estos mecanismos de mercado, el proceso real de acceder, agregar, compartir y utilizar la información implica que los individuos tienen que dedicar una cantidad significativa de recursos de su tiempo y esfuerzo. Estas dificultades no son menores (Ostrom, 1993:53).

Es en este entorno de alta incertidumbre y caos de información en el que las personas tienen que organizar sus opiniones y tomar decisiones. Pero, debido al efecto de la incompletud y dispersión de la información, uno de los resultados más probables es que las decisiones adoptadas son subóptimas, en la medida en que se decide no lo que realmente se quiere, sino aquello de lo que se tiene información.

ACCESO A INFORMACIÓN PÚBLICA

Estas dificultades para el ciudadano común crecen cuando se trata de conseguir información pública (véase Ostrom, 1990; Fox, 1996). No siempre es fácil saber cómo acceder o tener el conocimiento de dónde buscar la información que se necesita. En estos casos los costos de acceso, agregación y decodificación crecen exponencialmente (Natal, 2011). Esto se debe, en parte, a que hay secrecía en el manejo de información pública. En muchos casos la “información pública” no siempre ha sido pública y no es igualmente pública para todos los ciudadanos, porque no se difunde en todos los sectores sino en función de intereses de grupos, o se captura o se guarda en secrecía. Marsden también ha encontrado que “[...] hay diferentes tipos de público conocimiento [y] es en la naturaleza de las interacciones dentro y entre los sistemas de conocimiento para poner de manifiesto ciertos tipos

de la información y mantener otros tipos escondidos [...]” (Marsden, 1994:53).

En otros casos, la información pública no está disponible en un solo sitio. Es decir, hay diferentes círculos de “información pública” o distintas agencias gubernamentales, actores políticos, como los partidos, que pueden tener la misma información pero manejarla de manera sustancialmente distinta. Esto complica mucho la agregación de la información pública.

Finalmente, incluso cuando estos problemas se resuelven, los individuos no siempre tienen la capacidad de decodificar la información técnica útil.

USO ESTRATÉGICO DE LA INFORMACIÓN

Más aún, el manejo de la información también puede presentar problemas en términos de su captura y su uso oportunista. En un ambiente de información imperfecta, los individuos que la controlan pueden usar su información de manera oportunista y ganar o mantener el control sobre ella o los beneficios o poder que de ella se puedan derivar. Por ejemplo, la clase política puede elaborar discursos resaltando la importancia de valores cívicos como la honestidad, la cooperación y la solidaridad, pero no practicarlos y no rendir cuentas sobre la información que beneficia a sus grupos de interés, como Marsden también ha notado: la “retórica de la solidaridad [...] a menudo [...] se acompaña de oportunidades menos formales a la información [secreta] de cambio” (Marsden, 1994:5).

A este manejo de la información se le llama información asimétrica (AI). La asimetría de la información aumenta sustancialmente el tiempo, las actividades, los recursos y el esfuerzo que los ciudadanos tienen que invertir para acceder a la información pública. Cuando estos costos son altos puede no darse el surgimiento de la acción colectiva, como también ha observado Ostrom, para quien “[...] el aumento de costos se puede esperar de reducir el volumen de las operaciones beneficiosas [...] y en el peor de los casos [...] puede eliminar algunos tipos de actividades mutuamente productivas del todo” (Ostrom, 1990:55).

Así, la no participación de ciudadanos en asuntos públicos puede explicarse como una autoexclusión resultante de los altos costos que el acceso a la información pública tiene para ellos (véase Frideres *et al.*, 1992, para una conclusión similar en otro ámbito).

ARREGLOS PARA REDUCIR COSTOS DE INFORMACIÓN

Sin embargo, a pesar de los altos costos que requiere la obtención de información útil y ordenada, además de los creados por el mercado, la sociedad ha creado diferentes arreglos institucionales que reducen los costos de transacción de la información, como los llamados “efectos de la reputación”, que no son otra cosa que la recomendación de otros individuos; la identificación de líderes de información, que son individuos a los que damos el reconocimiento, o “licencia” de que tienen conocimientos sobre determinadas cuestiones y a quienes acudimos en búsqueda de información (Akerlof, 1986) y que actúan como centros de gravedad en la sociedad (Natal, 1997). Estos individuos pueden tener muchos roles, como por ejemplo los prestamistas de dinero en la India, tal como describe Darling (1932) y que son clave en términos de acceso a la información. En este sentido, algo interesante sería analizar cómo se alcanza este estatus y qué implicaciones tienen los condicionantes como la naturaleza de los chismes que de ellos han circulado en la comunidad.

Consideramos entonces que en el mundo tecnológico uno de esos arreglos son las redes sociales, como discutiremos a continuación.

LAS REDES SOCIALES COMO EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

En este artículo, uno de los argumentos que se pretende sostener se puede resumir en lo siguiente: en función de la temática y la forma que tienen las conversaciones en las redes sociales, y basándonos en los estudios de Dunbar (2004), las redes sociales son estructuras de

comunicación donde de forma sistemática predomina el chisme y por lo tanto pueden ser sometidas a análisis en este contexto.

Algunas de las razones que soportan esta tesis se circunscriben a que en las conversaciones que se entablan en las redes sociales predominan los mensajes breves, y donde de manera sucinta se comparten actos de cotidianidad, como experiencias y anécdotas personales. Al igual que en los escenarios donde se establece el acto de chismear, se analizan situaciones, comportamientos y se establecen juicios o se solicitan referencias e información. Debido a la naturaleza del medio y porque no se tiene el mismo grado de confianza con todos los integrantes que están en nuestra red, la profundidad de la mayoría de las conversaciones es baja o superficial, sin que esto implique que no son importantes para los productores de los mensajes.

Por otra parte, es interesante poner de relieve las diferencias cualitativas existentes entre las redes sociales; por ejemplo, Facebook sirve más para pavonearse y acicalarse, y otras como Twitter están enfocadas a compartir información, si bien en ambos tipos de redes sociales se pueden fomentar los dos tipos de actividades.

En este sentido, y teniendo en cuenta el concepto anteriormente descrito de chisme, en las conversaciones en las redes sociales es posible establecer las siguientes distinciones:

<i>Actividad social</i>	<i>Acción ejercida</i>
Necesidad de socializar	Acicalamiento
	Pavoneo
Obtención de información	Búsqueda de información de relevancia individual
	Búsqueda de información de relevancia colectiva

De esta manera, a través de conversaciones breves o chismes, las redes sociales (RS) prestan dos servicios a la sociedad contemporánea: facilitan la socialización y resuelven costos de transacción de la información. Esto lo discutimos a continuación.

*LAS REDES SOCIALES
COMO FACILITADORAS DE LA SOCIALIZACIÓN*

Las redes sociales son estructuras de socialización digital que teóricamente permiten a los individuos interactuar con más personas de las que reporta el famoso número de Dunbar (150 aproximadamente), el cual se estableció con base en restricciones de procesamiento de información del neocórtex cerebral humano (Dunbar, 1993). Por lo tanto, la posibilidad de socializar se potencia a escalas no vistas anteriormente en la historia del ser humano, siendo superior a la necesidad efectiva de socializar. Sin embargo, en nuestra realidad cotidiana seguimos actuando cuantitativamente bajo las cifras que postula Dunbar, ya que en redes como Facebook, a pesar del elevado número de “amigos” que se tenga, las interacciones recíprocas y sostenidas con otros usuarios (aquellos que escriben en mi muro) son con mucho inferiores a las de amigos. Este mismo efecto sucede en Twitter, donde los usuarios están interconectados con alrededor de otros 147 tuiters.

El chisme en las RS es por lo tanto una forma de socialización en la que los participantes charlan con la intención de pasar el rato, intercambiar de manera coloquial información sobre sus impresiones acerca de los demás y sobre temas que consideran relevantes para su vida cotidiana, así como compartir sus visiones y valores del mundo.

En las RS la población establece conversaciones breves o chismea sobre las desgracias o males ajenos, las posibles repercusiones de los actos de otros en la vida del usuario, catástrofes o la vida de personajes públicos, entre muchos otros temas. Debido a que este tipo de información está localizada en los portales web de estas redes sociales, los productores de esta información se vuelven al mismo tiempo protagonistas. En este sentido, existen otros autores que inciden en la importancia del chisme como elemento socializador, entre ellos Parsons (1936), quien en sus estudios en Mitla, Oaxaca, enuncia que estos elementos conversacionales funcionan como un proceso de socialización a través del cual se aprenden valores culturales.

La descontextualización del chisme en su “hábitat natural”, como en pequeños grupos cohesionados con fuertes lazos de amistad

llevados a grandes grupos o a grandes masas de población donde la cohesión es mucho más problemática, genera curiosos efectos que se pueden ejemplificar en las encuestas.

En las encuestas realizadas sobre núcleos de población asentados en grandes ciudades se omiten muchas de las heterogeneidades que entrañan estas estructuras sociales, haciendo parecer la vida un proceso más uniforme, y donde intencionalmente se omiten contradicciones, excepciones o modificaciones de importancia menor. Sin embargo, la particularidad y el detalle que exige el chisme permite exhibir toda esta disparidad, lo que a su vez pone de manifiesto cuestiones tan sencillas y tan vitales como ¿de qué se ríen?, ¿de qué están dispuestos a hablar?, ¿qué ámbitos se reservan a la intimidad?, o al tipo de actos al que se muestran indiferentes o beligerantes; ¿cómo perciben las costumbres de su cultura que están en decadencia?, ¿qué opinan de tradiciones y convencionalismos? (Parsons, 1936:386).

Con base en lo anterior, es posible preguntarse si la aplicación de herramientas de software de vanguardia que tengan la capacidad de someter a análisis la temática y otras peculiaridades de la comunicación digital y convertirlos en datos experimentales susceptibles de ser examinados desde un punto de vista matemático-estadístico sería posible sondear cambios en el seno de las sociedades. En realidad, algunas de las cuestiones sugeridas en el párrafo anterior hacen referencia a los cambios culturales percibidos por los ciudadanos en su sociedad y que posteriormente, con base en su contexto personal y su percepción, modifican esta dinámica. Sería lícito cuestionarnos si la generación de comunidades digitales, que trascienden fronteras y culturas, podría repercutir en orientar la dinámica social incluso en un nivel planetario.

Uno de los argumentos que pueden apuntar a esta uniformidad en el cambio social en el plano digital se basa en los estudios realizados por el matemático Martin A. Nowak (2011), quien basado en experimentos realizados con algoritmos evolutivos postula que la cooperación es una estrategia evolutivamente estable, y que en nuestra especie debe ir unida de manera insoslayable a la necesidad de socializar.

LAS REDES SOCIALES
COMO SOLUCIONES A COSTOS DE INFORMACIÓN

Además de ser una actividad socializante, el chisme puede satisfacer una necesidad de información que no se encuentra en canales más formales de comunicación personal. Esto es particularmente relevante ante la ausencia de periódicos y medios de comunicación locales, donde estas charlas informales juegan un papel importante en el intercambio, la difusión y discusión de información sobre la vida diaria. Así, las RS resuelven muchos de los costos de información para el individuo.

Las redes facilitan el acceso por una serie de factores: *a)* porque a través de ellas los individuos pueden preguntar “al aire” dónde adquirir información relevante para ellos (lo que no quiere decir que sea relevante para todos);² *b)* fuera de consideraciones de acceso y cobertura (véase Natal y Lara en este volumen), en general, las redes sociales tienen muy pocas barreras de entrada. Por un lado, la información que se recibe es gratuita, y por el otro, quien participa se puede autoagregar voluntaria y espontáneamente, si considera que tiene algo que preguntar, es decir, si quiere socializar con el grupo en cuestión o si quiere retransmitir una pieza de información que le parece importante. Más aún, las RS le permiten al ciudadano apropiarse de la información que antes se concentraba en ciertos circuitos (véase Serres, 1997). El fin de este monopolio o, dicho en otras palabras, la masificación del acceso a la información, ha traído como resultado una reconexión de los ciudadanos con los procesos políticos.

² El tema de la relevancia puede ser muy discutible. Para efectos de esta discusión consideramos que la información puede ser relevante de manera individual o colectiva. La relevancia particular es totalmente subjetiva y depende de los intereses del usuario, que pueden ir desde encontrar información sobre cómo bajar de peso, hasta cómo incorporarse a un partido político. La colectiva es un poco más compleja. Las RS están saturadas de mensajes, muchos de ellos sólo interesantes para los productores. En el caso de Facebook o Twitter, por ejemplo, una causa o *hashtag* puede no propagarse más allá de unos cuantos usuarios. La *tracción* o posibilidades de expandirse de un tema o causa depende de las posibilidades que tenga para ofrecer información nueva, diferente, en poco tiempo, pero sobre todo valiosa para un número amplio de usuarios. Entonces podemos hablar de relevancia colectiva.

Además, pueden consultar varias fuentes (otros usuarios) y obtener distintas opiniones de forma inmediata, lo que facilita la agregación. Los costos de agregación también se reducen por la inmediatez en la información y la disponibilidad inmediata de las RS. Esto las vuelve un medio de información muy útil para los usuarios, e incluso para los otros medios tradicionales que la usan como referencia.

Las redes sociales reducen los costos de información derivados de la asimetría de información porque son descentralizadas y en ellas la información fluye sin filtros jerárquicos. A diferencia de los medios tradicionales, en las redes sociales como en otros espacios de internet, cualquier individuo puede ser productor de sus mensajes y al mismo tiempo receptor, lo que reduce la asimetría. Esta condición, aunada a la inmediatez y la fácil conectividad entre usuarios, posibilita que algunos ciudadanos puedan volver pública información que se mantenía o se pudo haber mantenido en secrecía.

Como se puede observar, las RS son excelentes instrumentos para reducir varios de los principales costos de información que enfrentan los ciudadanos, sin embargo, las RS también contribuyen de otras formas a facilitar el manejo de información por parte de los ciudadanos. Las RS sirven para verificar si lo que dicen los medios tradicionales se contrasta en la realidad (o por lo menos en la realidad percibida por los ciudadanos). Además, las RS dan visibilidad y facilitan la apertura de temas que no necesariamente están en las agendas de los medios, pero sí en las de la sociedad.³

No obstante, aunque las RS son relativamente democráticas, es cierto que “algunos usuarios son más iguales que otros”. Esto se debe a que no todos los usuarios asumen un papel protagónico en la producción de mensajes, lo que tiene como consecuencia que algunos usuarios se vuelvan más influyentes que otros. Esto se debe a “efectos de reputación”, que resultan de que ciertos seguidores o *followers* han encontrado que la calidad de la información o la opinión que

³ Las RS dan visibilidad a temas que llegan a ser del interés de los ciudadanos. Por ejemplo, el caso de Konin y los niños soldados en Uganda se hizo tan popular en Facebook que llegó a llamar la atención del Congreso de Estados Unidos. Véase Invisible Children, en <<http://www.facebook.com/invisiblechildren>>, y también <<http://www.causes.com/causes/227-invisible-children>>.

genera tal o cual usuario, es útil y valiosa. Estos usuarios cumplen una función, la de servir como centros de gravedad (fuentes de información en quienes la sociedad confía) (véase Natal, 1997), a quienes en términos evolutivos podríamos referirnos como vigías en la manada.

Los vigías o líderes de opinión, la horizontalidad y la inmediatez en la difusión de los contenidos, son una magnífica caja de resonancia que funciona en una sociedad para expresar el descontento, el acuerdo o la preocupación. Esto puede entenderse en términos de una comunidad pretecnológica como correr la voz en la manada. La comunicación uno a uno, o de boca en boca, da forma y carácter de comunidad a los usuarios. Los seguidores o *followers* retuitean o gustan en Facebook porque se asumen como individuos con intereses similares, y por lo tanto es previsible que lo que recomienden será del agrado de su comunidad.

LAS REDES SOCIALES COMO MECANISMO PARA CONSTRUIR COMUNIDAD

El chisme es también un proceso en el que está presente el aprendizaje donde las personas comprenden y asimilan aspectos sobre el tipo de información que se puede utilizar en sus interacciones con los demás y cuál no (véase Handelman, 1971:396). En esta misma línea argumental es posible aducir que en aprender “qué decir a quién” se va construyendo en el largo plazo la comunidad. Al igual que el chisme en su vertiente ancestral, ésta es otra función de las RS: la construcción de comunidades digitales.

Las RS son herramientas que permiten a los usuarios acercarse a personas con gustos, intereses, preferencias o necesidades similares a través de los contenidos que éstas generan. Así, las RS construyen redes, en ocasiones inmensas, en las que los usuarios se relacionan por sus preferencias intelectuales, profesionales o de entretenimiento. A cada una de estas redes se les conoce como “comunidad”. La comunidad es un grupo horizontal que adjudica ciertos valores y relevancia a un tipo específico de información. Las comunidades no son estáticas sino dinámicas, y sus audiencias cambian manteniendo una carac-

terística central: todos los integrantes son productores potenciales de información.

Algo que resulta paradójico de las comunidades digitales generadas gracias al uso de redes sociales es que el empleo de este medio de socialización requiere un ambiente individualista. A pesar de que este medio está ubicado en un nicho tecnológico, las comunidades digitales en función de su tamaño siguen pautas ya descritas en las primeras comunidades, las cuales están regidas por estrategias evolutivamente estables (EEE)⁴ (Dawkins, 1976). Por lo tanto, en estos grupos existirá la búsqueda de afinidades y la evasión de individuos con un comportamiento muy diferente, lo que inmediatamente emerge de esta aseveración es que las redes sociales únicamente reproducen fenómenos y sesgos de interacción perfectamente descritos por antropólogos.

Por otra parte, en estas comunidades se produce y comunica información en forma de chisme, lo que precisa de un grupo de individuos con afinidad. Tal como en el mundo no digital, el chismorreo sobre temas de interés común en las RS coadyuva en integración, cohesión y mantenimiento de una “unidad” grupal. Éste es un punto que también ha sido estudiado para los campesinos galeses (Gluckman, 1963).

Dependiendo de la unidad y constancia de los participantes en los espacios virtuales, estos grupos pueden ir generando un ambiente de confianza (Sckelcher *et al.*, 1996), y pasar de ser inicialmente grupos de afinidad y personas con necesidades de información similares, a convertirse en grupos de interés compartidos, donde predomina la confianza y en los que los individuos pueden utilizar la información estratégicamente para proteger sus intereses. El uso de chismes para comunidades cerradas ha sido también reportado para grupos de tzeltales (Haviland, 1977:1-15), galeses (Gluckman, 1963), mazahuas

⁴ Una estrategia evolutivamente estable (EEE) es un concepto que hace referencia a un comportamiento o conducta ejercido por un organismo, que debido a su efectividad en un ecosistema específico y su presencia y latencia en la historia natural ha logrado perpetuarse. Según Dawkins (1976) en su obra *The Selfish Gene*, estas conductas están condicionadas en último término por genes, cuya única función es perpetuarse en el tiempo, de ahí que deban ser estables en la historia evolutiva. En este contexto, las relaciones que se establecen en las comunidades están subordinadas a que se comporten en términos de selección natural como una EEE.

(Natal, 2011) y makah (Bailey, 1971:7). La diferencia entre las actuales comunidades digitales, y los grupos de interés o comunidades pre-RS, es que anteriormente las segundas estaban generalmente definidas por la cercanía física, afinidad ideológica, laboral o étnica. Lo que internet ha aportado en ese sentido es un salto copernicano en la comunicación masiva de afinidades, que se refuerzan en el chismorreo digital sin el impedimento de las fronteras físicas. Un aspecto que se debe resaltar son las consecuencias sobre la opinión pública que tiene el establecimiento de estas comunidades digitales. En función del tamaño de la comunidad digital, su capacidad de interacción con otras comunidades y los individuos con buena reputación que la integran, es posible generar corrientes de opinión que pueden confluir en la generación de opinión pública (véase Natal e Ibarra en este mismo volumen).

Sin embargo, no debemos perder de vista que las comunidades establecidas en el seno de las redes sociales están construidas sobre “lazos débiles” (Granovetter, 1985), donde la inserción es voluntaria y no necesariamente permanente. Esto es entendible si lo ponemos en contraste con comunidades sostenidas por lazos fuertes, en las cuales las relaciones de amistad y confianza no sólo están imbuidas de comunicación escrita o visual, sino que media un ambiente de complicidad, con alto contenido de comunicación no verbal y donde fundamentalmente emergen contenidos de tipo emocional. En vista de lo anterior es fácil visualizar que las comunidades establecidas en las redes sociales pueden ser efímeras, caracterizadas por un evento coyuntural que puede mutar en función de los intereses de las personas que las integran. Estas comunidades digitales son, por tanto, grupos denominados *hop-in hop-off*.

No obstante, la fuerza de estos lazos débiles no debe menospreciarse, para ello es preciso centrar nuestra atención en el hecho de que en fechas recientes, cuando ha habido un movimiento social, también ha habido una correspondencia con una comunidad digital activa.

Finalmente, es preciso decir que las comunidades digitales se caracterizan por ser grupos con intereses comunes, con una ideología y necesidades afines y, por ende, pueden ser un depósito de informa-

ción útil, lo que constituye un espacio adecuado para el intercambio con otras comunidades similares. Esto tiene como consecuencia una disminución en el costo de acceso a la información, puesto que esta dinámica de intercambio facilita tanto el emprendimiento como la agregación, fomentando con ello el fenómeno de la acción colectiva.

*LAS REDES SOCIALES
COMO NORMAS DE COMUNICACIÓN DE LO PÚBLICO*

La pregunta obligada en este artículo es: ¿puede el chisme a través de las RS tener un papel significativo en la discusión de asuntos de interés público, o los chismes en estas redes están condenados a ser meras conversaciones superficiales sin impacto en la vida pública?

La mediatización de los chismes generados sobre los políticos o escándalos públicos y difundidos en las redes sociales puede ser un primer referente sobre asuntos públicos para audiencias no sofisticadas, de tal suerte que, como sucede en la vida real, el chisme en las RS es utilizado por las personas para sacar conclusiones sobre el comportamiento de funcionarios públicos y de políticas concretas, acontecimientos o expectativas (véase Natal e Ibarra en este volumen). En el mundo no digital, Gluckman aduce que la gente en las aldeas galesas evaluaba a los líderes y pobladores a través de chismes (Gluckman, 1963); en comunidades indígenas mexicanas se observó algo parecido, en donde éste servía como un mecanismo para mantener a los líderes bajo control (Natal, 2011). Algo similar muestran Natal e Ibarra en este volumen cuando presentan los casos de la guardería ABC y de Voto Nulo, donde el chisme a través de las RS sirvió para evaluar las acciones y la reputación de la clase política.

Las RS facilitan a personas comunes y corrientes —es decir, ni académicos, ni periodistas, ni activistas— el acceso a asuntos públicos que pueden no estar en los medios. Pueden generar en el receptor un sentimiento de cercanía o simpatía a una causa y hacerle sentir que su participación contribuirá a lograr un cambio.

Así las cosas, un potencial enorme de las RS en materia de acción colectiva radica en que reducen el tiempo, la energía y los recursos que los individuos dedican a discutir temas de interés colectivo, construir

opinión y desarrollar propuestas. Bacow (1980) primero y Frideres *et al.* (1992) más tarde han sugerido que el desarrollo de una propuesta puede imponer costos de oportunidad tan altos a quienes los inician que pueden inhibir el emprendimiento social. De la misma manera, la inmediatez de la información y la respuesta permiten a quienes intentan impulsar una causa o iniciar una acción colectiva medir el grado de disposición de otros ciudadanos para seguirlos en su emprendimiento. Las RS facilitan también el acceso a información relevante para la causa en cuestión, reducen problemas geoespaciales o de dispersión de los individuos interesados y facilitan la agregación; y por la naturaleza anónima de quienes interactúan, le dan a la acción cierta horizontalidad e inclusión social. En suma, las RS reducen los costos de la acción colectiva.

Empero, hay que reconocer que en países como México, con un rezago en la calidad educativa, con bajas tasas de penetración de internet, mala cobertura, prácticas monopólicas y concentración del uso de las RS en zonas urbanas y en sectores de la clase media (véase Lara y Natal en este mismo volumen), las posibilidades de que el chisme en las RS se vuelva una herramienta para la construcción de opinión pública o de acción social son aún limitadas.

COMENTARIOS FINALES

En este artículo discutimos que la velocidad de respuesta, así como sus amplias posibilidades como medio de información han propiciado que las redes sociales se hayan adoptado para dos funciones principales: por una parte para socializar, bien sea para acicalarse o pavonearse, y por otra para obtener información relevante en la vida cotidiana.

Mostramos que las RS y sus vigías o centros de gravedad son excelentes mecanismos para crear alertas para la manada, además de que sirven como cajas de resonancia para los temas de interés colectivo, independientemente de que los traten o no los medios de comunicación de masas convencionales.

También intentamos mostrar que las RS permiten una nueva articulación y difusión de contenidos que generan diferentes individuos,

lo que permite que estos sujetos interaccionen con otros similares en cuanto a afinidades de diversa índole y construyan comunidades de intereses.

Finalmente, un tema alrededor del que ha girado esta discusión es que el actual “mundo digital” es cada vez más parte del mundo no digital o “real”, y que los límites entre uno y otro son cada vez más difusos. Si bien nuestra forma de socializar *tête-à-tête* se ha transformado radicalmente por las herramientas tecnológicas —como discutimos aquí—, nuestra manera de chismear en el mundo real derivado de sus condicionantes evolutivos ha conservado muchas de sus características en las RS. Los chismes dentro de las RS no son por tanto más serios ni más trascendentes, pero al igual que el rumor en la vida real logran tener un impacto y cuando a esto se suma el poder de difusión de las RS se vuelven particularmente poderosos.

Una consideración final sobre las conclusiones extraídas de lo discutido en este artículo se refiere a que, si bien muchos de los argumentos que se postulan están basados en inferencias extrapoladas a partir de estudios publicados, éstos no están sustentados en un tratamiento experimental, lo que evidentemente deja la puerta abierta a la especulación. En este sentido, una de las perspectivas que nos planteamos en esta línea de trabajo se enfoca al diseño de pruebas y experimentos que arrojen datos para poder soportar algunas de las tesis que se aducen. Estos experimentos estarían circunscritos al ámbito de las redes sociales y enfocados fundamentalmente al tipo de información que se maneja en estas plataformas, así como en la caracterización de las relaciones sociales establecidas, teniendo como criterio comparativo las relaciones sociales estructuradas en un ambiente no digital.

BIBLIOGRAFÍA

AKERLOF, George A.

- 1970 “The Market for Lemons’: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism”, en *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, pp. 488-500.

- 1986 "The Market for Lemons': Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism" (texto revisado), en B. Barney y William Ouchi (eds.), *Organizational Economics Towards a New Paradigm for Understanding Organizations*, Londres/San Francisco, Jossey Bass.
- BACOW, Lawrence S.
1980 *Bargaining for Job Safety and Health*, Cambridge, Londres, MIT Press.
- BAILEY, Frederick George
1971 *Gifts and Poison*, Oxford, Blackwell.
- BARZEL, Yoram
1982 "Measurement Costs and the Organization of Markets", en *Journal of Law and Economics*, vol. 25, núm. 1, pp. 27-48.
- CHEUNG, Steven N.S.
1977 "Why are Better Seats 'Underpriced'?", en *Economic Inquiry*, vol. 15, octubre, pp. 513-22.
- CLEAVER, Frances
2001 "Institutions, Agency and the Limitations of Participatory Approaches to Development", en B. Cooke y U. Kothari (eds.), *Participation: The New Tyranny?*, Londres, Zed Books.
- DARLING Malcom
1932 Citado en G.A. Akerlof, "[1986] 'The Market for Lemons': Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism" (texto revisado), en B. Barney y William Ouchi (eds.), *Organizational Economics Towards a New Paradigm for Understanding Organizations*, Londres/San Francisco, Jossey Bass, p. 34.
- DAWKINS, Richard
1976 *The Selfish Gene*, Nueva York, Oxford University Press.
- DESMOND, Morris
1967 *The Naked Ape: A Zoologist's Study of the Human Animal*, Nueva York, McGraw Hill.
- DUNBAR, Robin
1988 *Primate Social Systems*, Beckenham, Croom Helm.
1993 "Co-Evolution of Neocortical Size, Group Size and Language in Humans", en *Behavioral and Brain Sciences*, vol. 16, núm. 4, pp. 681-735.

- 1998 "Theory of Mind and Evolution of Language", en J.R. Hurford, M. Studdert Kennedy y C. Knight (eds.), *Approach to Evolution of Language*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 92-110.
- 2004 "Gossip in Evolutionary Perspective", en *Review of General Psychology*, vol. 8, núm. 2, pp. 100-110.
- FOX, Jonathan y Josefina ARANDA BEZAURY
- 1996 *Decentralization and Rural Development in Mexico: Community Participation in Oaxaca's Municipal Funds Program*, La Jolla, Centre for U.S.-Mexican Studies, University of California at San Diego.
- FRIDERES, James; Usher FLEISING, Sheldon GOLDENBERG y Joseph DISANTO
- 1992 "Community Participation: Natural Resource Development in Rural Alberta", en J.S. Frideres (ed.), *A World of Communities: Participatory Research Perspectives*, North York, Captus University Publications, pp. 191-203.
- GLUCKMAN, Max
- 1963 "Gossip and Scandal", en *Current Anthropology*, vol. 4, pp. 307-316, en J.B. Haviland (1977), *Gossip Reputation and Knowledge in Zinacantan*, Chicago/Londres, The University of Chicago Press, pp. 1-15.
- GRANOVETTER, Mark S.
- 1985 "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", en *American Journal of Sociology*, vol. 91, pp. 481-510.
- HANDELMAN, Don
- 1971 *Patterns of Interaction in a Sheltered Workshop in Jerusalem*, Manchester, University of Manchester.
- HAVILAND, John Beard
- 1977 *Gossip Reputation and Knowledge in Zinacantan*, Chicago/Londres, The University of Chicago Press.
- HERNÁEZ, Salvador
- 1995 "Internet: la telaraña", en *Quo*, núm. 1, septiembre, pp. 114-120.

- KATZ, Avery
 1993 "Transaction Costs and the Legal Mechanics of Exchange: When Should Silence in the Face of an Offer Be Construed as Acceptance?", en *Journal of Law, Economics, and Organization*, vol. 9, núm. 1, pp. 77-97.
- KERR, Steven
 1975 "On the Folly of Rewarding A, while Hoping for B", en *Academy of Management Journal*, vol. 18, diciembre, pp. 769-783.
- MARSDEN, David
 1994 "Indigenous Management and the Management of Indigenous Knowledge", en S. Wright (ed.), *Anthropology of Organizations*, Londres/Nueva York, Routledge.
- MYERS, Stewart y Nicholas S. MAJLUF
 1984 "Corporate Financing and Investment Decisions when Firms Have Information that Investors do not Have", en *Journal of Financial Economics*, vol. 13, pp. 187-221.
- NATAL, ALEJANDRO
 1997 "Self-Help Development for Welfare Provision, the People Inputs in Participation", en *Revista Ciencia Ergo Sum*, vol. 14, núm. 2, julio, Universidad Autónoma del Estado de México.
 2010 "La sociedad civil como espacio de conflicto: el caso de Valle de Bravo", en Pablo Castro y Héctor Tejera, *Participación y ciudadanía en México*, México, UAM.
 2011 *To Cooperate or Not?... That is the Question. The Costs of Cooperation in Community Participatory Development*, Londres, Lamberth Academic Publishing.
- _____; Jorge LUGRÍS y Adriana SANDOVAL
 2002 "Problemas de participación en las organizaciones civiles indígenas campesinas", en *Documentos de discusión sobre el tercer sector*, núm. 25, Zinacantepec, Programa Interdisciplinario de Estudios del Tercer Sector-El Colegio Mexiquense.
- NOWAK, Martin A. y Roger HIGHFIELD
 2011 *Super-Cooperators: Altruism, Evolution, and why we Need Each Other to Succeed*, Nueva York, Simon & Schuster.

- OSTROM, Elinor
1990 *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PARSONS, Elsie C.
1936 *Mitla: Town of the Souls and other Zapoteco-Speaking Pueblos of Oaxaca*, Chicago, University of Chicago Press.
- SERRES, Michel
1997 *The Troubadour of Knowledge*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- SKELCHER, Chris; Angus MCCABE y Vivien LOWNDES
1996 *Community Networks in Urban Regeneration: It all Depends who you Know...!*, Bristol, Policy Press.
- STIGLER, George J.
1961 "The Economics of Information", en *Journal of Political Economy*, núm. 693, pp. 213-225.
- WILLIAMSON, Oliver E.
1985 *The Economic Institutions of Capitalism, Firms, Markets, Relational Contracting*, Nueva York, Free Press.

La brecha digital en un contexto de participación ciudadana

Manuel Lara Caballero*

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este artículo es determinar la distribución, disponibilidad, acceso y uso que se les da a las herramientas de internet en México, y analizar en qué medida sus condiciones pueden incentivar la participación ciudadana. Para ello, se toma como punto de partida la discusión de este volumen sobre cómo las tecnologías de la información y la comunicación¹ (TIC), en especial las redes sociales, pueden incentivar la participación ciudadana en México mediante la creación de espacios digitales en los que la ciudadanía puede deliberar sobre temas de interés público.

En este artículo se intenta analizar qué sectores de la población tienen capacidad real para utilizar estos nuevos medios, y hasta qué punto internet y las redes sociales son ampliamente utilizados o por el contrario son medios reservados para una minoría; la discusión se centra también si el uso de internet y las redes sociales está ligado a sectores sociales que ya tienen acceso a la educación y a la información, o en caso contrario, si existen señales de una mayor democratización en la provisión de este servicio.

* Profesor-investigador del Departamento de Procesos Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma.

¹ Las principales TIC son: *i*) teléfono fijo, *ii*) teléfono celular, *iii*) televisión abierta y de paga y *iv*) computadora con y sin conexión a internet. En este documento se supone que las principales TIC que fomentan la participación ciudadana son internet y los *smartphones*, celulares con acceso a internet y con capacidad de instalar aplicaciones.

Las nuevas TIC, en especial a través del desarrollo de herramientas tecnológicas y de aplicaciones, han aumentado significativamente la velocidad con que se transmite la información, incorporando cierta inmediatez a los fenómenos económicos, políticos y sociales; su enorme capacidad vinculatoria permite que diferentes actores sociales atomizados y dispersos en distintas latitudes, pero con intereses afines, se relacionen y dialoguen.

Las redes sociales son altamente efectivas en “expandir” la voz de los ciudadanos, que hoy pueden expresar libremente sus propios mensajes de manera virtual. Así, la producción de la información ha cambiado de tener un solo emisor que transmita a múltiples receptores a múltiples-emisores y múltiples-receptores. Además, ya no son las grandes corporaciones o el gobierno los que la controlan, sino que cualquier usuario que tenga acceso a las TIC adecuadas puede compartir y publicar información de manera sencilla e inmediata.

Todo esto da un nuevo significado a la participación ciudadana en asuntos públicos y ha dado un giro sustancial a la manera en que discutimos lo político. Hoy en día la participación ciudadana, en el nuevo contexto digital, implica que cualquier persona interesada puede involucrarse en la discusión, reflexión y construcción de temas de interés público, aprovechando la combinación de herramientas y ambientes virtuales que permiten colaborar para construir contenidos sin restricciones de espacio, tiempo o censura (Cobo, 2007).

Las nuevas TIC son herramientas que incentivan la participación ciudadana no sólo de manera virtual, sino que pueden potenciar ciertos valores y prácticas que coadyuven a realizar algunos cambios en el contexto real; sin embargo, su éxito o fracaso para cumplir dicha tarea puede estar en función de dos variables principales: *i*) un acceso amplio de los ciudadanos a estas nuevas TIC, y *ii*) el que estas herramientas fomenten efectivamente la participación ciudadana en asuntos públicos.

- i*) La amplitud del acceso. En el caso mexicano, ideas sobre el activismo digital pueden ser “campanas al aire” sin mayor fiesta que anunciar, ya que algunas cifras señalan que en México el acceso a internet todavía es muy bajo, como lo muestra el estudio

sobre los hábitos de los usuarios de internet en México (mayo de 2009) de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Este estudio reporta que con una población de 106 millones de habitantes, tenemos apenas 27.6 millones de internautas reportados en 2008. Si este estudio es correcto, esto indica que apenas uno de cada cuatro mexicanos usa y tiene acceso a internet (Bastidas, 2009). Para 2010, la penetración de internet en México llegaba ya a 30.6 millones de usuarios, de acuerdo con el reporte de la misma AMIPCI (2010).

ii) En cuanto a que estas herramientas fomenten efectivamente la participación ciudadana en asuntos públicos, aún necesitamos mucha evidencia empírica, pues la información que tenemos (mayo de 2009) de la AMIPCI, de un padrón electoral de un poco más de 78 millones de ciudadanos, apenas hay 27.6 millones de internautas reportados en 2008 (Bastidas, 2008). Si atendemos a la distribución de estos usuarios el problema es evidente: hay 22.7 millones en zonas urbanas y 4.9 millones en zonas rurales, lo cual refleja una desorbitada concentración de usuarios en zonas urbanas.

Es cierto que México ha registrado un crecimiento de más de diez millones de usuarios en los últimos años a un ritmo acelerado, pero aún necesitamos saber cómo se distribuye el acceso y si el uso de las herramientas es diferenciado por región. Es necesario conocer más sobre qué sectores son los que realmente tienen acceso a la tecnología y cuál es el uso diferenciado —si es el caso— por sectores poblacionales. También es cierto que las tecnologías en manos de una masa crítica de internautas, con liderazgo y “emprendedurismo” social podrían, a pesar de las limitaciones de convertirse en herramientas potentes de movilización ciudadana, por ello necesitamos conocer sobre el uso de la tecnología por activistas o por lo menos para construir un debate público. Todas éstas son preguntas que tendríamos que responder y analizar con mucha mayor precisión para entender el impacto del uso de las redes sociales en el ámbito de lo público. En este documento se intenta presentar información nueva sobre el acceso y uso de las TIC que pueda cruzarse con variables socioeconó-

micas, de tal manera que se pueda conocer la demografía económica de las nuevas herramientas tecnológicas, y con ello estar mejor capacitados para contestar a las preguntas anteriores.

Para tal efecto, en el año 2010² se seleccionaron dos fuentes de información que muestran un panorama estadísticamente representativo de dos TIC que son importantes para la participación ciudadana en un contexto virtual, internet y los celulares:³

- El Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (MCS de la ENIGH), que proporciona un panorama estadístico de diversas variables sociodemográficas, del comportamiento de los ingresos de los hogares, incorpora información sobre diversos derechos sociales y tiene representatividad a nivel nacional y para las 32 entidades federativas, y
- El Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información de los Hogares (Modutih) que es una encuesta anual con información estadística que permite conocer la disponibilidad y el uso de las TIC en los hogares y por los individuos de seis y más años de edad en México, tiene una representatividad a nivel nacional y sólo para los años 2008 y 2010 a nivel estatal.

Para presentar esta discusión se ha dividido el presente artículo en cuatro secciones. En la primera se estudia el concepto de brecha digital para determinar la distribución, disponibilidad y acceso a internet y de celulares a nivel nacional, en sus ámbitos urbano, rural y por entidad federativa para conocer si la cobertura es suficiente para tener ejercicios plurales e inclusivos de participación ciudadana. Como subproducto se muestra la relación que existe entre dos variables, el

² El último año del MCS de la ENIGH y el Modutih que permite realizar un perfil actual de la distribución, disponibilidad y acceso de internet es 2010.

³ El *smartphone* con acceso a internet es una TIC que facilita la participación ciudadana porque permite subir contenido a las herramientas de internet de manera instantánea, tomar fotos, videos y escuchar podcast, entre otras opciones. Sin embargo, en ninguna fuente de información estadística se registró esta variable, por lo que se decidió utilizar como *proxy* los celulares, que también incluyen al subconjunto de *smartphones*.

ingreso y el género del jefe de familia con acceso a estas dos TIC. En la segunda sección se analiza si los internautas mexicanos están familiarizados con las herramientas que les permitan involucrarse en procesos de participación ciudadana. En la tercera revisamos si a las redes sociales en México se las usa como herramientas de participación. Finalmente, con la intención de poner en perspectiva el ejercicio realizado, se cierra con algunas reflexiones en una cuarta sección.

LA BRECHA DIGITAL EN MÉXICO

En el contexto internacional de una muestra de 20 países de América Latina, México se encuentra en el 11o. lugar con 36.90 por ciento de la población con acceso a internet, mientras que en los primeros tres lugares se encuentran países como Argentina, Chile y Uruguay, que cuentan con una tasa de penetración de los servicios de internet de 67, 59.20 y 55.90 por ciento respectivamente. En términos comparativos con otros países, la brecha digital en México se encuentra por debajo del promedio de la región que es de 39.90 por ciento, y la diferencia entre el primer lugar y nuestro país es de 30.10 por ciento. Véase el cuadro 1.

En lo que se refiere a los distintos estados del país, la heterogeneidad de condiciones del territorio nacional ocasiona que la distribución del acceso a internet y los celulares varíe dependiendo de características como sus actividades económicas, sus relaciones comerciales con otros estados y/o países, y su nivel de desarrollo social y de infraestructura, entre otros.

La distribución del acceso a internet por entidad federativa se dividió en tres rangos: *i*) alto, que comprende una incidencia de 24 a 37.5 por ciento; *ii*) medio, que incluye valores entre 17 y 24 por ciento, y *iii*) bajo, que contiene valores entre 5.8 y 17 por ciento. El valor menor fue Chiapas con 5.8 por ciento, el mayor fue el Distrito Federal con 37.5 por ciento y el promedio nacional de 19.87 por ciento (véase la figura 1).

Los estados con mayor penetración de este servicio que pueden favorecer el uso de herramientas que fomenten la participación ciu-

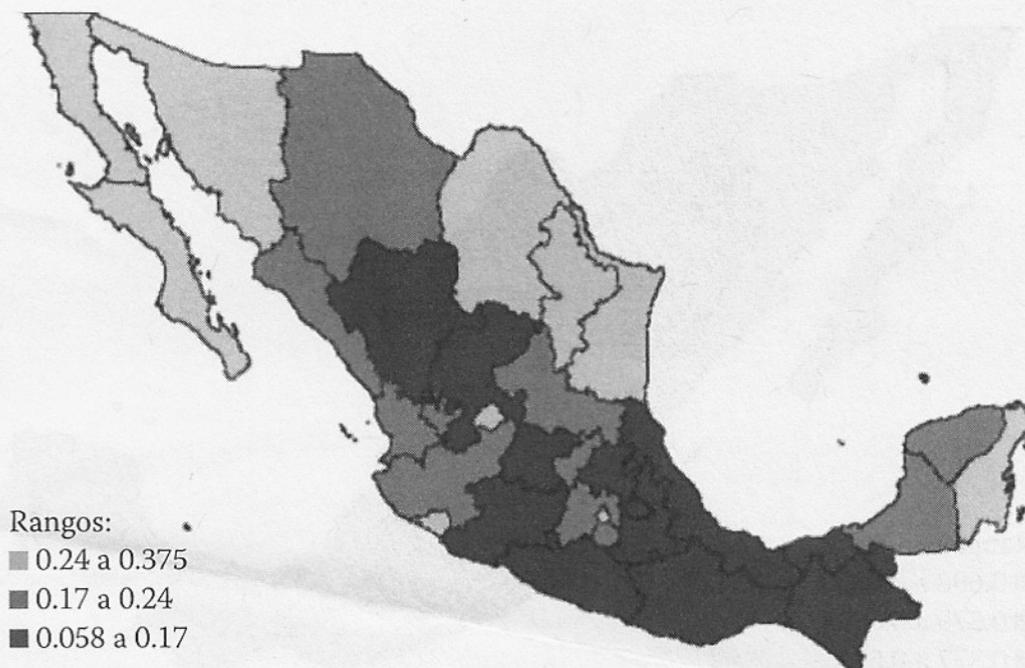
CUADRO 1
 USUARIOS DE INTERNET
 EN ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA, 2011

<i>Países</i>	<i>Población (estimada 2011)</i>	<i>Usuarios de internet</i>	<i>Porcentaje de la población (penetración)</i>
Argentina	41 769 726	28 000 000	67.00
Bolivia	10 118 683	1 985 970	19.60
Brasil	203 429 773	79 245 740	39.00
Chile	16 888 760	10 000 000	59.20
Colombia	44 725 543	25 000 000	55.90
Costa Rica	4 576 562	2 000 000	43.70
Cuba	11 087 330	1 702 206	15.40
República Dominicana	9 956 648	4 120 801	41.40
Ecuador	15 007 343	4 075 500	27.20
El Salvador	6 071 774	1 257 380	20.70
Guatemala	13 824 463	2 280 000	16.50
Honduras	8 143 564	1 067 560	13.10
México	113 724 226	42 000 000	36.90
Nicaragua	5 666 301	663 500	11.70
Panamá	3 460 462	1 503 441	43.40
Paraguay	6 459 058	1 523 273	23.60
Perú	29 248 943	9 973 244	34.10
Puerto Rico	3 989 133	1 698 301	42.60
Uruguay	3 308 535	1 855 000	56.10
Venezuela	27 635 743	10 976 342	39.70
Total	579 092 570	230 928 258	39.90

FUENTE: elaboración propia con información de internet World Stats.

dadana son los del norte (excepto Chihuahua), el Distrito Federal, Colima, Aguascalientes y Quintana Roo; en el nivel medio de acceso se encuentran estados como Jalisco, Querétaro y San Luis Potosí. Las entidades federativas del sur, en especial Chiapas, Guerrero y Oaxaca, son los que cuentan en promedio con menores tasas y por lo tanto menores probabilidades de involucrarse en procesos virtuales de participación.

FIGURA 1
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN CON ACCESO
A INTERNET A NIVEL ESTATAL, 2010

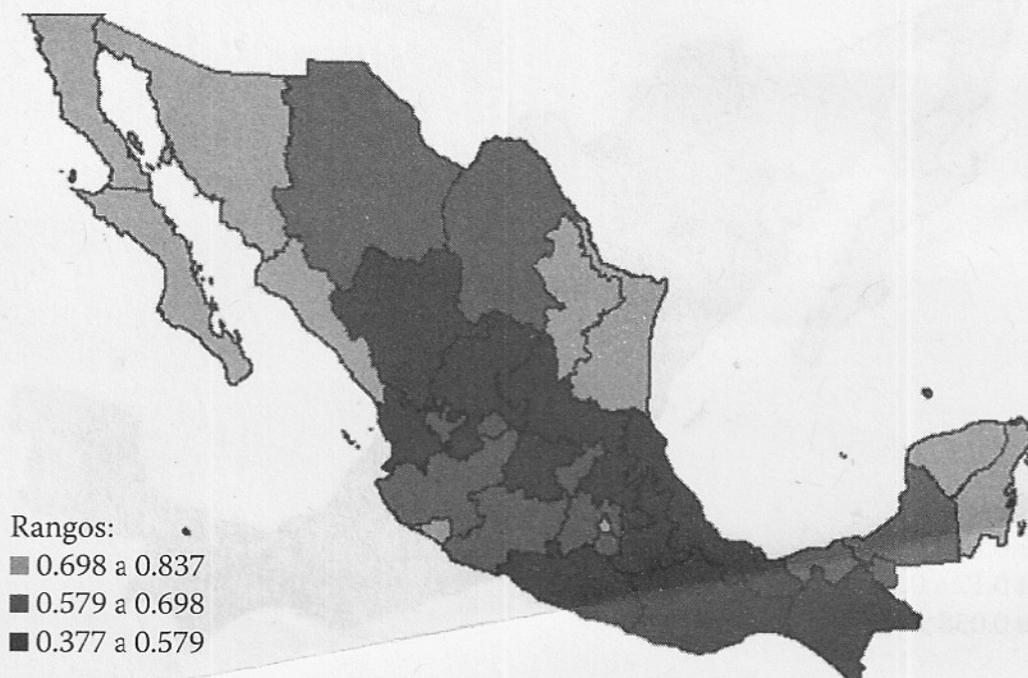


FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del MCS de la ENIGH 2010.

En cuanto al porcentaje de la población con acceso a celulares, ésta muestra un patrón parecido al de internet, donde los estados del norte y el Distrito Federal tienen en promedio una incidencia alta y media de penetración, mientras que los estados del sur muestran tasas bajas; en términos comparativos, el acceso a celulares es mayor en promedio que al de internet. Los tres rangos en los que se dividió son: *i*) alto, que comprende una incidencia de 69.8 a 83.7 por ciento; *ii*) medio, que incluye valores entre 57.9 y 69.8 por ciento, y *iii*) bajo, que contiene los valores entre 37.7 y 57.9 por ciento. El valor menor fue Guerrero con 37.7 por ciento, el mayor fue Baja California Sur con 83.7 por ciento y el promedio nacional fue de 62.9 por ciento (véase la figura 2).

De este sucinto planteamiento del problema queda claro que México tiene problemas serios, algunos muy preocupantes en ciertas regiones del país, de brecha digital entendida como el acceso equitativo a la red. Para comprender mejor este problema es importante entender las características estructurales que tiene el fenómeno de ex-

FIGURA 2
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN CON ACCESO
A INTERNET A NIVEL ESTATAL, 2010



FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del MCS de la ENIGH 2010.

clusión de las TIC. Para abonar en este sentido y poner en contexto las limitaciones de la ciudadanía digital discutida por este libro, en las secciones a seguir se analizan algunos de los problemas estructurales de las TIC en nuestro país.

DEL CAMPO Y LA CIUDAD

La sociedad mexicana evolucionó a lo largo del siglo XX en sus patrones demográficos y territoriales para conformar una sociedad mayoritariamente urbana, provocando una profunda transformación en el ámbito económico y social de los hogares rurales. En el campo mexicano existen también mecanismos históricos e instituciones que dificultan el acceso de la población rural a la distribución de la tierra, adquisición de activos y la falta de equidad en los servicios básicos y de infraestructura. En la actualidad se puede observar que la población que reside en las zonas rurales de nuestro país presenta los ni-

veles más bajos de desarrollo social y económico. Más aún, el escaso dinamismo en las actividades agropecuarias ha orillado a algunos miembros del hogar a emigrar en busca del sustento familiar, por lo que su localización dispersa a lo largo del territorio nacional dificulta su comunicación (Llamas, 2009).

Por tal motivo, es importante analizar el fenómeno de acceso a las herramientas de las TIC en el ámbito rural. El MCS de la ENIGH reportó que para el año 2010 la población total de México se constituía de 112 590 130 habitantes, de los cuales 23.21 por ciento de mexicanos vivía en zonas rurales con menos de 2 500 habitantes y 76.79 por ciento en zonas urbanas.

Para conocer si la diferencia de acceso a internet entre las zonas urbanas es mayor que las rurales por entidad federativa, se realizaron pruebas de hipótesis de una diferencia de medias independientes.⁴ Los resultados indican que en las 32 entidades federativas la diferencia de la tasa de penetración de internet en las zonas urbanas es mayor estadísticamente hablando que en las rurales, lo que nos permite concluir que el uso de las herramientas de las TIC que fomentan la participación ciudadana es sólo un fenómeno urbano que excluye a las zonas rurales.

En la figura 3 se muestra el análisis de la distribución del acceso a internet en las zonas rurales por entidad federativa, donde en términos generales los rangos de valores de incidencia son bajos e insuficientes para motivar la participación ciudadana en un contexto virtual. El mayor fue Baja California Sur con 1.98 por ciento y el menor Coahuila con 0.03 por ciento. Los estados con mayor penetración de este servicio en las zonas rurales son la península de Baja California, Sinaloa, Durango, Morelos, Veracruz y Oaxaca; en el nivel medio de acceso se encuentran estados como Guerrero, Querétaro y Quintana Roo, mientras que las menores tasas se encuentran en el Distrito Federal y Chiapas.

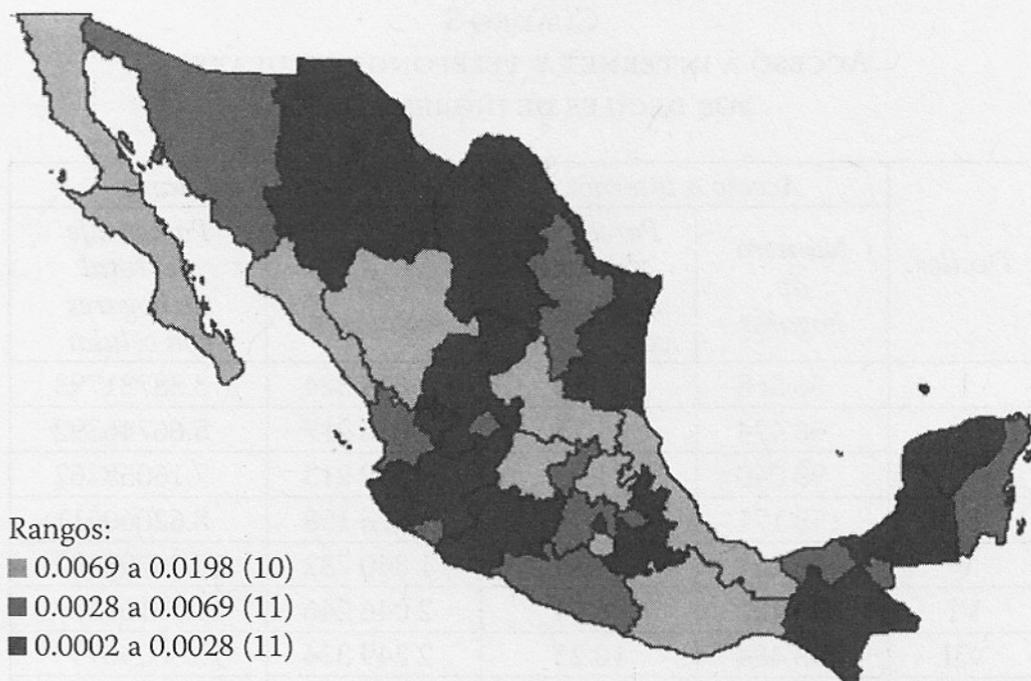
⁴ Las estimaciones de la incidencia de acceso a internet y los teléfonos celulares provienen de encuestas complejas con muestras aleatorias probabilísticas que están sujetas a errores y variaciones de muestreo que se incorporaron para la estimación de las pruebas de hipótesis. Los cuadros relacionados con las pruebas de hipótesis son a petición del lector a los autores.

CUADRO 2
PORCENTAJES DE INCIDENCIA DEL ACCESO A INTERNET
EN EL ÁMBITO URBANO Y RURAL, 2010

<i>Entidades</i>	<i>Estimaciones</i>		<i>Diferencia</i>
	<i>Urbana (A)</i>	<i>Rural (B)</i>	<i>(A)-(B)</i>
Aguascalientes	23.37	0.64	22.73
Baja California	35.15	1.20	33.94
Baja California Sur	31.69	1.97	29.72
Campeche	22.02	0.13	21.88
Coahuila	25.14	0.03	25.11
Colima	23.78	0.45	23.33
Chiapas	5.78	0.06	5.72
Chihuahua	20.41	0.19	20.22
Distrito Federal	37.45	0.03	37.43
Durango	15.93	1.04	14.89
Guanajuato	12.03	0.69	11.34
Guerrero	10.20	0.33	9.87
Hidalgo	9.27	1.94	7.33
Jalisco	21.50	0.24	21.26
Estado de México	16.52	0.50	16.02
Michoacán	10.78	0.26	10.52
Morelos	19.61	1.48	18.13
Nayarit	16.65	0.64	16.01
Nuevo León	32.95	0.40	32.54
Oaxaca	6.34	0.77	5.57
Puebla	15.27	0.09	15.19
Querétaro	20.37	0.49	19.89
Quintana Roo	26.24	0.28	25.96
San Luis Potosí	16.14	1.15	14.99
Sinaloa	22.37	0.97	21.39
Sonora	29.42	0.64	28.78
Tabasco	9.85	0.52	9.33
Tamaulipas	24.71	0.26	24.45
Tlaxcala	10.10	0.57	9.53
Veracruz	11.74	0.76	10.98
Yucatán	19.94	0.14	19.80
Zacatecas	14.07	0.20	13.87

FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

FIGURA 3
 PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN RURAL CON ACCESO
 A INTERNET A NIVEL ESTATAL, 2010



FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

*INGRESO Y ACCESO
 A LAS HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN
 Y COMUNICACIÓN DIGITAL*

El ingreso es un indicador estático relacionado con el nivel de vida de las personas, en términos de su capacidad económica para satisfacer sus necesidades, ya que cuando aumenta los hogares cuentan con más herramientas para organizarse a nivel de comunidad, expresar sus puntos de vista, intereses y conseguir una mayor eficiencia e influencia en las decisiones sobre la asignación de los recursos propios y locales (Llamas, 2009).

El consumo de las TIC puede ser considerado en términos económicos como un bien normal, ya que a medida que los hogares disponen de mayores niveles de ingresos pueden consumir mayores cantidades. En el cuadro 3 se analiza la relación que tiene el ingreso con el acceso a internet y los teléfonos celulares, donde se estimó el

ingreso corriente⁵ por hogar para conocer cuáles son los deciles que más los utilizan.

CUADRO 3
ACCESO A INTERNET Y TELÉFONOS CELULARES
POR DECILES DE INGRESO, 2010

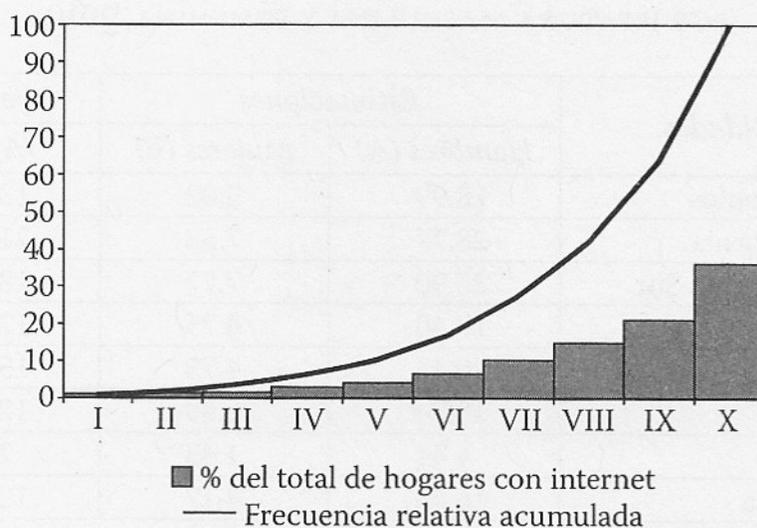
Deciles	Acceso a internet		Acceso a celulares	
	Número de hogares	Porcentaje del total de hogares con internet	Número de celulares	Porcentaje del total de hogares con celular
I	36 568	0.63	619 324	3.38731793
II	66 474	1.15	1 036 217	5.66746392
III	99 040	1.71	1 309 213	7.16058262
IV	158 171	2.73	1 576 158	8.62060611
V	252 111	4.35	1 840 782	10.0679352
VI	379 421	6.54	2 046 246	11.1916957
VII	593 484	10.23	2 249 334	12.3024611
VIII	867 828	14.97	2 289 789	12.5237248
IX	1 234 459	21.29	2 479 797	13.5629506
X	2 111 340	36.41	2 836 750	15.515262
Total	5 798 896	100.00	18 283 610	100.00

FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del MCS de la ENIGH 2010.

Los deciles del VII al X concentran aproximadamente 82.90 por ciento del total de hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional y 53.90 por ciento de celulares disponibles, por lo que se puede inferir que los hogares con mayores niveles de ingresos pueden hacer uso de las herramientas de las TIC que fomentan la participación ciudadana.

⁵ El ingreso corriente total mensual del hogar se obtiene como promedio de los ingresos, monetarios y no monetarios, correspondientes a los seis meses anteriores al levantamiento de la información. Los ingresos monetarios se derivan de diversas fuentes, entre otras, remuneraciones por trabajo subordinado, ingresos por trabajo independiente, otros ingresos provenientes del trabajo, transferencias y otros ingresos corrientes, mientras que los ingresos no monetarios incluyen: el valor imputado por autoconsumo, remuneraciones en especie, transferencias en especie, y la estimación del alquiler de vivienda (INEGI, 2009a).

GRÁFICA 1
INCIDENCIA DE INTERNET POR DECILES DE INGRESO, 2010



FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del MCS de la ENIGH 2010.

En la gráfica 1 se muestra cómo a partir de los deciles VII al X, la frecuencia relativa acumulada del uso de internet se incrementa, mientras que los sectores con menores ingresos, que generalmente tienen mayores necesidades para involucrarse en la toma de decisiones que les puede afectar, difícilmente pueden aprovechar el contexto virtual para expresar sus internet demandas, pues sólo concentran aproximadamente 20 por ciento del total.

GÉNERO Y ACCESO A LAS HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Por último, se realizó una comparación entre los hogares con jefatura femenina y masculina para conocer si el género es una variable que tiene impacto en el acceso a internet y los beneficios de las herramientas tecnológicas.

En el análisis del cuadro 4 se realizaron pruebas de hipótesis de diferencia de medias⁶ para conocer si el acceso a internet es mayor en los hogares con jefatura masculina. Los resultados indican que en

⁶ Los cuadros relacionados con las pruebas de hipótesis son a petición del lector a los autores.

CUADRO 4
PORCENTAJES DE INCIDENCIA DEL ACCESO A INTERNET
POR JEFATURA MASCULINA Y FEMENINA, 2010

<i>Entidades</i>	<i>Estimaciones</i>		<i>Diferencia</i>
	<i>Hombres (A)</i>	<i>Mujeres (B)</i>	<i>(A)-(B)</i>
Aguascalientes	18.99	5.02	13.97
Baja California	28.77	7.58	21.19
Baja California Sur	25.90	7.77	18.13
Campeche	17.40	4.75	12.64
Coahuila	20.42	4.75	15.67
Colima	18.34	5.89	12.45
Chiapas	4.41	1.43	2.98
Chihuahua	16.43	4.17	12.26
Distrito Federal	27.88	9.60	18.28
Durango	12.57	4.40	8.16
Guanajuato	9.30	3.43	5.87
Guerrero	7.91	2.62	5.29
Hidalgo	8.58	2.63	5.94
Jalisco	16.54	5.19	11.34
Estado de México	13.84	3.18	10.66
Michoacán	9.14	1.90	7.25
Morelos	15.51	5.59	9.92
Nayarit	13.44	3.86	9.58
Nuevo León	26.87	6.48	20.39
Oaxaca	5.10	2.00	3.10
Puebla	12.59	2.77	9.83
Querétaro	16.24	4.62	11.63
Quintana Roo	21.41	5.11	16.30
San Luis Potosí	12.97	4.33	8.64
Sinaloa	17.39	5.95	11.45
Sonora	21.81	8.26	13.55
Tabasco	8.27	2.09	6.18
Tamaulipas	19.98	5.00	14.98
Tlaxcala	7.97	2.71	5.26
Veracruz	8.81	3.69	5.12
Yucatán	14.79	5.29	9.51
Zacatecas	10.92	3.35	7.57

FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del MCS de la ENIGH 2010.

todos los estados esta diferencia es estadísticamente significativa, por lo que género es una variable que definitivamente impacta en el acceso a internet, de manera positiva cuando el hogar tiene jefatura masculina y negativa cuando la jefatura es femenina.

Las entidades federativas donde la brecha entre jefaturas de hombres y mujeres es menor son Chiapas (4.41 por ciento para hombres y 1.43 por ciento para mujeres) y Oaxaca (5.10 por ciento para hombres y 2 por ciento para mujeres), porque el acceso a internet en general es bajo, mientras que las entidades que muestran la mayor diferencia son Baja California y Nuevo León (21.19 por ciento y 20.39 por ciento respectivamente).

A partir de esto se puede señalar que en el caso de México, las mujeres no sólo tienen en promedio niveles educativos más bajos que los hombres, sino que esto ocasiona bajos ingresos cuando son jefas de familia de un hogar uniparental o nuclear (Quisumbing y Maluccio 2006), tema que se ve reflejado también en el acceso a las TIC.

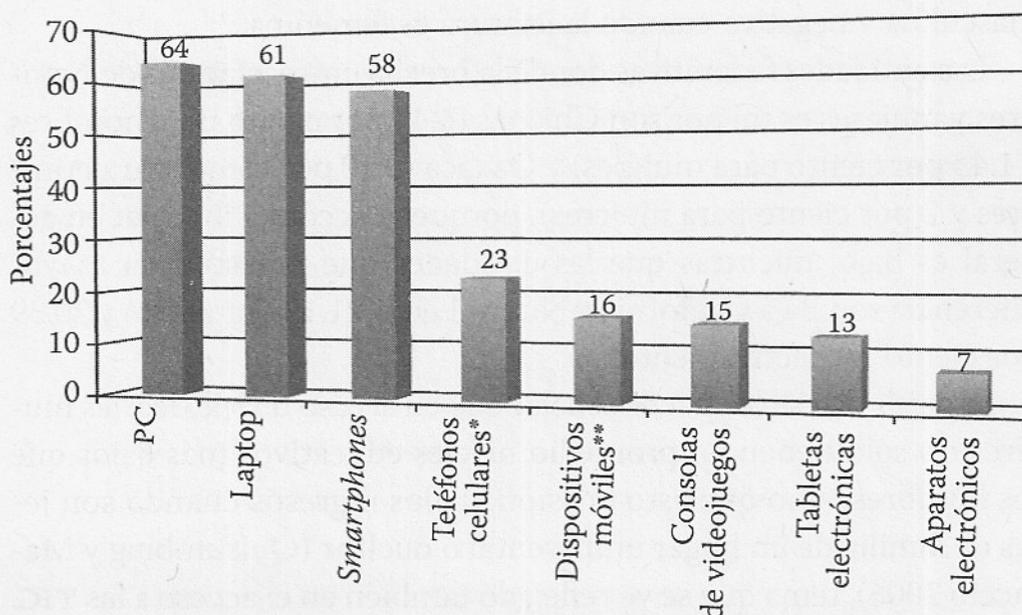
EL USO DE INTERNET EN MÉXICO

TIPOS DE TIC USADOS

En la sección anterior se analizó el fenómeno de la brecha digital para conocer el número de hogares que cuenta con internet y celulares, aunque el acceso a estas TIC es una condición necesaria pero no suficiente para que los internautas utilicen las herramientas que fomenten la participación ciudadana. En el caso de México son pocas las fuentes de información secundarias que analizan los hábitos de los usuarios de internet, por lo que se recurrió al Modutih 2010 y a un estudio de la AMIPCI⁷ para el año 2012.

⁷ En el estudio se realizó un muestreo probabilístico de 2 329 entrevistados en las redes sociales, bases de datos especializadas, el público en general y diferentes páginas de internet donde se publicó la encuesta. El levantamiento de la información se realizó del 23 de abril de 2012 al 13 de mayo de 2012, mediante un cuestionario *online* siguiendo la distribución de la población, tomando en cuenta todos los niveles socioeconómicos en el país, así como todos los rangos de edades (AMIPCI, 2012).

GRÁFICA 2
DISPOSITIVOS UTILIZADOS POR EL INTERNAUTA MEXICANO
PARA CONECTARSE A INTERNET, 2012



NOTAS: * Teléfonos celulares son aquellos a los que no se les puede instalar aplicaciones.

** Los dispositivos móviles considerados son Ipod Touch, PSP, Nintendo DS, entre otros.

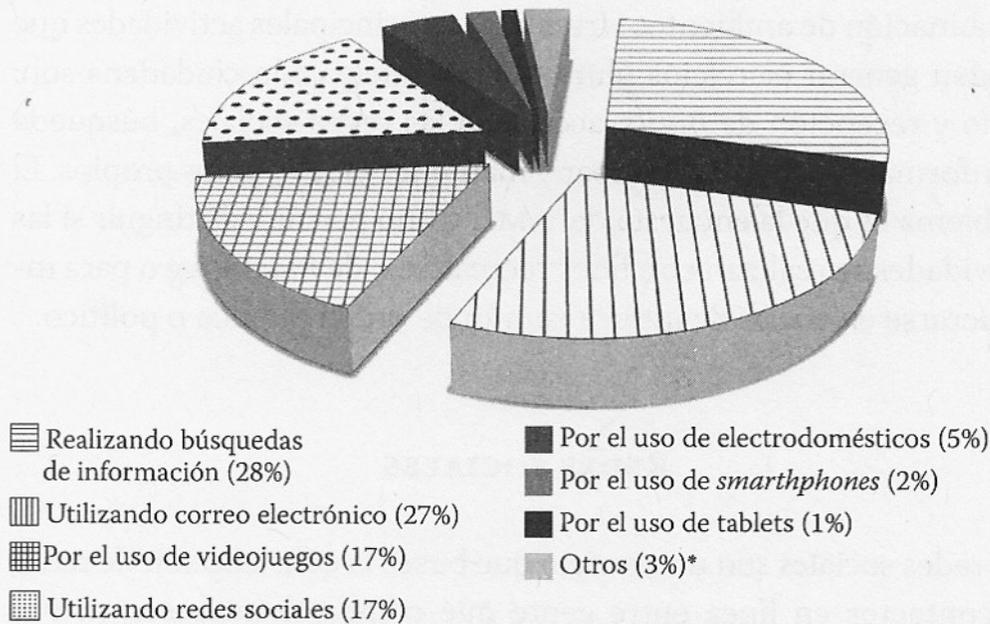
FUENTE: AMIPCI, 2012.

Los principales dispositivos para conectarse a internet siguen siendo los tradicionales, como las computadoras personales y laptop, mientras que los *smartphones* y teléfonos celulares se encuentran en tercer y cuarto lugar respectivamente; esta información es relevante porque la telefonía celular es un catalizador que puede tener un impacto importante a mediano plazo en el uso de herramientas que fomenten la participación ciudadana al tener las siguientes características: *i*) portabilidad, *ii*) disponibilidad casi inmediata para publicar contenido virtual, *iii*) capacidad para acceder a aplicaciones colaborativas como redes sociales y blogs, entre otras.

ACTIVIDADES EN INTERNET

Las tres principales actividades por las que los mexicanos se convierten en internautas son la búsqueda de información, el uso de correo

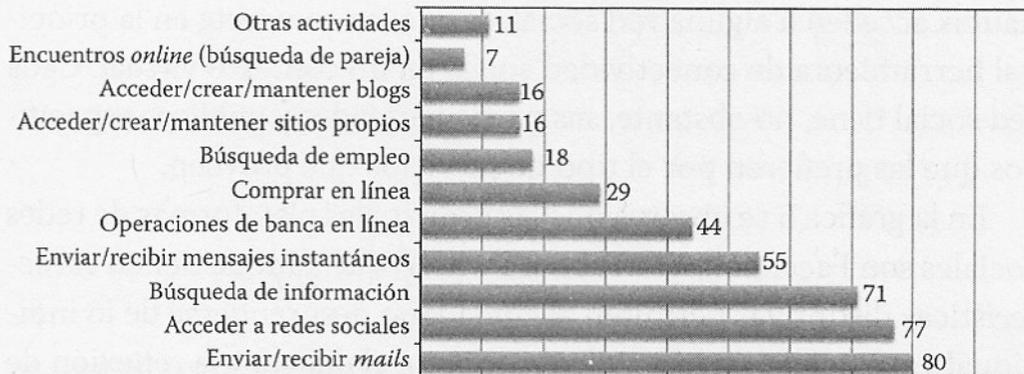
GRÁFICA 3
 ACTIVIDADES POR LAS QUE LOS MEXICANOS SE CONVIERTEN
 EN INTERNAUTAS, 2012



Nota: * Por el uso de chats, recomendación de amigos, estudiar y curiosidad.
 FUENTE: AMIPCI, 2012.

electrónico y las redes sociales; estas plataformas pueden contribuir a la participación ciudadana porque tienen en común compartir contenidos de manera virtual; es importante reconocer que internet también tiene un componente lúdico, como el uso de videojuegos.

GRÁFICA 4
 PRINCIPALES ACTIVIDADES ONLINE, 2012
 (PORCENTAJE)



FUENTE: AMIPCI, 2012.

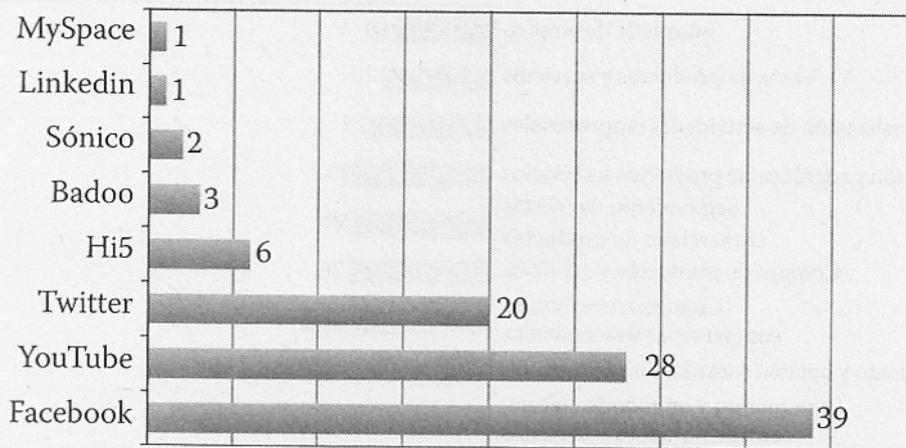
En la gráfica 4 se observa que los mexicanos están familiarizados con las diferentes herramientas de internet para involucrarse en la discusión, reflexión y construcción de temas de interés público con la combinación de ambientes virtuales. Las principales actividades que pueden generar ejercicios plurales de participación ciudadana son: envío y recepción de *mails*, acceder a las redes sociales, búsqueda de información, y acceder, crear y mantener blogs y sitios propios. El problema es que la encuesta del AMIPCI no permite distinguir si las actividades se realizan con fines recreativos, de *marketing* o para involucrarse en temas de interés común de orden público o político.

REDES SOCIALES

Las redes sociales son un servicio que busca la construcción de redes de contactos en línea entre gente que comparte intereses, actividades sociales y/o profesionales, lazos de amistad o afinidades en algún ámbito. Los servicios por lo general son gratuitos y requieren de un perfil donde el usuario publica opcionalmente datos como: nombre, lugar de nacimiento, edad, educación, lugar en el que realizó sus estudios, intereses, cuestiones personales, así como publicar galerías fotográficas; contienen un motor de búsqueda para encontrar contactos o personas con intereses parecidos, tienen un espacio para publicar contenidos en línea como mensajes, fotografías, videos y también incorporan un espacio para seguir y comentar las actividades de los contactos. En el caso de México, 92 por ciento de los internautas acceden a alguna red social, lo que las convierte en la principal herramienta de conectividad social en un contexto virtual. Cada red social tiene, no obstante, sus particularidades y públicos específicos que las prefieren por el tipo de servicios que proveen.

En la gráfica 5 se observa que las principales plataformas de redes sociales son Facebook, YouTube y Twitter, que aunque tienen características distintivas permiten al ciudadano desprenderse de lo individual y participar en lo público mediante el debate y la reflexión de temas de interés común.

GRÁFICA 5
 PRINCIPALES REDES SOCIALES EN MÉXICO, 2012
 (PORCENTAJES)

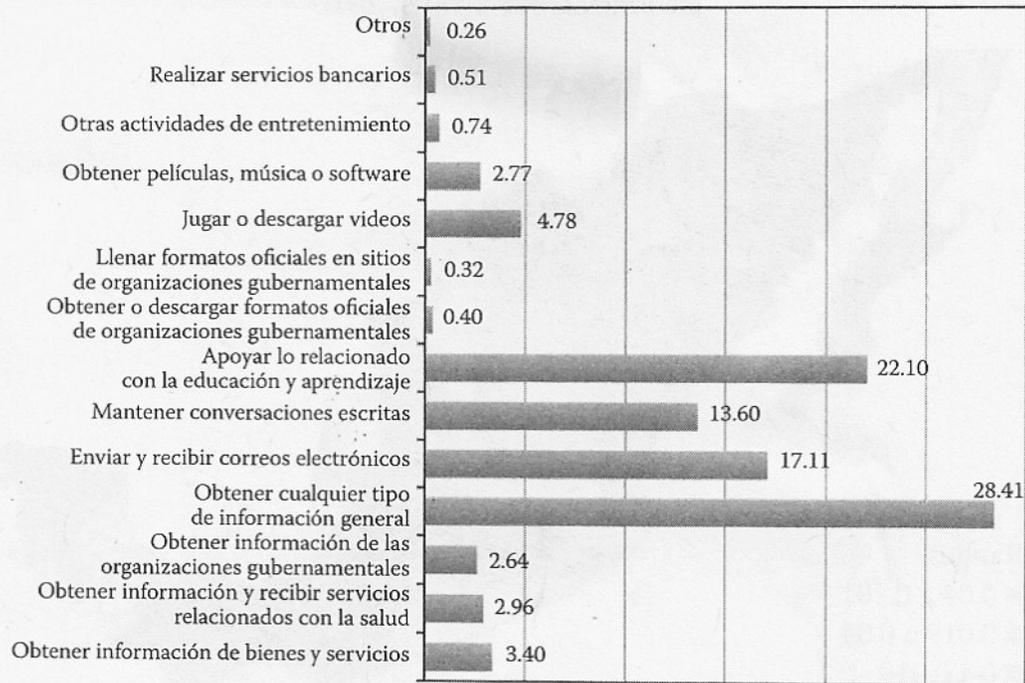


FUENTE: AMIPCI, 2012.

Las redes sociales ofrecen muchas posibilidades para impulsar la participación ciudadana, un ejemplo es el papel que jugaron en las elecciones presidenciales del año 2012, donde todos los candidatos tuvieron una presencia activa en Facebook, Twitter y YouTube, permitiendo a los usuarios involucrarse en el proceso electoral. Estas herramientas también sirven para acceder a información política. De los usuarios de redes sociales, 51 por ciento se vincularon a una liga con publicidad política; de los que tuvieron acceso a dicha publicidad, cuatro de cada diez se convirtieron en seguidores de algún candidato o partido, pero sólo 40 por ciento piensa votar por el candidato que sigue en la próximas elecciones (AMIPCI, 2012).

En la gráfica 6 se aprecia que la principal función de las redes sociales es la comunicación con amigos y familiares, pero en un segundo y tercer lugar se encuentra el seguimiento y opinión, entretenimiento, deportes y noticias. Los internautas utilizan las redes para involucrarse en la discusión, reflexión y construcción de estos temas de interés público aprovechando los ambientes virtuales. Los usuarios en México están familiarizados con las herramientas colaborativas de internet, pero para que fomenten la participación ciudadana es necesario que generen valor político y que sus capacidades no se reduzcan a ejercer sólo una función de publicidad.

GRÁFICA 7
PRINCIPALES USOS DE INTERNET, 2012
(PORCENTAJES)

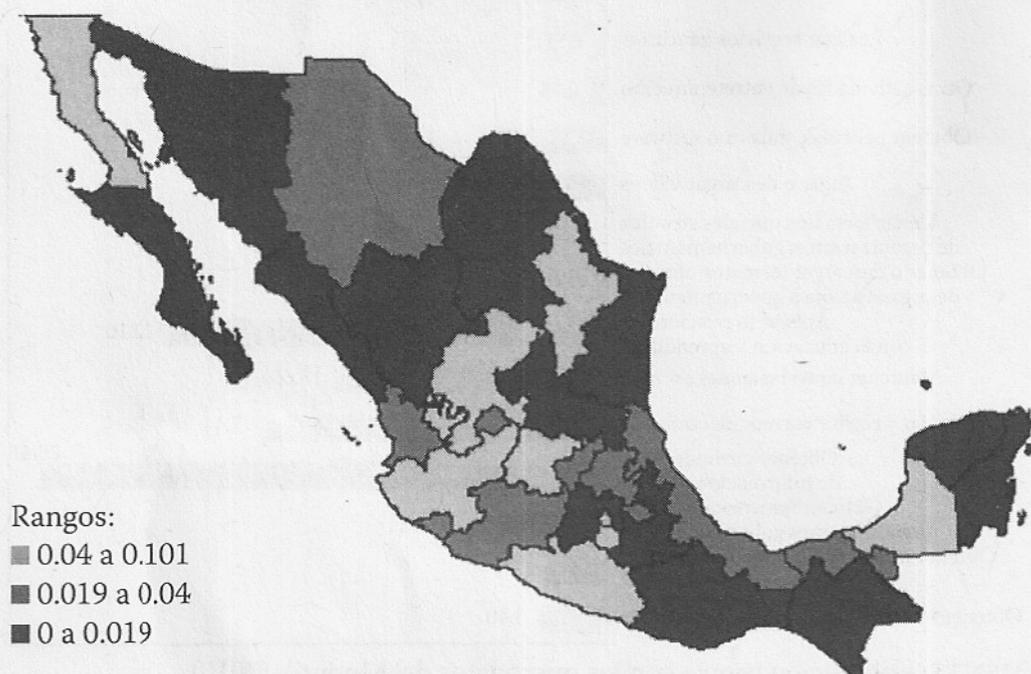


FUENTE: elaboración propia con los microdatos del Modutih (2010).

actividades de educación y aprendizaje, y recepción y envío de correos electrónicos. En esta clasificación existen usos como conversaciones, descarga de videos, periódicos, revistas, así como otras actividades de entretenimiento que pueden contribuir a incentivar la participación ciudadana, pero obtener información de organizaciones gubernamentales es un indicador que nos permite tener una idea general de participación. En términos generales, la relación con organizaciones gubernamentales no se incluye en la primera opción de uso por los mexicanos, ya que sólo cuenta con 2.94 por ciento de las menciones.

Por último, se obtuvo la incidencia a nivel estatal de las personas que utilizan internet para obtener información de las organizaciones gubernamentales, lo que nos permite tener una idea general de participación ciudadana por entidad federativa. El mayor valor fue Baja California con 10 por ciento, mientras que el menor fue Quintana Roo porque no registró ninguna observación. Los estados con mayor interés en encontrar información de asociaciones ciudadanas por esta

FIGURA 4
PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE USA INTERNET
PARA OBTENER INFORMACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES
GUBERNAMENTALES, 2010



FUENTE: elaboración propia con base en los microdatos del Modutih (2010).

vía son: el Distrito Federal, Morelos, Nuevo León, Guerrero y Jalisco, entre otros; en el nivel medio se encuentran Veracruz, Chihuahua, Michoacán y Querétaro, mientras que las menores tasas se encuentran en Chiapas y Oaxaca.

REFLEXIONES FINALES

El objetivo de este capítulo fue determinar la distribución, disponibilidad, acceso y uso que se le da a las herramientas de internet en México para incentivar la participación ciudadana. Para discutir estos puntos se seleccionaron dos fuentes de información que nos permitieron tener un panorama estadísticamente representativo para el año 2010,⁸ a) el Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la Encues-

⁸ El último año del MCS de la ENIGH y el Modutih que permite realizar un perfil actual de la distribución, disponibilidad y acceso de internet es 2010.

ta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (MCS de la ENIGH y *b*) el Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información de los Hogares (Modutih).

A partir de estas fuentes de datos se discutió la problemática de la brecha digital en México y las diferencias entre el campo y la ciudad, así como las desigualdades que se dan en términos de ingreso y género. Posteriormente se revisó el uso de las diferentes herramientas tecnológicas y el tipo de actividades que realizan los internautas, la manera en que se utilizan las redes sociales y qué tipo de actividades realizadas por los usuarios en estas redes pueden contribuir a la participación ciudadana.

Lo que se encontró se puede resumir en cuatro puntos principales. En primer lugar, la tasa de 35 por ciento de acceso a internet en México es baja en términos comparativos a nivel internacional, no sólo con países de América Latina sino también con los miembros de la Organización de para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Éste es un tema importante en términos de participación ciudadana, ya que el día de hoy se hace difícil que las redes sociales puedan tener repercusiones sociales sostenidas en la política nacional (aunque algunos artículos en este volumen dan cuenta de importantísimas excepciones). Por ello, es menester pensar en políticas de Estado que incentiven y democratizen el uso de las herramientas digitales, en un ambiente libre de censura y respetando sus características colaborativas.

En segundo lugar, el uso de herramientas tecnológicas es más bien un fenómeno urbano, porque las zonas rurales, en promedio, no tienen acceso a internet. En términos de equidad y de participación, esto genera menor probabilidad de que un sector vulnerable en los ámbitos económico, político y social, que representa aproximadamente 23.21 por ciento de la población, se involucre de manera independiente en la discusión, reflexión y construcción de sus problemas en un contexto virtual.

En tercer lugar, el ingreso es un indicador importante para explicar el acceso de la población mexicana a internet y los celulares, ya que se comporta como un bien normal desde el punto de vista económico. Esta situación refleja el hecho de que la ciudadanía digital

es un fenómeno no sólo urbano, sino también exclusivo para el sector de la población con mayores ingresos porque los últimos cuatro deciles concentran 82.90 por ciento del acceso total a internet. Si no se realizan acciones para disminuir la brecha digital se corre el riesgo de que aproximadamente 60 por ciento de la población no sólo tenga un retraso tecnológico cuya cobertura es indispensable para la vida económica del país, sino que tenga poca o nula presencia en procesos de participación ciudadana en el contexto virtual y el real.

Así las cosas, como señalamos a partir de los datos analizados en los párrafos anteriores, la socioeconomía de internet y las redes sociales muestra que la población con acceso a las nuevas TIC es una minoría que a su vez tiene acceso privilegiado a otros bienes públicos, como la educación. Este segmento poblacional tiene también los recursos para acceder a las herramientas tecnológicas y al aprendizaje sobre cómo utilizarlas efectivamente. En ese caso, el acceso a la información, un bien que debería ser público, estaría reservado a unos pocos que tendrían las posibilidades de apropiarse de la información.

Sin embargo, es posible que esos pocos usuarios, que en México están familiarizados con internet y las redes sociales más importantes (Facebook, Twitter y YouTube), encuentren que estas herramientas son más que *gadgets* de entretenimiento y tienen un potencial colaborativo con una gran capacidad para innovar la forma de hacer política y generar valor en la toma de decisiones sobre asuntos públicos.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET

2012 *Sobre hábitos de internet en México.*

2012a *Hábitos de los usuarios de internet en México.*

CAPLAN, Jeremy

2005 "Blogging 2.0", en *Time*, 26 de septiembre.

COBO ROMANÍ, Cristobal y Hugo PARDO KUKLINSKI

2007 *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios Fast Food*, Barcelona/México, Universitat de Vic/FLACSO.

LLAMAS, I.

- 2009 “Permanencia educativa en los hogares rurales. El caso de México 2005”, en Nora Garro y Guillermo Campos (coordinadores), *Política Social: Enfoques y Análisis*.

MERINO, Mauricio

- 1995 *La participación ciudadana en la democracia*, México, IFE.

MORLINO, Leonardo

- 2005 *Democracias y democratizaciones*, México, Centro de Estudios de Política Comparada.

INEGI

- 2009 *Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la ENIGH 2008. Conociendo la base de datos*, México, INEGI.

- 2009a *Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la ENIGH 2008. Diseño muestral*, México, INEGI.

- 2009b *Módulo sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares. Guía de actividades operativas e instructivo de llenado*, México, INEGI.

QUISUMBING, Agnes R. y John A. MALUCCIO

- 2006 “Intrahousehold Allocation and Gender Relations: New Empirical Evidence from Four Developing Countries”, Food Consumption and Nutrition Division, Discussion Paper núm. 84, Washington, International Food Policy Research Institute.

Fuentes hemerográficas

BASTIDAS, Sabino

- 2009 <http://elpais.com/elpais/2009/10/27/opinion/1256636339_850215.html>, 27 de octubre.

ANEXOS

Tabla de siglas y acrónimos

TIC, tecnologías de información y comunicación

AMIPCI, Asociación Mexicana de Internet

MCS de la ENIGH, Módulo de Condiciones Socioeconómicas de la
Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares
Modutih, Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la
Información de los Hogares
OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Ciudadanía digital y *Social Media Revolution*: aspectos generales de la incidencia global de las redes sociales en elecciones y política

Jorge G. Castillo Vaquera*

INTRODUCCIÓN: LA REVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES Y LA PRESENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL MUNDO

Uno de los elementos que motivaron a quien escribe a redactar un artículo sobre ciudadanía digital, estableciendo un particular énfasis en la influencia que han tenido las redes sociales sobre el comportamiento de algunos actores sociales y en determinados fenómenos políticos, tales como las elecciones federales de 2012 en México, así como el desarrollo de las campañas políticas a su alrededor, es precisamente el interés por analizar aquello que se ha llamado *la revolución de los medios por internet (Social Media Revolution)* y algunos de los conceptos que se desprenden de ella. La intención del presente artículo es pues proponer una reflexión y una mirada general al fenómeno de las redes sociales y su impacto en la vida social, haciendo un particular énfasis en la política y aspectos electorales.

Para empezar nos preguntamos cómo entender este cambio tecnológico que se explica de manera tan icónica a través de la creciente incidencia de la tecnología en las sociedades contemporáneas. El éxito de tal expansión se explica al analizar la difusión masiva de internet y un acceso generalizado de usuarios a esta herramienta, gracias a que cada vez hay mayor presencia de aparatos de comunicación por-

* Doctor en Ciencia Política por la Université Sorbonne Nouvelle-Paris III, Francia. Especialista en comportamiento electoral, instituciones y democracia (nuevas formas de participación ciudadana). Es profesor-investigador invitado en la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma.



tátiles *gadgets* (celulares, tabletas, laptops, etc.), adaptados para tener total conectividad a esta importante fuente de información y comunicación, modificando sustancialmente las formas tradicionales de interacción a través de un nuevo paradigma, que a la vez denota un nuevo mecanismo de participación social desde la sociedad civil.

Resulta pertinente recordar aquello que Manuel Castells (2012) sostiene, como el proceso que a lo largo de la historia ha marcado el papel de “la comunicación y la información [como] las fuentes fundamentales del poder y del contrapoder, de la dominación y del cambio social”. En realidad con esta *revolución* a la cual actualmente se le atribuyen características tan trascendentales, comparadas con el legado de la Revolución industrial, además de que han logrado movilizar a comunidades enteras de manera, incluso, sorpresiva.

Como resultado de la explosión en el mercado y la incidencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), es innegable, en el contexto de las sociedades contemporáneas, que la tecnología forma parte importante de la vida y las actividades cotidianas, en virtud de que responden a una serie de características dadas por la vertiginosidad con que la tecnología progresa, se desarrolla y también se vuelve obsoleta, apropiándose de nuevos espacios y abriendo nuevas posibilidades a los ciudadanos en forma de canales de expresión.

Quizá de manera sorprendente, uno de los campos de incidencia donde mayor impacto han tenido las redes sociales, mostrando incluso resultados inesperados, es la política. Sabemos además que existe para ello una explicación relativamente evidente, proveniente directamente de la dinámica de la administración privada y su lógica publicitaria a través de la mercadotecnia. La pregunta que se planteó en el seno de la iniciativa privada fue la del aprovechamiento de las nuevas tecnologías, que para fines prácticos se interrogaba acerca del método para explicar cómo llegar al mayor número de personas en el menor tiempo, con eficacia y bajo costo. La respuesta que se considera central, o al menos una de ellas, es que fue a través de las redes sociales, implementando la lógica del *social media*, que prácticamente ha venido suplantando a los *mass media* en su capacidad de penetración a grupos focales definidos.

Uno de los indicios más contundentes para llegar a esta conclusión está relacionado con las estadísticas, que se aprecian en la tabla 1, acerca del tiempo que les ha tomado a los diferentes medios y tecnologías de alcance masivo establecerse socialmente, lograr una penetración adecuada y hacer que la gente asimile sus mensajes, expandiéndose alrededor del mundo.

TABLA 1
ALCANCE Y TIEMPO DE DESARROLLO DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

<i>Medio de comunicación</i>	<i>Tiempo para alcanzar el objetivo</i>	<i>Capacidad de penetración social</i>
Radio	38 años	50 millones de usuarios
Televisión	13 años	50 millones de usuarios
Internet	4 años	50 millones de usuarios
I Pod	3 años	50 millones de usuarios
Facebook	menos de 1 año	200 millones de usuarios
Descargas de aplicaciones para I Pod	9 meses	1 billón de descargas

FUENTE: elaboración propia con información de: *Internet World Stats* (2012), *International Telecommunications Union* (2012), <www.internetworldstats.com/stats.htm>.

Asimismo, gracias a que vivimos en una época a la que podríamos llamar “de la información”, recabamos algunos datos que resultan impactantes, como veremos a continuación, en virtud de que la expansión de los *social media* en cifras resulta esclarecedora y significativa. De acuerdo con una serie de estudios publicados en forma de cápsulas de video sobre *Social Media Revolution (2012)*¹ a través de YouTube, más de 50 por ciento de la población mundial tiene menos de 30 años; 96 por ciento de la llamada “Generación Y” o “Generación del Milenio” pertenecen a una red social (*social network*); el número de usuarios por internet de los *social media* desplazó a la pornografía como la actividad líder en la red (cf. Internet World Stats, 2012).

De acuerdo con diferentes bases de datos, en Estados Unidos una de cada ocho parejas casadas se conocieron a través de este poderoso medio y, si los usuarios de Facebook conformaran un país, sería el tercer país más poblado del mundo, después de China e India. Un dato que no debe perderse de vista es que China, país que no deja de sorprender al mundo por su capacidad de control y su potencial de expansión sin fronteras, no permite el acceso de Facebook en su territorio y en su lugar, existen dos redes sociales en el gigante asiático: la primera de ellas, QQ, cuenta con aproximadamente 600 millones de usuarios, y Renren, con 120 millones de usuarios, así como Sina Weibo que en principio fue creada como un clon de Twitter, pero que en la actualidad se afirma es una red social más completa, gracias a su capacidad de interacción con otro tipo de herramientas de internet² y en un mundo globalizado como el actual, resulta casi impensable ese tipo de “aislamiento”.

De acuerdo con estudios recientes realizados por diferentes académicos de la Sociedad Internacional de Ciencia Política (IPSA), se entiende que tanto Twitter como Facebook sirven como instrumentos “detonadores” para la protesta democrática y la transformación.

¹ *Social Media Revolution 2012*, en <<http://www.youtube.com/watch?v=ZTLGFil5KCg>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

² Para tener más información sobre las redes sociales en China, consúltese por ejemplo *Technode*, *Renren*, *QQ*, así como *Sina Weibo*, entre otros: *TechNode*, en <<http://technode.com/2011/05/06/renren-ipo-some-thoughts/>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

La Primavera Árabe de 2011 y la “Revolución de Terciopelo” son consideradas como “e-Revoluciones”. Pero la web 2.0 modificó la noción de la participación individual dramáticamente en cualquier parte del mundo. La protesta social se incrementó y traspasó incluso el norte de África (por ejemplo, en el Reino Unido, Grecia, Alemania, China, etcétera).

Tanto la web 2.0 como la e-Movilización parecen ser cruciales para este tipo de movimientos sociales. Aunque algunas de las principales interrogantes que se plantean actualmente son: ¿cuál es la relación que existe entre el pluralismo sociopolítico e internet? ¿Cuál es la reacción de los partidos políticos y de la sociedad civil en regímenes democráticos? ¿Cómo actúan o reaccionan los regímenes autoritarios hacia estas nuevas prácticas?

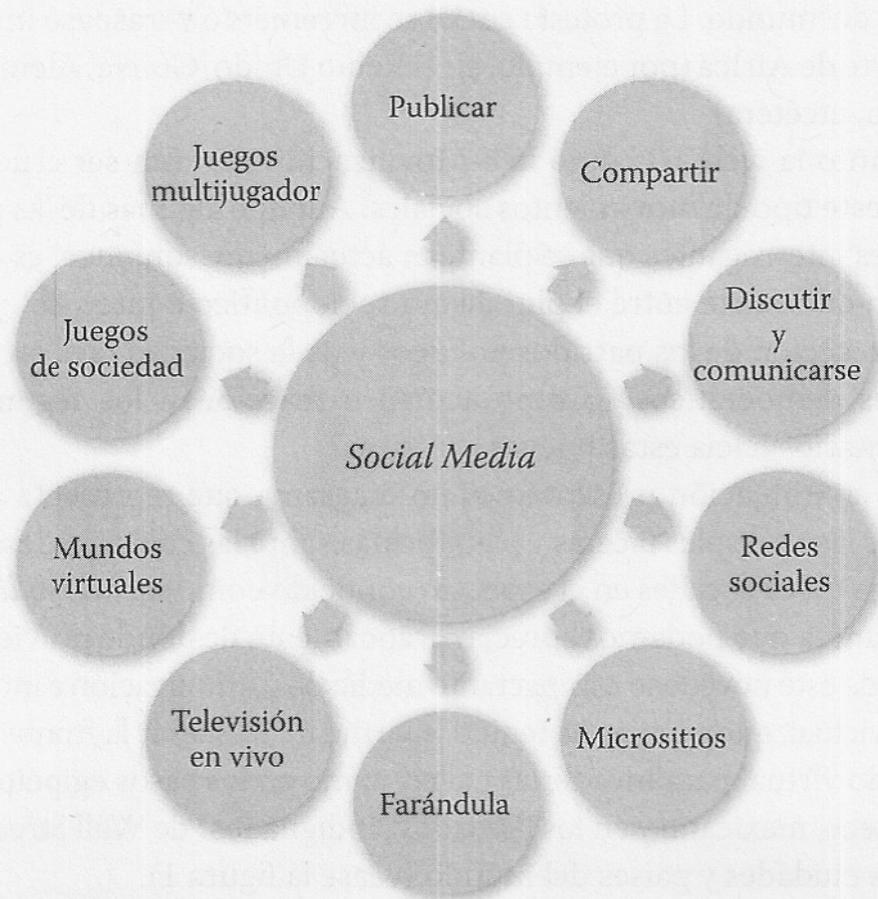
A continuación presentamos un diagrama que representa algunas de las múltiples facetas y plataformas sobre las cuales se desarrollan las redes sociales en el espectro conocido como *social media*, de tal manera que podamos apreciar gráficamente de dónde proviene el éxito de este novedoso e impactante medio de comunicación e interacción virtual, que además ha tenido la virtud de traspasar la frontera del mundo virtual para invadir las calles, como en los casos egipcio, iraní, checo, mexicano y en los llamados “Indignados” de Wall Street, en varias ciudades y países del mundo (véase la figura 1).

Para cada uno de los componentes del diagrama existen una variedad de sitios web y de servidores, que a manera de ejemplo e ilustración, diremos que en la esfera llamada Publicar encontramos: blogger, blogspot, etc.; en Compartir: YouTube, Dailymotion; en Discutir y comunicarse: Messenger, Skype, Google Talk; en Redes sociales: Facebook, Linked In, etc.; en Televisión en vivo: UStream, Justin TV, etc. Éstas son simplemente algunas de las formas más identificables en el mercado mexicano de medios por internet o *social media*.

Ahora bien, la situación en China sigue siendo ambigua y enigmática en virtud de que, como afirma el diario británico *The Telegraph*,³

³ “China makes Skype Illegal”, en la versión electrónica del diario británico *The Telegraph*: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/8231444/China-makes-Skype-illegal.html>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

FIGURA 1
DIAGRAMA DE LA LÓGICA Y VERSATILIDAD DE LAS REDES SOCIALES
A TRAVÉS DE LOS *SOCIAL MEDIA*



FUENTE: elaboración propia.

en la República Popular están bloqueados los servidores de Google, Skype, Facebook, YouTube y Twitter, como parte de una política proteccionista, aunque como precisa el profesor de la Universidad de Beijing, Kan Kaili, "Skype sigue siendo un líder en el mercado, tanto como MSN y GMail Talk. Los hijos de los altos funcionarios chinos que viven en el extranjero, emplean estos servicios para llamar a casa, por esa razón no creo que corten las líneas".⁴ No obstante, para fines de este trabajo sólo nos interesa mostrar que a pesar de que los

⁴ El profesor Kan Kaili fue citado por *The Telegraph*: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/8231444/China-makes-Skype-illegal.html>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

referentes de las redes sociales son distintos, la función que desempeñan en China tanto QQ como Renren, justifica perfectamente la importancia que desempeñan este tipo de herramientas alrededor del mundo, independientemente del nivel de control que tengan los países. Por ejemplo, un fenómeno que puede constatarse de igual forma en el caso de la Primavera Árabe en Irán, es que los sitios web de las principales redes sociales como Facebook y YouTube, funcionaron a pesar de los candados impuestos por el Estado, gracias a la intervención de *hackers* locales o internacionales. De este mismo ejemplo se desprende la cifra que provee Internet World Stats sobre el número de usuarios de Facebook en China (a pesar del bloqueo), la cual asciende a 477 460 al 31 de marzo de 2012, aunque sobre los 513 100 000 de usuarios de internet en ese país, la cifra de Facebook en China representa una tasa de penetración de cero por ciento. Ahora bien, la influencia de las redes sociales en la política se explica a través de la mercadotecnia, en el campo de la administración empresarial, pues el empleo de estas nuevas herramientas, en principio, consideradas prácticamente de entretenimiento e interacción, sin fines distintos a proveer lazos de “amistad” a través de medios virtuales, entendida, por ejemplo, desde la dinámica que ha establecido Facebook, o simplemente hablando de la incidencia que Twitter ha ido adquiriendo en todo el mundo, como ya hemos mostrado en páginas anteriores, a través de *targets*, mensajes cortos con objetivos precisos, que han obligado prácticamente a todo político de primer nivel a modificar sus estrategias de comunicación para adaptarse a las exigencias del medio. Incluso, gracias a las cifras provistas por el Internet World Stats, hoy se sabe que en Estados Unidos 80 por ciento de las nuevas contrataciones y búsquedas de vacantes en el mercado laboral de ese país en el ámbito privado se realizan por la vía de las redes sociales y de ese porcentaje, 95 por ciento ha utilizado para este propósito la herramienta que representa Linked In. Como puede constatarse, las redes sociales empiezan a remplazar a las formas tradicionales de interacción en muy diversos campos y por esa razón es que nos proponemos averiguar un poco más acerca del impacto que han tenido sobre la política en México, como se ve en la tabla 2.

TABLA 2
ESTADÍSTICAS DE USUARIOS DE INTERNET Y POBLACIÓN EN EL MUNDO.
DATOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

<i>Regiones del mundo</i>	<i>Población</i>	<i>Usuarios de internet</i>	<i>Usuarios de internet</i>	<i>Penetración</i>	<i>Crecimiento</i>	<i>Porcentaje de usuarios de acuerdo con la tabla</i>
	<i>(2011 Estadística)</i>	<i>31 de diciembre, 2000</i>	<i>Datos más recientes</i>	<i>(Porcentaje de población)</i>	<i>(Porcentaje) 2000-2011</i>	
África	1 037 524 058	4 514 400	139 875 242	13.50	2 988.40	6.20
Asia	3 879 740 877	114 304 000	1 016 799 076	26.20	789.60	44.80
Europa	816 426 346	105 096 093	500 723 686	61.30	376.40	22.10
Medio Oriente	216 258 843	3 284 800	77 020 995	35.60	2 244.80	3.40
Norte América	347 394 870	108 096 800	273 067 546	78.60	152.60	12.00
Latinoamérica/Caribe	597 283 165	18 068 919	235 819 740	39.50	1 205.10	10.40
Oceanía/Australia	35 426 995	7 620 480	23 927 457	67.50	214.00	1.10
Total mundial	6 930 055 154	360 985 492	2 267 233 742	32.70	528.10	100.00

FUENTE: elaboración propia, con base en datos obtenidos del *Internet World Stats* (2012).

LA ELECCIÓN DE BARACK OBAMA EN 2008 COMO EL INICIO DE LA POLÍTICA 2.0

La campaña presidencial de 2008 en Estados Unidos, encabezada por el demócrata Barack Obama, actual presidente de ese país, se caracterizó por ser el momento político más importante en materia de campañas electorales del siglo XXI. Su carga simbólica logró movilizar masivamente a los electores estadounidenses e incidió sobre varios de los paradigmas mercadológicos más importantes, y en la política, en buena parte del mundo. La importancia que cobró en el plano internacional el hecho de que por primera vez, una elección de esta naturaleza basara su éxito en el uso prioritario de las redes sociales o los *social media* fueran un elemento central, no es un dato menor. La campaña *e-Marketing* de Barack Obama se ha convertido en el máximo referente de una estrategia de mercado donde la web es el centro de todo.

Desde entonces la mejor referencia que se tiene en el mundo sobre la mercadotecnia electoral o del *marketing político* es sin duda la campaña exitosa de Obama, quien hizo una serie de apuestas innovadoras en su momento y que marcarían en adelante las tendencias de la estrategia electoral mundial, pues descubrió y comprobó satisfactoriamente que no sólo la campaña de terreno podía hacer que un candidato ganara las elecciones, sino también empleando medios alternativos como las redes sociales e internet.

Asimismo, Obama logró por esa misma vía echar a andar una estrategia de financiamiento de campaña que le permitió renunciar al financiamiento público y obtener 745 millones de dólares, superando por mucho el financiamiento público que recibió el candidato republicano John McCain. La novedad en la campaña fue que desde la página web de Obama, es decir, al emplear los *social media* con tal propósito, se superaron todas las expectativas. Obama, entonces, no sólo fue el primer afrodescendiente en convertirse en presidente de Estados Unidos, gracias a la política 2.0, también fue el primer político que demostró que el mejor contacto con la gente, la mejor manera de crear una movilización social masiva era a través de internet y

de las redes sociales, como Facebook, Twitter, Flickr, YouTube y MySpace, entre otros.

A manera de ejemplo, durante las elecciones primarias donde resultó electo candidato por el Partido Demócrata, Hillary Clinton, su contendiente en ese entonces, tenía alrededor de 20 mil voluntarios trabajando en Houston, Texas, pero un informe decía que 104 mil texanos se habían unido al sitio web de Obama, (www.my.barackobama.com) y que además ya había logrado recaudar dinero en línea para la campaña: 30 días antes había roto el récord de recaudación en la política americana con 55 millones de dólares en un mes. La web le dio al equipo de campaña la capacidad instantánea de efectuar una “guerra” electoral bien planificada y gracias a la diversidad de estrategias, obtener la victoria.

El uso de internet durante la campaña de Barack Obama estaba buscando en principio penetrar y enfocarse en el segmento poblacional de 18 a 29 años, el cual tiene el índice de confianza más alto en nuevos medios de comunicación y en consecuencia, eran proclives de informarse políticamente acerca de la campaña y de la elección a través de la red. Las cifras mostraban que los candidatos a la presidencia de Estados Unidos habían aumentado su presencia y actividad *online*. Los administradores de la campaña de Obama entendieron que la razón por la cual los jóvenes votantes eran proclives a ignorar a los políticos era porque los políticos tendían a deslindarse de los problemas que al sector más les interesaban, y gracias a la intensa campaña por internet realizada por Obama recibió tal reacción positiva de la juventud estadounidense, que se pronunció en las urnas a su favor.

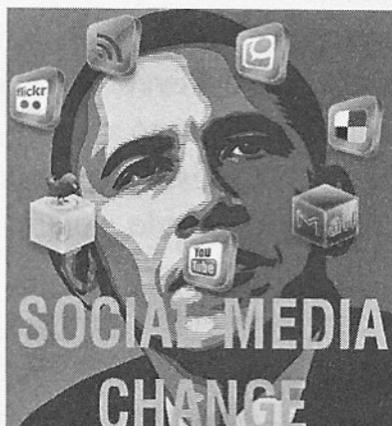
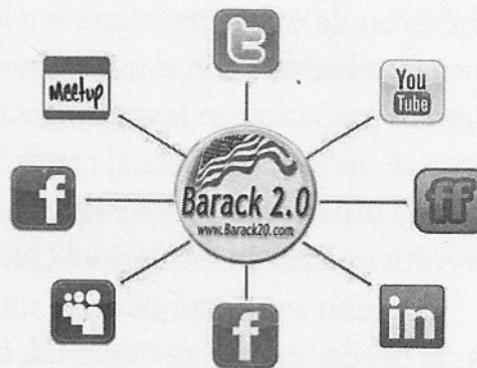
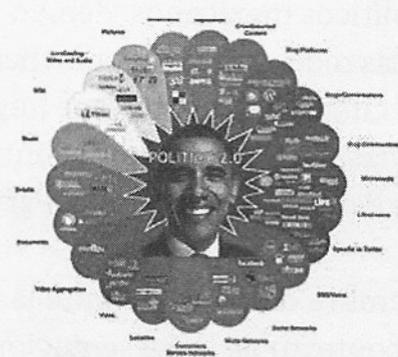
A través de foros y sitios de redes sociales como MySpace y Facebook, Obama construyó una relación estrecha con sus seguidores. Desarrolló un perfil franco, joven, honesto y bien parecido, cara a cara, que capitalizó produciendo un sentimiento de seguridad y confianza en sus seguidores, lo que produjo que se inspiraran en cadena otras personas en las diferentes comunidades a lo largo de todo el país; de esa manera se formó una comunidad nacional de seguidores de Obama.

Internet proveyó de elementos novedosos eficaces y útiles, tales como la herramienta Vecino a Vecino (*Neighbor-to-Neighbor*), que fun-

cionaba en la página web My.BarackObama.com, permitiéndole allegarse un mayor número de gente en poco tiempo y desde sus propias comunidades, para convencer a los ciudadanos de que se unieran a la campaña de financiamiento en Obama *online* (Xenos y Bennett, 2007; Pasek, Romer y Jamieson, 2006).

Todas estas estrategias, junto con las propuestas de políticas realizadas por Obama fueron publicadas en el sitio web de su campaña, y las actualizaciones fueron enviadas a los adherentes de su partido por e-mail y por mensajes de texto SMS, haciendo de él el candidato más tecnificado y experimentado a la fecha en ese campo, lo cual aumentó su popularidad gracias al apoyo decidido de los jóvenes electores.

A continuación mostramos algunas de las imágenes que se crearon en torno de la campaña presidencial de 2008 de Obama, y que también se volvieron íconos del *marketing* político, así como de las estrategias para el uso adecuado de las herramientas tecnológicas provistas gracias a internet, algunas de ellas por medio de las redes sociales.



El conjunto de imágenes muestra el carisma del candidato, la esperanza, la frescura e innovación de su estrategia electoral. Esa poderosa mezcla de elementos que inciden tanto en el imaginario colectivo de la gente como en su zona de confort, le permitió a Obama darle un nuevo rostro a la política y motivar a un sector fundamental, el de los jóvenes, el cual aunque tradicionalmente se ha mantenido apático y alejado de la política, en particular de los momentos electorales, se movilizó gracias, en buena medida, a la adecuada utilización de los llamados recursos de los *social media*.

LA POLÍTICA 2.0: CAMPAÑAS POLÍTICAS, REDES SOCIALES Y ELECCIONES EN MÉXICO Y AMÉRICA LATINA

EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN EL CASO MEXICANO: LA PRECAMPAÑA DE ENRIQUE PEÑA NIETO

Hay varios momentos a lo largo de la intensa campaña electoral que afectaron de diferente manera a los políticos mexicanos, debido a su poca familiaridad con el uso y abuso de las redes sociales. Por lo menos, quedan grabados en la memoria tres o cuatro momentos que impactaron de manera directa al candidato más mediatizado de la contienda, hoy presidente de México, Enrique Peña Nieto (EPN), del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

El hecho siguiente ocurrió en diciembre de 2011, durante la etapa de precampaña presidencial, en el contexto de la presentación de un libro firmado por Enrique Peña Nieto como autor (el cual el entonces candidato admitió que no había escrito él mismo), en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Al final del evento, en el espacio de preguntas y respuestas a la prensa, se interrogó a EPN sobre “los tres libros que más habían marcado su vida” y éste respondió de manera poco lúcida, confundiendo autores y haciendo alusión a la Biblia.

No pasaron muchos minutos antes de que se activaran las críticas airadas y las mofas a través de Twitter bajo el *hashtag* “#LibreriaPeñaNieto”, las cuales fueron imparables para el equipo de campaña

de EPN. En esas condiciones, el control de daños resulta mucho menos eficaz que cuando hay tiempo y pueden contrarrestarse los golpes mediáticos anticipadamente. No obstante, al actuar bajo la lógica que imponen las redes sociales, la rapidez y la distribución de la información es viral y los efectos son inmediatos, debido a que los *medios virtuales* están presentes en todos lados: ciudadanos, empresas, medios informativos convencionales, adversarios políticos, etc., tienen acceso a ellos en tiempo real.

De esa manera, “#LibreríaPeñaNieto” se volvió en cuestión de horas un *trending topic* mundial, es decir, el tema que más menciones tuvo en ese día. Otra de las novedades aportadas por Twitter es que se tienen estadísticas precisas al instante. Todos los usuarios se enteran del número de *tweets* que dan seguimiento al tema, eso lo hace aún más preocupante para quien es objeto de críticas en las redes sociales. A manera de ejemplo, algunos de los *tweets* que circularon ese día mencionaban con sarcasmo lo siguiente: “Leamos algo de Martin Burger King. “#LibreríaPeñaNieto”, expresó @galandeferia; “Me gustan mucho los libros de Gael García Márquez”. —Enrique Peña Nieto. “#LibreríaPeñaNieto”, escribió @ChumelTorres; “#LibreríaPeñaNieto” que dice que leyó “Los Diálogos de Platón”, pero no se acuerda quién lo escribió”, tuiteó @kueylan.⁵

La reacción del entonces precandidato del PRI, EPN, a través de su cuenta de Twitter fue la siguiente: @EPN:

Estoy leyendo *tweets* sobre mi error de ayer, algunos muy críticos, otros incluso divertidos. Agradezco todos. Sigamos trabajando por México.

En entrevista radiofónica EPN expresó que:

[...] lo más importante de este episodio, es ver cómo hoy en nuestra democracia, la sociedad está muy pendiente y en una constante evaluación de quienes tienen responsabilidad pública y de quienes aspiran

⁵ Reproducidos en el diario *El Economista* del 5 de diciembre de 2011, consultado el 25 de septiembre de 2012.

a tenerla [...] esta situación, en años pasados, es difícil de imaginar, pues no existían espacios de pronunciamientos y de libertad de expresión, mediante los cuales la sociedad manifiesta su sentir y su humor, frente a los diversos eventos que se presentan, valor que considero como fundamental en la democracia mexicana (*El Economista*, 2011).

Las declaraciones de EPN, tras la presentación en la FIL de Guadalajara, muestran cómo la velocidad e impacto mediático de las redes sociales es incontenible. Ahora bien, por las características de esta influencia y el acceso que tienen las redes sociales en el sector juvenil en particular, también produjo otras reacciones en el entorno familiar del precandidato. La hija de Enrique Peña, Paulina, retuiteó desde @Pau_95Pena: “Un saludo a toda la bola de pendejos, que forman parte de la prole y sólo critican a quien envidian [...]”, lo cual generó un escándalo mayor sobre el tema y se convirtió en el *trending topic* #soyprole. Esto de nueva cuenta obligó a reaccionar a Enrique Peña de la siguiente manera, desde su cuenta @EPN: “El RT de Paulina fue una reacción emotiva por mi error en la FIL. Definitivamente fue un exceso y me disculpo públicamente por ello”. Esta cadena de sucesos e informaciones cruzadas que comprometieron al precandidato del PRI a la Presidencia de la República sobrepasaron la capacidad de reacción de sus estrategias políticos, y afectaron durante un tiempo considerable el desarrollo de su campaña.

Para ejemplificar la capacidad de penetración de las redes sociales en México, presentamos a continuación algunos gráficos y estadísticas sobre las condiciones de internet en México.

En el estudio más reciente sobre marketing y redes sociales de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) indica que:

- Nueve de cada diez internautas acceden a una red social.
- 15 por ciento de los internautas tiene un año o menos accediendo a alguna red social.
- 90 por ciento de los internautas se encuentra inscrito en Facebook, 87 por ciento accede diariamente y 45 por ciento lo hace desde un smartphone.

TABLA 3
SITUACIÓN DE USUARIOS DE INTERNET
Y FACEBOOK EN MÉXICO, 2011

<i>País</i>	<i>Extensión territorial</i>	<i>Población 2011</i>	<i>Usuarios de internet al 31 de diciembre de 2011</i>	<i>Penetración</i>	<i>Usuarios de Facebook</i>
México	1 967 138 km ²	113 724 226	42 000 000	36.9%	30 990 480

FUENTE: elaboración propia con información de *Internet World Stats* (2012).

TABLA 4
CONDICIONES DE PENETRACIÓN HISTÓRICAS DE INTERNET
EN MÉXICO

<i>Año</i>	<i>Usuarios</i>	<i>Población</i>	<i>Porcentaje de penetración</i>
2000	2 712 400	98 991 200	2.70
2004	14 901 687	102 797 200	14.30
2005	17 100 000	103 872 328	16.30
2006	20 200 000	105 149 952	19.20
2008	27 400 000	109 955 400	24.90
2009	30 600 000	111 211 789	27.50
2010	32 800 000	112 468 855	29.40

FUENTE: elaboración propia con base en ITU, AMIPCI, eMarketer e INEGI.⁶

- 60 por ciento de los internautas se encuentra inscrito en YouTube, 75 por ciento accede diariamente y 26 por ciento lo hace desde un smartphone.

⁶ Las fuentes de la tabla son las siguientes: ITU (International Telecommunication Union) es la Agencia de las Naciones Unidas, especializada en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en <<http://www.itu.int/en/about/Pages/default.aspx>>; Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), en <<http://www.amipci.org.mx/>>; International World Stats; eMarketer, en <[https://www.emarketer.com/Coverage/North America.aspx](https://www.emarketer.com/Coverage/NorthAmerica.aspx)>; Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en <<http://www.inegi.org.mx/movil/esmovil.aspx>>.

MÉXICO
112,468,855
HABITANTES



91,362,300
TELÉFONOS CELULARES.

32,591,528
USUARIOS DE INTERNET

26,770,300
USUARIOS DE FACEBOOK EN MÉXICO

6,600,000
USUARIOS 3G TELCEL / USUARIOS DE INTERNET MÓVIL

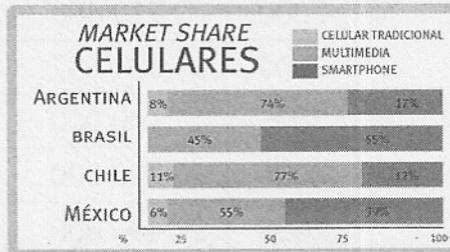
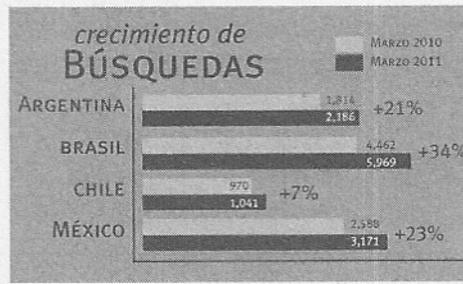
815
MODELOS DE SMARTPHONES EN MÉXICO

14,374,062
USUARIOS REGISTRADOS DE BANCA POR INTERNET

MÉXICO EN INTERNET 2011



- China
- Estados Unidos
- Japón
- India
- Brasil
- Alemania
- Rusia
- Reino Unido
- Francia
- Nigeria
- Sur Korea
- Turquia
- Irán
- Italia



FUENTE: AMIPCI, "MKT digital y redes sociales en México 2012", 30 y 31 de agosto, en <http://www.amipci.org.mx/?P=otros>, consultado el 30 de septiembre de 2012.

- A 53 por ciento de los internautas que accede a alguna red social le gusta la publicidad dentro de las redes sociales.
- 45 por ciento de los internautas ha sido influido en sus decisiones de compra por seguir una marca dentro de las redes sociales (AMIPCI, 2012).⁷

El estudio de los fenómenos producidos por la mercadotecnia o la comunicación realizadas a través de internet tiene una incidencia directa sobre la política, puesto que actualmente una buena parte de las campañas electorales se llevan a cabo bajo la lógica de la imagen, de lo simbólico. Por ello también resulta importante analizar la importancia que —como admiten los usuarios de internet y las redes sociales— tienen los productos que se anuncian en ellas, tal y como lo hacen también los políticos cuando están en campaña.

Las cifras presentadas explican la razón por la cual las redes sociales no pueden pasarse por alto en las dinámicas de los políticos, los partidos, las empresas y los ciudadanos en general. Ello a pesar de que no se tiene una certeza garantizada sobre la precisión y confiabilidad de las cifras de evolución de internet en México, precisamente debido a sus características. Un fenómeno más que se presentó durante los periodos de precampaña y campañas electorales fue que en los principales diarios del país se dio seguimiento a través de sus portales de internet al comportamiento y evolución de los candidatos en las redes sociales; los análisis consistían en determinar cuál era el mejor percibido, el más seguido, el más criticado, el de mayor actividad, así como la interacción con la comunidad cibernauta mediante las redes sociales. Una de las hipótesis que otros trabajos deberían explorar consiste en medir el impacto de las redes sociales sobre sectores específicos de electores, como por ejemplo la influencia que los mecanismos virtuales tuvieron entre los jóvenes mexicanos.

⁷ AMIPCI, *MKT digital y redes sociales en México 2012*, 30 y 31 de agosto, disponible en <<http://www.amipci.org.mx/?P=otros>>, consultado el 30 de septiembre de 2012.

EL CASO DE VENEZUELA.
SOBRE LA INICIATIVA CIUDADANA PARA ALCANZAR
LA TRANSPARENCIA ELECTORAL EN 2010: CROWDSOURCING

Con respecto al caso venezolano, las iniciativas ciudadanas que se pusieron en marcha para velar por la transparencia electoral en los comicios de 2010, constituyeron esfuerzos de ciudadanos latinoamericanos que deseaban fortalecer sus democracias a través del ejercicio constante de su inteligencia social y colectiva, potenciada por la tecnología disponible y el poder de una nueva estrategia de acción plasmada en el concepto de *crowdsourcing*.

De acuerdo con Jeff Howe, el creador del término *crowdsourcing*, internet produjo una lógica que invirtió la forma de comprensión de muchas cosas como el mercado, puesto que no se parte necesariamente de una idea de comercialización de productos sino de compartir información, por ejemplo, y uno de los casos más significativos de este fenómeno es *Wikipedia*: [hablando de información]

[...] la centralización era más fácil que la descentralización, la autocracia es más fácil que la democracia, y lo que provocó internet fue que se revirtiera la noción de autocracia en el sentido que resulta más difícil controlar la información o centralizarla y en consecuencia es más fácil descentralizar [...] (Howe, 2008).⁸

La tecnología ha acercado a los ciudadanos hacia la información y ha obligado a los políticos a ser más transparentes, más cautos; a los gobernantes de igual manera. Resulta positivo revisar los efectos que acarrea la información en masa y la vertiginosidad con que se reproduce, así como la incidencia que este fenómeno tecnológico trae en otros campos como el de la política.

Aquello que se conoce como política 2.0 implica, precisamente, que las nuevas tecnologías de la información tengan una incidencia central, desde la lógica *social media*, sobre las diferentes etapas de la política y del gobierno, como lo hemos venido ilustrando con diversos

⁸ Jeff Howe (2008), *On Crowdsourcing*, en <<http://www.youtube.com/watch?v=XJD5RrEwrG0&feature=relmfu>>, consultado el 30 de septiembre de 2012.

ejemplos. Ahora bien, para el caso venezolano en 2010 se crearon varios programas de redes sociales que funcionaron adecuadamente, tales como “Voto Joven”, cuyo propósito fue promover la participación de los jóvenes en los distintos procesos electorales venezolanos y para ello se dispusieron varias herramientas por internet como un mapa de denuncias (powered by @ushahidi) y una muy activa cuenta de Twitter (@votojoven) con más de 22 mil seguidores, que hicieron eco de los principales acontecimientos ocurridos durante la jornada.⁹

La Patilla fue otro mecanismo de comunicación creado con la finalidad de crear un mapa de denuncias electorales usando Ushahidi,¹⁰ que permitió a los venezolanos alertar de posibles irregularidades. Este medio de comunicación también lanzó su mapa de crisis sobre la jornada electoral, en el cual se recibieron 136 denuncias ciudadanas de posibles delitos electorales.

El tercer mecanismo puesto en marcha en Venezuela, durante sus elecciones parlamentarias de 2010, fue Tu Voto. Este importante ejercicio ciudadano contó con una plataforma de participación ciudadana por la transparencia electoral, que recibió un total de 1 020 reportes. Esta iniciativa ciudadana surge del *crowdsourcing*, se alió con Ojo Electoral, asociación civil que tiene como objetivo propiciar la participación ciudadana en las urnas y colaborar con el Consejo Nacional Electoral Venezolano en pro de la transparencia.¹¹

⁹ La información sobre los programas en redes sociales llevados a cabo a través de internet fue recabada en la página web: <<http://politica2-0.nodrizza.com/>>, consultado el 30 de septiembre de 2012.

¹⁰ Ushahidi es una palabra que significa en swahili “testimonio o testigo”, y se ha constituido en una poderosa herramienta de *crowdsourcing*; es un término que surgió como consecuencia de la violencia postelectoral en Kenya en 2008, donde la plataforma proveyó información vital a partir de las denuncias realizadas por los usuarios de la red. También fue utilizada en la República Democrática del Congo, la cadena televisiva Al-Jazeera la usó para documentar actos de violencia en la Franja de Gaza, en India se empleó para monitorear las elecciones a través de SMS, MMS (imágenes o videos) o internet, y es una Fuente Libre, *open source*. Como señalan sus fundadores: “Queríamos crear una plataforma que permitiera una visualización geoespacial de donde existen grupos o recursos sobre tráfico [humano], así como una cobertura informativa de los casos más recientes, de noticias sobre tráfico y zonas de riesgo. Ushahidi nos permite hacer esto de manera más simple”. La plataforma de Ushahidi funciona a partir de SMS, email, Twitter y la web. Para mayor información consúltese <<http://www.ushahidi.com/>>.

¹¹ Véase el sitio web de la Asociación Ojo Electoral para contar con mayor información sobre sus diferentes ejercicios <<http://www.ojoelectoral.org/index.php>>.

*LOS POLÍTICOS Y LAS REDES SOCIALES
EN EL CONTINENTE AMERICANO*

A lo largo del continente, y en la mayor parte de los países del mundo, las redes sociales han probado la eficacia de su penetración social; una muestra de ello es que la mayoría de los presidentes del continente americano usan Twitter y Facebook, de igual forma las instituciones públicas, las empresas y OSC; no han sido pocos los que han decidido marcar presencia en las redes sociales, en un intento por mostrarse más cercanos a sus pueblos. Sólo por citar algunos ejemplos, los presidentes Hugo Chávez, Cristina Fernández y Ollanta Humala mantienen una asidua comunicación a través de Twitter.

Los políticos mexicanos son particularmente proclives al uso de las redes sociales y en particular de Twitter; todos comentan, critican, alaban, felicitan, fustigan, expresan sus condolencias a través de esta herramienta de *social media*, desde el presidente Calderón, pasando por los secretarios de Estado y los presidenciables 2012, como ya dimos cuenta en el ejemplo de Enrique Peña, quien es presidente electo de México.

En Estados Unidos el presidente Obama, quien sufrió cuando el Servicio Secreto le comunicó que por razones de seguridad tendría que abandonar el uso de su dispositivo *BlackBerry*, que era una de sus herramientas más importantes para mantener la comunicación de manera eficiente con los ciudadanos. Finalmente, parece que logró que le garantizaran la protección de su *smartphone*, ya que es un actor principal en Twitter, y recientemente comentó acerca de la huelga de los árbitros de fútbol americano profesional (*National Football League-NFL*) desde su cuenta @BarackObama: “Los seguidores de la NFL en ambos lados del pasillo esperan que los árbitros levanten pronto su paro”.¹²

Recientemente Mariela Castro, hija del presidente cubano Raúl Castro y directora del Centro Nacional de Educación Sexual, consiguió más de mil seguidores en menos de 24 horas y protagonizó una

¹² “NFL fans on both sides of the aisle hope the refs’ lockout is settled soon -bo”. Véase *The Hill*, en <<http://thehill.com/blogs/twitter-room/other-news/258591-obama-weighs-in-on-nfl-referee-lockout>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

encendida discusión con una bloguera disidente, Yoani Sánchez, residente en La Habana, llevando así a las redes sociales un debate que no se da en las calles.¹³

En particular este fenómeno prácticamente inusitado resulta emblemático, porque es una muestra de cómo la libertad de expresión, incluso en condiciones de regímenes autoritarios, es una realidad gracias a la poderosa influencia de la tecnología; por sí mismo, este fenómeno implica una verdadera revolución social, económica, política, ideológica y de conciencia, cuyo fin último es el libre tránsito de la información.

CONSIDERACIONES FINALES

Es de esta manera como tratamos de plasmar el fenómeno, de manera general, esforzándonos por describir ciertos procesos en torno a la esfera política y de la comunicación a través de medios virtuales.

Entre los casos particulares que se abordaron en forma somera destacan una serie de estrategias comunicativas y de mercadotecnia que permiten una mayor aceptación y penetración de los medios que se producen gracias al poder de internet, y en particular de las redes sociales.

Las campañas electorales, los candidatos y los ciudadanos han encontrado en las redes sociales y en los *social media* nuevas formas de interacción y de participación, pues desde internet se convocan las manifestaciones, se promueven los candidatos, se dan las denostaciones y también las apologías, las críticas abiertas y sin censura se multiplican en este entorno virtual y viral, sin que los equipos de estrategia electoral, en los “cuartos de guerra” de los candidatos, puedan prever o reaccionar a tiempo para atenuar el impacto negativo de las redes sociales sobre las campañas.

¹³ Véase el artículo publicado en *BBC Mundo*, acerca de esta airada disputa en redes sociales en la isla de Cuba, en <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/11/111108_debate_twitter_yoani_mariela_castro_lav.shtml>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

Recientemente, Don Tapscott y Anthony Williams (2007 y 2010) introdujeron dos conceptos clave que explican la relación de internet y las redes sociales en todos los campos de la interacción humana. A través de los principios de *wikinomics* y *macrowikinomics* trazan la ruta de la conectividad total, donde las redes sociales forman parte de un todo que transita por internet, afectando los negocios, la política, el gobierno, la economía, las organizaciones de la sociedad civil, la solidaridad mundial y todos los campos que de una u otra manera se sirven de la comunicación para desarrollarse.

Estos conceptos, como lo hemos venido desarrollando a través de los diferentes ejemplos de cómo las redes sociales afectan o inciden en la política y las elecciones, apuntan a la existencia de nuevas condiciones de gobernanza, donde la sociedad interactúa a través de la web 2.0 con el gobierno y los políticos, bautizándolo todo a su alrededor con la terminación 2.0: ciudadanía, política, comunicación, negocios, solidaridad y economía, entre otros.

Ambos autores sostienen que el principio de *wikinomics* parte de la idea de colaboración en masa, nosotros podemos agregar al análisis el concepto de movilización masiva, tal como lo supone el *crowdsourcing*, tomando como puntos de discusión los siguientes principios fundamentales: apertura (*openness*), la forma como se intercambian recursos por internet (*peering*), o el compartir (*sharing*) y actuar globalmente.

Estas bases son más poderosas que nunca gracias a internet, traspasando precisamente las fronteras de los campos específicos, como los negocios, la política, la comunicación o la solidaridad y volviéndolas del dominio público.

En adelante valdrá la pena estudiar, desde la perspectiva de la ciudadanía digital, los esfuerzos por transparentar información, como en el caso emblemático de *Wikileaks*.

Por otra parte, la plataforma *Ushahidi* promueve interacciones que son el resultado de una época en donde, por ejemplo, el papel que desempeñan los ciudadanos en materias tan complejas, sobre todo en países en proceso de consolidación democrática, como la transparencia electoral, la apertura democrática, la lucha constante por los derechos humanos y por la libertad de expresión, comienzan a ser

determinantes y potenciales constructores de realidades distintas en el futuro. Este tipo de acciones y alternativas sociales podrían conducirnos en el futuro mediato a observar nuevos fenómenos sociopolíticos, como ya nos han dado muestras la Primavera Árabe, la Revolución de Terciopelo o el movimiento #YoSoy132, que muestren el potencial de la *e*-movilización, *e*-acción, activismo cibernético o también del *hacktivismo*.

Es decir que podríamos percibir, cada vez de manera más frecuente, la influencia de las multitudes empoderadas por la tecnología en campos que solían ser del dominio exclusivo de los políticos o de los gobernantes, de los parlamentarios o de los jueces. Éste es el legado más importante de la política 2.0 en su más amplio sentido. Sin embargo, es importante desarrollar en México estudios serios sobre sus potencialidades y alcances reales.

Finalmente, con este trabajo pretendemos contribuir de manera general a nutrir la discusión en la materia. Se trata de abonar en la discusión sobre la incidencia y el tipo de influencia ejercido por las redes sociales en la política, a través de los elementos evocados en este texto, para demostrar que en realidad este fenómeno trata el replanteamiento de las relaciones entre el individuo y el Estado.

BIBLIOGRAFÍA

CASTELLS, Manuel

2012 “El poder en la era de las redes sociales”, en *Nexos*, septiembre, México.

PASEK, Josh; Daniel ROMER y Kathleen HALL JAMIESON

2006 “America’s Youth and Community Engagement: How Use of Mass Media is Related to Civic Activity and Political Awareness in 14-to-22-Year-Olds”, en *Communication Research*, núm. 33, Nueva York, Sage, pp. 115-135.

TAPSCOTT, Don

2007 *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, Londres, Penguin.

_____ y Anthony D. WILLIAMS

2010 *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*, Londres, Penguin.

XENOS, Michael y W. Lance BENNETT

2007 "The Disconnection in Online Politics: The Youth Political Sphere and US Election Sites, 2002-2004", en *Information, Communication, and Society*, núm. 10, Washington, Routledge, pp. 443-464.

Fuentes electrónicas

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)

s.f. <<http://www.amipci.org.mx/>>.

2012 "Mkt digital y redes sociales en México 2012", 30 y 31 de agosto, disponible en <<http://www.amipci.org.mx/?p=otros>>, consultado el 30 de septiembre de 2012.

ASOCIACIÓN OJO ELECTORAL

s.f. <<http://www.ojoelectoral.org/index.php>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

s.f. <<http://thehill.com/blogs/twitter-room/other-news/258591-obama-weighs-in-on-nfl-referee-lockout>>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

s.f. <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/11/111108_debate_twitter_yoani_mariela_castro_lav.shtml>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

EL ECONOMISTA

2011 <<http://eleconomista.com.mx>>, 5 de diciembre de 2011, consultado el 25 de septiembre de 2012.

EMARKETER

2012 <<https://www.emarketer.com/coverage/northamerica.aspx>>, consultado el 23 de septiembre de 2012.

HOWE, Jeff

2008 *On Crowdsourcing*, en <<http://www.youtube.com/watch?v=xjd5rrewrg0&feature=relmfu>>, consultado el 30 de septiembre de 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
Y GEOGRAFÍA (INEGI)

2012 <<http://www.inegi.org.mx/movil/esmovil.aspx>>, consulta-
do el 27 de septiembre de 2012.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION (ITU)

s.f. <<http://www.itu.int/en/about/pages/default.aspx>>, consul-
tado el 24 de septiembre de 2012.

INTERNET WORLD STATS

2012 <www.internetworldstats.com/>, consultado el 25 de sep-
tiembre de 2012.

OBAMA, Barack

s.f. <www.my.barackobama.com>.

REDES SOCIALES EN CHINA

s.f. Technode, en <[http://technode.com/2011/05/06/renren-
ipo-some-thoughts/](http://technode.com/2011/05/06/renren-ipo-some-thoughts/)>, consultado el 27 de septiembre de
2012.

s.f. The Telegraph, en <[http://www.telegraph.co.uk/technolo-
gy/internet/8231444/china-makes-skype-illegal.html](http://www.telegraph.co.uk/technology/internet/8231444/china-makes-skype-illegal.html)>,
consultado el 27 de septiembre de 2012.

s.f. International Political Science Association, en <[http://www.
ipsa.org/fr/my-ipsa/events/madrid2012/panel/social-media-
revolution](http://www.ipsa.org/fr/my-ipsa/events/madrid2012/panel/social-media-revolution)>, consultado el 27 de septiembre de 2012.

s.f. Ushahidi, en <<http://www.ushahidi.com/>>, consultado el 30
de septiembre de 2012.

s.f. Nodrizza, en <<http://politica2-0.nodrizza.com/>>, consulta-
do el 30 de septiembre de 2012.

SOCIAL MEDIA REVOLUTION

2012 <<http://www.youtube.com/watch?v=ztlgfil5kcg>>, consulta-
do el 27 de septiembre de 2012.

Movimientos virtuales: Twitter y la acción colectiva en México

Alejandro Natal*
Mauricio I. Ibarra*

INTRODUCCIÓN

Aunque en México el uso de Twitter es relativamente incipiente, diferentes experiencias muestran que este medio de comunicación se comienza a utilizar como herramienta para hacer oír no sólo las demandas de la sociedad por una mayor democracia participativa, sino también algunas de sus propuestas de transformación de ciertas políticas públicas. En este artículo intentamos mostrar los aspectos más sobresalientes de algunas experiencias en las que Twitter ha funcionado como una herramienta para la acción colectiva en México. Consideramos que estos casos muestran que Twitter puede actuar como caja de resonancia en la opinión pública y potencializar el ejercicio de la ciudadanía digital.

En los últimos años han surgido en México una serie de propuestas en Twitter, con varios objetivos que van desde la demanda por hacer pública cierta información hasta la convocatoria al debate y la movilización de carácter nacional. Varias de estas propuestas no han logrado convencer a una masa crítica suficiente, o en otras palabras ser *retuiteadas* lo suficiente como para hacer algo de “ruido”. Sin embargo, en poco tiempo ha habido algunas que merecen atención especial porque reflejan el potencial de este medio en el espacio público. Algunos de estos casos son analizados en este artículo.

* Profesores-investigadores del Departamento de Procesos Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma.

Los casos aquí analizados muestran que Twitter es un medio horizontal que permite a personas comunes y corrientes identificar posiciones y demandas similares a las suyas. A partir de ellos discutimos también cómo Twitter abre un nuevo espacio para la construcción de opinión pública y permite a los individuos apropiarse de dicho espacio, así como de la información que ahí se provee. Estos casos muestran cómo Twitter posibilita una mayor conectividad y articulación entre los ciudadanos que se encuentran en el espacio público virtual y les facilita construir acción colectiva en él y desde él, en el mundo real. Presentamos evidencia que muestra cómo esto está obligando a abrirse a la participación ciudadana a quienes toman decisiones sobre asuntos públicos.

Lo que vemos en Twitter de México hoy en día es que, además de sus funciones de comunicación y entretenimiento, se ha convertido para muchos usuarios en un espacio en el que pueden dar voz al descontento individual, reconocerse en el eco social y encontrar a otros ciudadanos con intereses o posiciones similares sobre asuntos públicos. Este subgrupo de usuarios utiliza Twitter para buscar información que no encuentra en la discusión pública o en los medios de comunicación tradicionales, y para proponer información alternativa, en otras palabras, como una herramienta para ejercer su derecho a la información. Otros usuarios utilizan Twitter para reaccionar a políticas públicas o para construir espacios virtuales y reales para impulsar debates sobre asuntos públicos y ejercitar su derecho a la rendición de cuentas. En México, Twitter ha sido usado también por activistas, periodistas y políticos para impulsar una agenda o para crear condiciones que articulen a los ciudadanos, es decir, como herramienta de movilización social. En suma, aunque el uso de Twitter en el espacio público no es aún suficiente como para “echar las campanas al vuelo”, lo que sí se evidencia de los casos que presentamos a continuación es que esta tecnología está sirviendo como una herramienta para ejercer el derecho a la información, a la rendición de cuentas y como un facilitador de la movilización social. Además, Twitter está abriendo nuevos canales de diálogo directo y horizontal entre la sociedad civil y la función pública, con lo que está transformando nuestra

relación con las autoridades y construyendo una *nueva plaza pública* (Merino y Vega, 2011).

Para mostrar cómo emplean Twitter algunos usuarios en México, hemos dividido este artículo en cinco secciones. En las primeras cuatro presentamos una serie de casos, el movimiento del voto nulo, el de Internet Necesario, el de la guardería ABC y el de los tuiteros acusados de terrorismo. Estos casos muestran la forma en que se está usando Twitter como medio para distribuir información, impulsar propuestas y coordinar la movilización social. En el quinto apartado analizamos lo que estos casos han tenido en común. Terminamos con algunos comentarios finales que intentan reflexionar sobre el papel de Twitter en la acción colectiva en México.

MOVIMIENTO POR EL VOTO NULO

Entre mayo y junio de 2009, varios ciudadanos todavía no conectados comenzaron a discutir sobre las elecciones intermedias del 5 de julio de ese año. Para ello, abrieron las cuentas Vota Independiente [@videnpendiente] el 2 de mayo, y el 8 de junio Esperanza Marchita [@emarchita]. En estas cuentas los ciudadanos comenzaron a debatir sobre sus posiciones políticas sin representar a alguna tendencia en particular, utilizando Twitter como un instrumento para la discusión. Lo que logró este primer ejercicio fue que aquellos ciudadanos que en 2009 estaban a favor de la anulación del voto fue construir, a través de Twitter, relaciones personales entre ciudadanos que, si bien estaban atomizados y dispersos, comulgaban con ideas similares. Este debate los llevó a proponer un *hashtag* apoyando el voto nulo (#votonulo), lo que muy probablemente constituyó la primera expresión de protesta organizada desde las redes sociales en México. En general esta propuesta exhortaba a la opinión pública a tomar conciencia de que el acceso al poder debe ser más democrático y que los partidos necesitan pensar sobre formas más representativas para contar con candidatos cercanos a la ciudadanía y evitar así la simple recirculación de la clase política.

El propio día de las elecciones comenzaron a circular *twitts* con imágenes de boletas anuladas, que iban desde aquellas en las que se proponían candidatos independientes hasta las que se anulaban a través de frases altisonantes contra los candidatos o la clase política, así como de calcomanías cuestionando el sistema político. Algunos días más tarde sabríamos que hubo al menos un millón de boletas anuladas (Castellón, 2011), cifra que para muchos podría llegar incluso a cerca de dos millones.¹ Difícilmente puede atribuirse la totalidad de ellas al movimiento de Twitter, pero lo que sí fue observable es que en lugares con mayor acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y por tanto, presumiblemente, con mayores niveles de información y politización, el voto nulo alcanzaba un notable 10.9 por ciento (Mojarro, 2009). El aumento de votos anulados frente a la media de elecciones intermedias anteriores nos hace suponer que el movimiento es una variable explicatoria, como en su momento fue reconocido por varios de los partidos participantes.

Tras las elecciones, de manera notable, el movimiento no se difuminó, sino que continuó promoviendo el debate. Así, diversas coaliciones de ciudadanos en diferentes estados de la República² comenzaron a promover el reconocimiento a la anulación del voto y, a dos meses de la elección, el 1 de septiembre de 2009,³ presentaron su plataforma de principios fuera de la sede del Congreso de la Unión. Así nació una nueva organización ciudadana, la Asamblea Nacional Ciudadana (Anca).⁴

En febrero de 2010, el Anca realizó en las ciudades de Guadalajara, Monterrey y México el Foro ciudadano, que trabajó a partir de los principios iniciales de la organización Septiembre de 2009.⁵ Este foro fue transmitido en línea y se podía participar vía Twitter. Posteriormente, en la IV reunión del Anca, estos principios tomaron forma de

¹ Éste es el caso de Sergio Aguayo Quezada, *Reforma*, 2 de septiembre de 2009.

² Según Carlos Páez Agraz, *El Universal*, 1 de septiembre de 2009.

³ Sergio Aguayo Quezada, *Reforma*, 2 de septiembre de 2009.

⁴ Véase Asamblea Nacional Ciudadana, en <<http://asamblea-ciudadana.blogspot.mx/>>, consultado el 10 de marzo de 2010.

⁵ Tomado del sitio Sergio Aguayo, en <www.sergioaguayo.org>, consultado el 19 de septiembre de 2009.

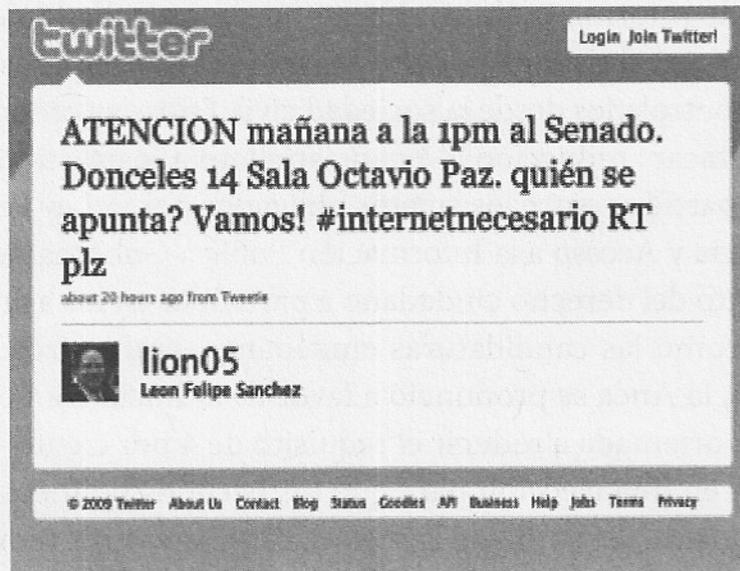
propuesta de reforma política, misma que enfatizaba la necesidad de incorporar en el sistema político, candados y contrapesos que pudieran ser controlados desde la sociedad civil. Entre las propuestas de la Anca destacan: reducción al financiamiento a los partidos, inclusión de los partidos entre los sujetos obligados por la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, reconocimiento del derecho ciudadano a participar en los asuntos públicos, así como las candidaturas ciudadanas, entre otros. En este mismo foro, la Anca se pronunció a favor de la Iniciativa Legislativa Ciudadana, orientada a reducir el requisito de 4 por ciento de la votación total en una elección para que los partidos políticos conservaran su registro, así como de la reelección, entre otros temas.⁶

Frente a la indiferencia legislativa y la exclusión del debate, con el objeto de presionar a los legisladores para que abrieran una discusión, algunas semanas después la Anca propuso desde Twitter y otros medios realizar un “aventón ciudadano”, o un recorrido simbólico por diferentes estados de la República, que tendría como objetivo comunicar la propuesta de reforma a otros ciudadanos. El “aventón” salió de tres puntos (Tijuana, Comitán y Cancún), con el propósito de recorrer el país pidiendo aventones hasta encontrarse en la ciudad de México. La colaboración se hizo muy clara desde el inicio del viaje (véase Azuela y Lajous, 2011).

MOVIMIENTO INTERNET NECESARIO

En octubre de 2009 comenzó a gestarse un movimiento en torno a un asunto del que hasta entonces había escasísimos datos. La información sostenía que, como parte del paquete fiscal, en el Poder Ejecutivo había planes para imponer un tributo fiscal de 3 por ciento a las telecomunicaciones. Este impuesto incluiría, desde luego, al servicio de internet. La Internet Society en México, en voz de su presidente, Alejandro Pisanty, publicó en su blog un cuestionamiento a esta carga impositiva (véase <<http://Pisanty.blogspot.com>>). Tomando co-

⁶ Fuente: Asamblea Nacional Ciudadana, en <<http://asamblea-ciudadana.blogspot.mx/2010/02/como-se-define-la-asamblea-nacional.html>>, consultado el 10 de marzo de 2010.



mo referente una protesta digital realizada anteriormente en Venezuela, que se conoció como “internet prioritaria”,⁷ le llamó a su propuesta “internet necesario”.⁸

Pronto hubo un buen número de ciudadanos que simpatizaron con esta propuesta, quienes comenzaron a “hacerla andar”. Entre ellos, la organización Creative Commons en México, a través de León Sánchez, tuiteó: “Me sumo a esta campaña con @apisanty. NO al impuesto de telecomunicaciones!”. Así, con la iniciativa de varios usuarios de redes sociales, surgió el movimiento de #internetnecesario en México, quienes elaboraron una propuesta alternativa contra los impuestos a internet que estaban comenzando a discutirse en el Congreso de la Unión (Riva Palacio, 2009). Ante la creciente masa crítica de usuarios inconformes, el Senado y representantes de la Cámara de Diputa-

⁷ Quizá uno de los primeros espacios en los que apareció este tema fue un blog titulado “En Venezuela el uso de internet es considerada un lujo”, publicado el domingo 17 de mayo de 2009, véase KodeGeek, en <<http://kodegeek.com/blog/2009/05/17/en-venezuela-el-uso-de-internet-es-considerada-un-lujo/>>. Esta página incluye también una diferenciación de ambos movimientos.

⁸ Para un análisis de las diferencias entre los dos movimientos véase “Políticas y demandas civiles en la sociedad interconectada. Una revisión del movimiento en defensa de internet en México y Venezuela”, en <<http://es.scribd.com/doc/26425286/Políticas-y-demandas-civiles-en-la-sociedad-interconectada-Una-revisión-de-movimientos-en-defensa-de-Internet-en-México-y-Venezuela>>, consultado en noviembre de 2009.

dos tuvieron que prestar atención al movimiento virtual y convocaron a un grupo de usuarios a una reunión.⁹ El 22 de octubre, este encuentro fue transmitido por este grupo de ciudadanos a través de internet. Vale la pena subrayar que la celebración de esta reunión logró captar también la atención de los medios tradicionales.

Este evento fue particularmente relevante porque, a diferencia de lo ocurrido con el voto nulo y el “aventón ciudadano”, donde existía una posición política, en el caso de Internet Necesario los ciudadanos se manifestaban como *usuarios* de la red, sin que mediara afiliación política o algún otro interés de grupo o sector. Estos ciudadanos se estaban asumiendo como comunidad (véase Natal y López, en este mismo volumen).

Al día siguiente del encuentro entre legisladores y usuarios, se convocó vía Twitter a fotógrafos y adherentes de #internetnecesario a una “conferencia interactiva” a la que virtualmente acudieron más de 100 usuarios. En esta conferencia, a iniciativa de Ricardo Zamora y estudiantes de la Universidad Iberoamericana, se convocó a una reunión real en el Parque Hundido de la ciudad de México (Zamora, 2011).

Éste fue uno de los primeros eventos que relacionaban los movimientos virtuales, con acciones colectivas tangibles en el mundo real. El diario español *El País* daría cuenta de esta reunión llamándole “La primera manifestación Twitter”.¹⁰

[...] primera manifestación Twitter, que surgió bajo el nombre “internetnecesario” inauguró una nueva forma de acción y de protesta política y ciudadana. Innova en una forma diferente de manifestarse y de interactuar con los políticos y con el poder... (SABINO BASTIDAS COLINAS 27 OCT 2009 <http://elpais.com/elpais/2009/10/27/opinion/1256636339_850215.html>, consultado el 17 de noviembre de 2009).

⁹ Fuente: Vivir México, en <<http://vivirmexico.com/2009/10/reunion-de-twitteros-con-el-senado-de-la-republica-internetnecesario>>, consultado en noviembre de 2009.

¹⁰ Fuente: *El País*, en <http://elpais.com/elpais/2009/10/27/opinion/1256636339_850215.html>.

Esta reunión real hizo evidente que la comunidad que se había creado tenía una enorme diversidad social.¹¹ En ella se creó también el primer “tweet humano” (@pmarquezd) en el que cada uno de los miembros de la comunidad era un carácter y que en su conjunto decía: “@Congreso: Para que lo sepan: esto también es #internet! Tienen que impulsarlo-no gravarlo #internetnecesario para tod@s las mexican@s”.¹²

Fue particularmente relevante que esta reunión fuera cubierta por varios medios —radio, televisión e impresos— nacionales como IMER, W Radio, Once TV, Cadena 3, TV Azteca, Milenio TV, Proyecto 40, Antena 3; *Milenio Diario*, *El Universal* y la revista *Proceso*, entre otros; además de varios extranjeros, como CNN y BBC World (Zamora, 2011).

Días más tarde, el 31 de octubre de 2009, con más de 100 votos a favor y ninguno en contra, el Senado de la República votó en contra de gravar los servicios de internet con un impuesto especial de tres por ciento.¹³

MOVIMIENTO GUARDERÍA ABC

El 5 de junio de 2009, en un incendio en la guardería ABC de Hermosillo murieron 49 niños. Entre las causas de la tragedia estuvieron la corrupción, el nepotismo, la falta de regulación adecuada, la ineficiencia y la displicencia de las autoridades locales y federales. Al poco tiempo del terrible evento, éste estaba en el círculo rojo de Twitter. Pronto los padres de familia comenzaron a tuitear ellos mismos, primero contestando condolencias o enviando mensajes en una suerte de catarsis colectiva, pero luego estaban usando las redes sociales para organizarse. Varias acciones son notables en este movimiento. Primero la manifestación visual, que realizaron en el espacio público vir-

¹¹ Fuente: <<http://conecti.ca/2009/10/25/sesion-fotografica-en-parque-hundido-de-internetnecesario/>>, consultado en noviembre de 2009.

¹² Véanse fotos en la página de Patricio Márquez (@pmarquezd).

¹³ Fuente: MexaBlog, en <<http://mexablog.com.mx/2009/10/31/no-habra-impuesto-de-3-a-internet/>>, consultado el 17 de noviembre de 2009.

tual, que iguala a la de pósters en la vía pública; segundo, el decreto para declarar día de luto nacional el 5 de junio, y tercero, los juicios públicos virtuales. De manera sucinta señalamos en qué consistió cada una de estas acciones.

Karina Cortés (@karina750901), en el avatar de su Twitter, colocó una vela virtual y muy pronto otros tuiteros la siguieron llenando sus *timelines* con velas encendidas. Ésta fue probablemente la primera manifestación visual a través de las redes sociales. Lo que sucedía en el mundo virtual acompañaba a la Vigilia de las Luces en el mundo real.

Vía *ustream* y con el interés de ciudadanos en todo el país, el movimiento @cincodejunio ha realizado en vivo dos juicios ciudadanos, el primero contra los dueños de la guardería ABC y el segundo contra los funcionarios locales. Aunque no presenciales, los juicios siguieron cierta lógica procedimental, invitando formalmente a los procesados, dándoles representación. Aunque ninguno de estos juicios era oficial (mucho menos vinculatorio), la importancia de la experiencia es que en ellos participaron miles de ciudadanos, algunos de ellos actuando como jurado (Gershenson y Robles, 2011).

Aprendiendo de experiencias de cabildeo de otras organizaciones civiles como Sonora Ciudadana,¹⁴ el movimiento @5dejunio logró la adopción de una Ley General de Estancias Infantiles¹⁵ en las Cámaras Legislativas federal y local.¹⁶ De la misma manera, la presión del movimiento logró que la Secretaría de Desarrollo Social federal diseñara e implementara una política pública concreta para la atención a niños en guarderías en México.¹⁷

Los padres de familia de la guardería ABC iniciaron, desde Twitter, un ejercicio de cabildeo virtual para que el día 5 de junio fuera

¹⁴ Véase Sonora Ciudadana, A.C., en <<http://www.sonoraciudadana.org.mx/>>.

¹⁵ Véase Cámara de Diputados, en <http://www3.diputados.gob.mx/camara/005_comunicacion/a_boletines/2011_2011/009_septiembre/11_11/3869_crear_diputados_ley_general_de_estancias_infantiles_y_guarderias_favor_de_utilizar_de_domingo_para_lunes>, consultado el 2 de agosto de 2012.

¹⁶ Véase Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de Junio, A.C., en <<http://www.movimiento5dejunio.org/abc/2011/04/29/dictamen-final-sobre-ley-general-de-estancias-infantiles/>>.

¹⁷ Véase Sedesol, en <http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Marco_Juridico_del_Programa_de_Estancias_Infantiles>, consultado el 2 de agosto de 2012.

decretado como día de luto nacional. El cabildeo virtual incluyó entrevistas a celebridades, fotos, agenda de acciones públicas y —muy relevantemente— la creación de una comunidad virtual de simpatizantes en todo el país.¹⁸ Al cabildeo virtual le siguieron movilizaciones sociales en distintas ciudades del país, marchas y toma de casetas de peaje.¹⁹ Más aún, este movimiento pasó de unos tuits a la constitución de una organización formal, el Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de junio,²⁰ que trabajó intensamente hasta lograr, en 2012, que por decreto presidencial el 5 de junio fuera declarado día de luto nacional y la bandera fuera izada a media asta.²¹

TUITEROS ACUSADOS DE TERRORISMO

En agosto de 2011 la ciudad de Veracruz y el poblado vecino de Boca del Río fueron el escenario de enfrentamientos entre fuerzas gubernamentales y narcotraficantes. Uno de ellos ocurrió en la avenida principal y en otro los delincuentes que eran perseguidos por las autoridades arrojaron una granada frente al Acuario del puerto, matando a un turista e hiriendo a su esposa y dos hijos pequeños.²²

El 25 de agosto la tensión aumentó entre los habitantes del puerto pues vieron que elementos de la Secretaría de Marina patrullaban las calles, interpretando el hecho como el preludeo de un nuevo enfrentamiento entre grupos armados. Ese mediodía, un usuario de Twitter, Gilberto Martínez Vera, profesor de matemáticas en varias escuelas privadas, desató un caos al enviar vía Twitter varios mensajes que afirmaban que hombres armados estaban secuestrando niños en las escuelas. Junto con otra usuaria, que también difundió los

¹⁸ Véase Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de Junio, A.C., en <<http://www.movimiento5dejunio.org/abc/>>, consultado el 6 de junio de 2012.

¹⁹ Véase *Milenio.com*, en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/acca-90aa522d41aeb1f18817c0845f08>>, consultado el 2 de agosto de 2012.

²⁰ Véase Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de Junio, A.C., en <<http://www.movimiento5dejunio.org/abc/>>, consultado el 6 de junio de 2012.

²¹ Véase *Excelsior*, en <http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&seccion=global&cat=28&id_nota=839159>.

²² Véase *lapolitica.mx*, en <<http://www.lapolitica.mx/?p=50225>>.

mensajes por medio de su cuenta, la comentarista de radio María Bravo Pagola, contribuyeron a crear pánico entre la población. Al crecer el rumor, fue necesario evacuar a los alumnos de alrededor de dos mil planteles educativos públicos y privados ubicados en la zona conurbada Veracruz-Boca del Río-Alvarado-Medellín.²³

Aun cuando el gobernador Javier Duarte, utilizando su cuenta de Twitter, informó de la falsedad de los rumores, no fue posible detener la psicosis. En su afán de cerciorarse de que sus hijos estuvieran sanos y salvos, los padres de familia no sólo provocaron 26 accidentes de tránsito, sino que también dejaron abandonados varios autos que bloqueaban las calles.²⁴ Por la tarde, las autoridades informaron haber detenido a Gilberto Martínez Vera y a María Bravo Pagola, quienes fueron consignados ante un juzgado penal de Jalapa acusados del delito de terrorismo.²⁵

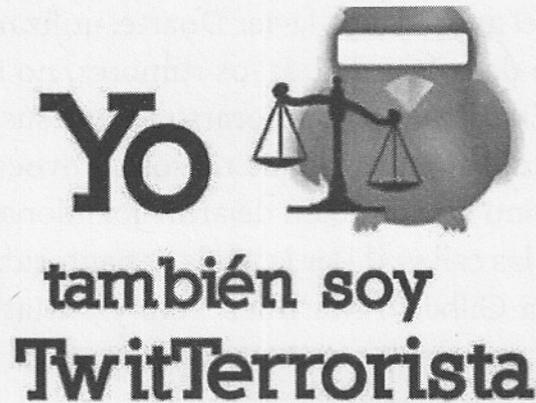
Ante la desmesurada reacción gubernamental, en los siguientes días fue creándose una corriente de opinión crítica de las acciones, tanto en Twitter como en los medios de comunicación tradicionales. En menos de una semana los usuarios de las redes sociales crearon el movimiento “Yo soy TwitTerrorista”, cuyos integrantes acusaron al gobernador de Veracruz de censurar la información en torno a la inseguridad y violencia prevaleciente en la entidad. Igualmente, por medio del *hashtag* #TwitTerrorista los usuarios hicieron un llamado exigiendo la libertad de los tuiteros detenidos. Para conseguir este objetivo, el movimiento realizó manifestaciones tanto en el Congreso local como

²³ Véase *Milenio.com*, en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9015519>>.

²⁴ Véase *Animal Político*, en <<http://www.animalpolitico.com/2011/09/comparan-mensajes-de-tuiteros-detenidos-en-veracruz-con-%E2%80%99Cla-guerra-de-los-mundos%E2%80%9D/>>.

²⁵ El Código Penal de Veracruz vigente en ese momento definía el tipo penal del terrorismo de la siguiente manera: “A quien utilizando explosivos, sustancias tóxicas, armas de fuego o por incendio, inundación o por cualquier otro medio realice actos en contra de las personas, las cosas o servicios al público, que produzcan alarma, temor, terror en la población o en un grupo o sector de ella, para perturbar la paz pública o tratar de menoscabar la autoridad del Estado o presionar a ésta para que tome una determinación, se le impondrán de tres a 30 años de prisión, multa hasta de 750 días de salario y suspensión de derechos políticos hasta por cinco años”. Véase Alt1040, en <<http://alt1040.com/2011/08/gobierno-de-veracruz-detiene-a-dos-usuarios-de-twitter-bajo-argumentos-de-terrorismo>>.

en la representación del gobierno veracruzano en el Distrito Federal. Los tuiteros consideraban imposible legislar sobre el contenido de la información transmitida en las redes sociales, por lo cual les resultaba absurda la detención de Martínez Vera y Bravo Pagola.²⁶



A medida que pasaban las semanas, la defensa de los tuiteros encarcelados fue ganando adeptos. Organizaciones de la sociedad civil interesadas en la libertad de expresión fueron sumándose a su causa. Amnistía Internacional expresó su preocupación sobre los cargos presentados contra ellos. Consideraba que la inseguridad creaba un clima de desconfianza y los rumores que circulaban en las redes sociales se explicaban como intentos de las personas por buscar una seguridad que el gobierno no les daba.²⁷ Reporteros Sin Fronteras calificaron como “delirante” la inculpación y exigieron su libertad inmediata.²⁸

Ante la presión social que insistía en señalar que, por condenable que fuera la conducta de los tuiteros que propagaron rumores falsos, la acusación de terrorismo era completamente desproporcionada, la estrategia del gobierno veracruzano se desplegó en dos frentes. Por una parte, el 20 de septiembre, el Congreso veracruzano aprobó una

²⁶ Véase *El Economista*, en <<http://eleconomista.com.mx/sociedad/2011/08/30/twitteros-presos-veracruz-terrorismo>>.

²⁷ Véase Amnistía, en <<http://amnistia.org.mx/nuevo/2011/09/22/la-liberacion-de-los-%e2%80%9ctuiteros%e2%80%9d-es-positiva-pero-el-nuevo-tipo-penal-es-preocupante-y-regresivo/>>.

²⁸ Véase Etcétera para entender a los medios, en <<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=8966>>.

adición al Código Penal por medio de la cual se estableció como delito la perturbación del orden público, sancionando con prisión de uno a cuatro años a quien incurriera en el mismo.²⁹ Por otra parte, al día siguiente, el gobernador se desistió de la acción penal entablada contra los tuiteros acusados de terrorismo, quienes ese mismo día recobraron su libertad.³⁰

Vale la pena señalar que este asunto no ha terminado, pues el 17 de octubre de 2011 la Comisión Nacional de los Derechos Humanos interpuso una acción de inconstitucionalidad en contra de la reforma al código penal veracruzano, al estimarla violatoria de diversas garantías y libertades previstas en preceptos de la Constitución y de instrumentos internacionales ratificados por México. Será hasta que la Suprema Corte se pronuncie sobre este asunto cuando podamos considerarlo concluido.

TWITTER COMO HERRAMIENTA DE ACCIÓN COLECTIVA

Los eventos descritos en la sección anterior muestran que Twitter ha introducido cambios importantes en la acción colectiva en México. Estos cambios son de varios tipos, veamos algunos de ellos.

Primero, Twitter ha articulado a individuos con intereses similares pero que estaban atomizados (véase Natal y López en este mismo volumen).

Segundo, ha permitido que ciudadanos dispersos accedan a información relevante de una forma simple. Éste es un tema medular, ya que la agregación de información en torno a un tema es un asunto

²⁹ El artículo 373 del Código Penal de Veracruz establece lo siguiente: "A quien, por cualquier medio, afirme falsamente la existencia de aparatos explosivos u otros; de ataques con armas de fuego; o de sustancias químicas, biológicas o tóxicas que puedan causar daño a la salud, ocasionando la perturbación del orden público, se le impondrá prisión de uno a cuatro años y multa de quinientos a mil días de salario, atendiendo a la alarma o perturbación del orden efectivamente producida".

³⁰ Véase *Animal Político*, en <<http://www.animalpolitico.com/2011/09/procuraduria-de-veracruz-ya-no-ejercera-accion-penal-contra-twitterterroristas/>>.

con costos de transacción elevados, como lo hemos discutido antes (véase Natal, 2004).

Tercero, Twitter ha creado puentes de comunicación entre individuos comunes y corrientes y funcionarios que, sin conocerse, entran en contacto y debaten aspectos de una política pública. Esto reduce la verticalidad en la sociedad y permite que un ciudadano pueda dialogar con los legisladores en torno a un tema de su interés, como sucedió en el caso de #internet necesario, asunto nada despreciable pues en México este acercamiento ha implicado una gran complejidad.

Cuarto, es cierto que muchos de estos eventos han sido parte de un asunto coyuntural y que, muy probablemente, no habrían detonado de la manera en que lo hicieron si no fuera por las necesidades de participación que tienen los ciudadanos y por el que los usuarios de Twitter sean individuos con una politización y niveles de información superiores a la media. En tres de los casos concretos que presentamos, el hecho de que 2009 fuera un año de elecciones intermedias también contribuyó decididamente a que estos movimientos virtuales construyeran masa crítica.

Quinto, es particularmente relevante en la mayoría de los casos presentados subrayar que los medios tradicionales fueron impactados por Twitter. Esto parecería indicar que cuando hay una masa crítica de usuarios debatiendo algún tema en las redes sociales (en otras palabras, cuando se crea una *tendencia*), este mensaje tiene posibilidades de entrar a los medios masivos tradicionales, como la televisión y los diarios. En los casos analizados, la penetración en los medios tradicionales aumentó decididamente los costos para los actores políticos y, por tanto, volvió inevitable que éstos tuvieran que atender a los usuarios. Más aún, la penetración en los medios masivos incrementa la voz de los usuarios de Twitter y reduce los costos de transacción de la acción colectiva (véase Natal, 2011). De tal suerte que las causas sociales que logran volverse una tendencia, adquieren “una mejor acústica” en el espacio público. Otro punto por resaltar es que Twitter se vuelve atractivo a los medios porque reduce los costos de búsqueda de información a periodistas y a otros actores en los medios. Éstos se han vuelto activos usuarios de este medio de comunicación

en el que participan como productores de mensajes, pero también como fuente.

Además de lo anterior, los casos analizados muestran una de las ventajas de Twitter que consiste en que no reproduce la información de los medios convencionales, sino que trasciende sus agendas. Los medios convencionales funcionan en modelos de comunicación biyectiva en los que se requiere un productor y un receptor, que construyen y reciben el mensaje respectivamente —en general— con limitados espacios para la interacción. Por el contrario, en Twitter los mensajes tienen una multiplicidad de fuentes (*crowdsourcing*), lo que significa que todos los usuarios pueden ser al mismo tiempo productores y usuarios de la información que se presenta virtualmente en un espacio público en el que pueden debatir con horizontalidad.

Sexto, Twitter se ha vuelto una importante herramienta de activistas comprometidos con la agenda social y las causas ciudadanas. Ofrece la oportunidad de difundir información desde donde estén a un número limitado de individuos *difusores*, quienes deciden si se suman a cualquier convocatoria de acción virtual y que pueden contribuir significativamente a hacer que la información llegue a otros. Al repetirse esto con la tercera generación de *retuits*, se comienza a dar un verdadero fenómeno de cascada. Esto permite que Twitter pueda convertirse en formas de acción colectiva presencial.

CONCLUSIONES

En este artículo describimos algunos de los movimientos con mayor impacto de Twitter en México. De manera breve analizamos algunos momentos cruciales de varias tendencias, como el movimiento del voto nulo, el de internet necesario, el de la guardería ABC y el de los tuiteros acusados de terrorismo. Lo que encontramos fue que estos movimientos han sido pioneros en la acción colectiva vía Twitter y que muestran 1) que se puede construir comunidad en torno de una tendencia; 2) que Twitter puede servir como medio de comunicación de información relevante para esa comunidad; 3) que, como medio, Twitter reduce las asimetrías no sólo de información, sino también

de participación, ya que facilita el involucramiento de los individuos y hace que la relación con la autoridad sea más horizontal; 4) también discutimos cómo, sin embargo, Twitter es dependiente de la coyuntura políticossocial, y 5) la forma en que se ha vuelto referencia obligada para los medios masivos que lo ubican, no sólo como medio, sino como fuente. Este último punto no es menor, pues le da voz a tendencias que representan más de cerca los intereses ciudadanos, no únicamente las agendas de diversos actores políticos y económicos.

Dicho esto, estamos conscientes de que la brecha digital es un problema mayor en México, no sólo por conectividad ineficiente y limitada a algunas zonas o por el desigual acceso a herramientas tecnológicas que imposibilita a los más pobres utilizar la tecnología, sino sobre todo porque Twitter sigue siendo un fenómeno propio de la clase media urbana con un nivel educativo superior a la media nacional (véase Lara y Natal, en este volumen). Así, en el México de Twitter los usuarios que hicieron posibles los movimientos virtuales descritos en las secciones anteriores eran una minoría que, aunque más informada y politizada, estaba hambrienta de herramientas de participación que redujeran los costos de su involucramiento en acciones colectivas. El resto, la mayoría, es una sociedad con problemas estructurales de acceso limitado a las tecnologías de información, con una educación muy tradicional y limitada en cuanto a la crítica y el uso de las tecnologías. De tal suerte, es poco probable que Twitter inicie un proceso de reflexión política masivo o que construya una conciencia social amplia entre los mexicanos.

No obstante, en una democracia en consolidación como la nuestra, la comunidad Twitter es valiosa porque representa una ciudadanía activa que —aunque es minoría— se moviliza, busca y difunde información de manera intensa, se apropia de ella, debate y cuestiona las instituciones y políticas públicas, al tiempo que demanda la rendición de cuentas. Esta ciudadanía digital es una herramienta útil que está facilitando que los esquemas de representación, los funcionarios públicos y la clase política en general, tengan que voltear y escuchar al ciudadano. Este avance es hoy tan importante que la función pública y algunos legisladores en México se preocupan ya por difundir sus agendas dentro de ambientes digitales y organizan foros virtua-

les en los que incluye representantes ciudadanos. En materia electoral, Twitter no es menos relevante; las elecciones presidenciales de 2012 mostraron que los candidatos no pueden olvidarse de la comunidad digital que utiliza Twitter. De ahí que se hayan preocupado por utilizar este espacio público virtual no sólo para difundir sus idearios, reaccionar a eventos coyunturales, sino también para construir sus agendas.

Debe reconocerse que Twitter es un espacio que está caracterizado por “causas” inspiradoras, que se construyen alrededor de historias fáciles de contar y entender, no en torno de proyectos políticos amplios. También hay que conceder que, a fin de que los ciudadanos estén dispuestos a sumarse, la participación debe ser fácil y reducirse a reenviar tuits o cambiar avatares. Que este *slacktivism* funcione o no para producir un cambio social es todavía una discusión en proceso (véase Natal y Perera, en este volumen).

Más allá de este debate en el que aún hay mucho que estudiar y documentar, lo que sí muestran las historias presentadas en este documento es que Twitter puede ser —en lo individual— un instrumento especialmente útil para dar mayor voz al ciudadano y mejorar su acceso a la información pública, y en lo colectivo una herramienta muy efectiva como plataforma para causas e iniciativas de acción social. Aunque esto es ciertamente incipiente, sin duda alguna los casos presentados en este documento muestran que Twitter está ampliando el repertorio de la acción social en México, proponiendo o actualizando estrategias y fórmulas a través de las cuales el ciudadano puede participar y pedir cuentas. Estos casos muestran cómo, poco a poco, Twitter contribuye a darle forma a lo que aquí hemos llamado el ejercicio digital de la ciudadanía.

BIBLIOGRAFÍA

AZUELA, Maite y Andrés LAJOUS

- 2011 “Aventón ciudadano: cruzando el país con Twitter”, en José Merino y Ana Francisca Vega Valdés (comps.), *Ciudadanos. mx, Twitter y el cambio político en México*, México, Random House.

CASTELLÓN, Francisco

- 2011 “En respuesta Acta y #Acta en la Conciencia Legislativa”, en Ana Francisca Vega y José Merino, *Ciudadanos.mx, Twitter y el cambio político en México*, México, Random House, De Bolsillo.

GERHENSON, Daniel y Jesús ROBLES

- 2011 “Twitter como caja de resonancia: la guardería ABC y la masacre en Juárez”, en José Merino y Ana Francisca Vega Valdés (comps.), *Ciudadanos.mx, Twitter y el cambio político en México*, México, Random House.

MERINO, José y Ana Francisca VEGA VALDÉS

- 2011 “Twitter es una plaza pública”, en José Merino y Ana Francisca Vega Valdés (comps.), *Ciudadanos.mx, Twitter y el cambio político en México*, México, Random House.

MOJARRO, Mayahuel

- 2009 “Radiografía del descontento a favor del voto nulo”, en *Pluralidad y Consenso*, núm. 9, México, Instituto Belisario Domínguez, pp. 60-64.

NATAL, Alejandro

- 2004 “Information Costs and Local Institutions: Participatory Decision Making in a Rural Community”, en *Documentos de Discusión sobre el Nuevo Institucionalismo*, núm. 6, Zinacantepec, México, El Colegio Mexiquense.

_____ y Leticia SALOMÓN

- 2012 *Observatorios ciudadanos*, Tegucigalpa, Centro de Documentación de Honduras.

ZAMORA, Ricardo

- 2011 “Internet necesario: crónica de un pequeño gran cambio”, en José Merino y Ana Francisca Vega Valdés (comps.), *Ciudadanos.mx, Twitter y el cambio político en México*, México, Random House.

Hemerografía

AGUAYO, Sergio

- 2009 *Reforma*, 2 de septiembre.

PÁEZ, Carlos

- 2009 *El Universal*, 1 de septiembre.

BASTIDAS, Sabino

2009 *El País*, 27 de octubre.

RIVAPALACIO, Raymundo

2009 “La cruzada del internet necesario”, en *El País*, 28 de octubre.

Fuentes electrónicas

Alt1040, en <<http://alt1040.com/2011/08/gobierno-de-veracruz-de-tiene-a-dos-usuarios-de-twitter-bajo-argumentos-de-terrorismo>>.

Amnistía, en <<http://amnistia.org.mx/nuevo/2011/09/22/la-liberacion-de-los-%e2%80%9ctwitteros%e2%80%9d-es-positiva-pero-el-nuevo-tipo-penal-es-preocupante-y-regresivo/>>.

Animal Político, en <<http://www.animalpolitico.com/2011/09/comparan-mensajes-de-tuiteros-detenidos-en-veracruz-con-%e2%80%9cla-guerra-de-los-mundos%e2%80%9d/>>.

_____, en <<http://www.animalpolitico.com/2011/09/procuraduria-de-veracruz-ya-no-ejercera-accion-penal-contra-twitterroristas/>>.

Asamblea Nacional Ciudadana, en <<http://asamblea-ciudadana.blogspot.mx/2010/02/como-se-define-la-asamblea-nacional.html>>, consultada el 10 de marzo de 2010.

Cámara de Diputados, en <http://www3.diputados.gob.mx/camara/005_comunicacion/a_boletines/2011_2011/009_septiembre/11_11/3869_crear_diputados_ley_general_de_estancias_infantiles_y_guarderias_favor_de_utilizar_de_domingo_para_lunes>, consultada el 2 de agosto de 2012.

El Economista, en <<http://eleconomista.com.mx/sociedad/2011/08/30/twitteros-presos-veracruz-terrorismo>>.

El País, en <http://elpais.com/elpais/2009/10/27/opinion/1256636339_850215.html>.

Etcétera para entender a los medios <<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=8966>>.

Excélsior, en <http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&seccion=global&cat=28&id_nota=839159>.

KodeGeek, en <<http://kodegeek.com/blog/2009/05/17/en-venezuela-el-uso-de-internet-es-considerada-un-lujo/>>, consultada en octubre de 2009.

lapolítica.mx, en <<http://www.lapolitica.mx/?p=50225>>.

MexaBlog, en <<http://mexablog.com.mx/2009/10/31/no-habra-im-puesto-de-3-a-internet/>>, consultada el 17 de noviembre de 2009.

Milenio.com, en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/ac-ca90aa522d41aeb1f18817c0845f08>>, consultada el 2 de agosto de 2012.

_____, en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9015519>>.

Movimiento Ciudadano por la Justicia 5 de Junio, A.C., en <<http://www.movimiento5dejunio.org/abc/>>, consultada el 6 de junio de 2012.

_____, en <<http://www.movimiento5dejunio.org/abc/2011/04/29/dictamen-final-sobre-ley-general-de-estancias-infantiles/>>.

Políticas y demandas civiles en la sociedad interconectada. Una revisión del movimiento en defensa de internet en México y Venezuela, en <<http://es.scribd.com/doc/26425286/politicas%20a0y%20demandas%20civiles%20en%20la%20sociedad%20interconectada-%20una%20revisi%20de%20movimientos%20en%20defensa%20de%20internet%20en%20mexico%20y%20venezuela>>, consultada en noviembre de 2009.

Sedesol, en <http://www.sedesol.gob.mx/es/sedesol/marco_juridico_del_programa_de_estancias_infantiles>, consultada el 2 de agosto de 2012.

Senado de la República, en <<http://www.senado.gob.mx/iilsen/content/publicaciones/revista9/10.pdf>>.

Sergio Aguayo, en <<http://www.sergioaguayo.org>>, consulta 19 de septiembre de 2009.

Sonora Ciudadana, en <<http://www.sonoraciudadana.org.mx/>>.

TPisanty Blog, en <<http://Pisanty.blogspot.com>>.

Vivirméxico, en <<http://vivirmexico.com/2009/10/reunion-de-twitte-ros-con-el-senado-de-la-republica-internetnecesario>>, consultada en noviembre de 2009.

<<http://bit.ly/ap02m>>.

<<http://conecti.ca/2009/10/25/sesion-fotografica-en-parque-hundi-do-de-internetnecesario/>>.

En defensa de... inclusión social y ciudadanía digital

Lidia Ivonne Blásquez Martínez*

INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI, las configuraciones de los movimientos sociales cambiaron con las nuevas posibilidades que ofrecieron las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). No sólo el avance en los medios técnicos posibilita la generación de insólitos vínculos sociales, también la innovación en los usos de estas herramientas ha dado voz directamente a sectores de la población en situación de exclusión. En particular, las redes sociales se han convertido en catalizador de la acción política al propiciar que comunidades virtuales —distantes espacial y socialmente— puedan vincularse a causas que les requieren, a través de los *posts* de los muros, tuits y las invitaciones de amigos y conocidos. En este trabajo se abordan dos casos de acción política para el empoderamiento y el ejercicio de la ciudadanía plena de grupos excluidos: el de “En Defensa del Migrante Centroamericano” y el de “Tamatsima Wahaa”, mejor conocido como “En Defensa de Wikuta”.

Nuestra investigación se centrará en analizar el contenido de los sitios de Facebook de ambos movimientos para saber qué tipo de acción articulan y si ésta tiene un impacto en las agendas políticas de los gobiernos locales, estatales y nacionales. Asimismo, observaremos si se utilizan otras tecnologías que complementan y refuerzan el activismo con la solidaridad o la creación artística.

* Profesora invitada de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma. Doctora en Sociología por la École des Hautes Études en Sciences Sociales.

En primer lugar, se hará una problematización de los conceptos de ciudadanía digital, comunidades virtuales, acción social, empoderamiento e inclusión social. En una segunda parte se trazará el contexto de surgimiento de nuestros dos casos de estudio, posteriormente, se expondrá cómo se presentan los movimientos en Facebook, la información que aportan y las acciones que promueven entre sus adherentes. Finalmente, analizaremos si la amplitud de sus acciones ha permitido que algunas de sus demandas entren en la agenda pública y si su acción política perdura en el tiempo y se consolida concretamente en empoderamiento y ejercicio de una ciudadanía plena de los grupos sociales en situación de exclusión.

COMUNIDAD Y POLÍTICA EN LA ERA DIGITAL

Las redes sociales motivaron la aparición de otras formas de vínculos sociales y de creación de comunidades. Es decir, promueven el surgimiento de identidades alternas que no se ven limitadas por el espacio geográfico y en muchos casos tampoco por factores generacionales o socioculturales. Della Porta y Mosca (2005:186) las definen como *identidades flexibles* que permiten a las personas acumular un banco de *lazos latentes*. Éstos se pueden consolidar para crear capital social efectivo, por lo que amplían las relaciones sociales individuales. Las redes sociales también tienen una función cognitiva que posibilita un flujo desmedido de información y una intensa comunicación entre sus miembros. Estas comunidades virtuales se han convertido en espacios privilegiados para la expresión de opiniones políticas, rechazo ante injusticias y en algunas ocasiones son el nodo que articula la movilización de una masa de personas que se identifica con una causa. Numerosos son los ejemplos en la actualidad, desde las Primaveras Árabes, pasando por los indignados o el movimiento #Yo-Soy132.

Los estudiosos de la acción social han categorizado a este tipo de lazos sociales como débiles, ya que su función se reduce muchas veces a hacer circular la información pero raramente detonan un activismo político concreto (Della Porta y Mosca, 2005; Van Laer, 2007).

En contraposición, los lazos fuertes corresponden a las formas políticas de acción a través de la adhesión a alguna estructura. Los partidos políticos, y en particular las organizaciones de la sociedad civil, han sabido potenciar los lazos débiles para incrementar el número de adherentes o donaciones a sus causas. Está entonces en debate si estas nuevas comunidades únicamente refuerzan las formas clásicas de participación política o si pueden generar nuevas propuestas ideológicas y de acción que nazcan y se articulen en el seno de las comunidades virtuales.

En este sentido, los internautas se transforman en ciudadanos digitales, la ciudadanía digital entendida aquí como el ejercicio parcial o total de los derechos políticos y sociales vía internet en el seno de una comunidad virtual o red social, que además puede atravesar fronteras geopolíticas (Robles, 2009:55). Estas características hacen de esta modalidad una ciudadanía más accesible para los sectores excluidos de la población. Las capacidades de conexión que potencia la red permiten que ciertas reivindicaciones alcancen a un público más amplio y de esa forma, al aumentar las posibilidades de presión política eventualmente se incluyan las demandas a la agenda pública. Ciertamente, existe un debate sobre si realmente las TIC son asequibles para los grupos excluidos o si a causa de la brecha digital se convierten en un factor más de exclusión. Sin embargo, movimientos tales como las Primaveras Árabes, nos muestran que, en particular, las redes sociales permiten el vínculo entre personas o grupos de personas que pueden detonar dinámicas de empoderamiento y movilización.

La exclusión social es la alienación que padecen ciertos grupos del conjunto de la sociedad en razón de su género, orientación sexual, identidad étnica, discapacidad, enfermedad, opiniones políticas, religión, condiciones materiales y otras características que implican un estigma social (Elias, 1997:40). Este rechazo a su vez multiplica y acumula los obstáculos que viven estos individuos, cristalizándose en falta de oportunidades de desarrollo, marginación de las actividades colectivas y su imposibilidad de integración a la sociedad. En este sentido, el ejercicio de su ciudadanía es parcial y sus derechos muchas veces no son respetados (Taket, 2009:10-12).

Los gobiernos tratan de subsanar estas desigualdades a través de políticas públicas que compensan la falta de oportunidades, como serían los proyectos productivos, los apoyos económicos y el establecimiento de cuotas de género que permitan incluir de forma activa a los sectores desfavorecidos de la población. Sin embargo, estas políticas tienen un alcance limitado y muchas veces tampoco se dirigen a disminuir todas las dimensiones de la exclusión (véase Natal, en este volumen).

La sociedad civil se vuelve el actor clave para generar acciones de denuncia, acción y empoderamiento en torno a los excluidos de la sociedad. Asimismo, el acceso directo a las TIC por parte de las víctimas de exclusión les permite interconectarse, expresarse, aliarse y promover acciones para salir de esta condición. Esto eventualmente puede permitir a ciertos movimientos constituirse en contrapoderes que tienen una influencia directa en las decisiones de gobierno, hasta llegar a motivar dinámicas de contraestigma a través del activismo.

El concepto clásico de empoderamiento se define como el proceso que permite a los excluidos tomar parte activa en las decisiones de lo público, impulsar iniciativas, acceder al poder político y a la plena ciudadanía. En general, la perspectiva del empoderamiento se enmarca en proyectos de desarrollo bajo iniciativas gubernamentales, de las OSC y de los organismos internacionales (Natal, 2010:204). La aparición de las TIC nos plantea una nueva configuración en la que se vinculan personas con mayor capacidad de asociación y amplia experiencia en participación ciudadana con grupos e individuos antes aislados.

En este sentido, el empoderamiento permitiría articular un proceso de inclusión social en su dimensión sociopolítica. Natal Martínez (en este libro) define ésta “como las capacidades que distintos grupos de la sociedad tienen para ejercer su ciudadanía con relación a sus diferencias”. Las TIC se dibujan, pues, como herramientas transformadoras de los mecanismos de acción colectiva hacia la inclusión porque ponen en relación con grupos que antes se encontraban incomunicados por fronteras socioeconómicas o socioespaciales, además de posibilitar una mayor autonomía de los poderes fácticos, como serían los medios masivos de comunicación.

Tal vez una de las características de las movilizaciones que surgen en el seno de las redes sociales es la polifonía de voces, cohesionadas por una demanda social. Si bien a veces puede resultar una “cacofonía”, lo interesante de esta forma de acción social es que expresa la diversidad de los grupos, a la vez que se establecen nuevos lazos a partir de causas comunes. Evidentemente, esto no garantiza que se pueda detonar una acción colectiva efectiva que conquiste espacios sociopolíticos, pero las redes sociales se configuran como motores de cambio social en el ejercicio de expresión de opiniones, de participación y de acción.

A continuación describiremos estas noveles estrategias de empoderamiento e inclusión social con el análisis de dos casos de activismos que se articulan, utilizando como medio principal las redes sociales y en particular, Facebook. Las temáticas son muy distintas, por una parte, el derecho de los pueblos indígenas sobre sus sitios sagrados y la defensa de las zonas naturales, y por la otra, los derechos humanos de los migrantes centroamericanos que atraviesan México para llegar a Estados Unidos. Como veremos el eje de las demandas es el involucramiento ciudadano en las decisiones del Estado para garantizar que respeten sus derechos, protejan su patrimonio y garanticen el ejercicio pleno de su ciudadanía.

EN DEFENSA DEL MIGRANTE CENTROAMERICANO

ORIGEN Y CONTEXTO DE APARICIÓN

Esta red apareció el 31 de diciembre de 2010 por iniciativa de jóvenes universitarios preocupados por los abusos contra los migrantes centroamericanos en el sitio de Lechería en el municipio de Tultitlán, Estado de México. En este punto confluyen las líneas de tren conocidas como la Bestia que arriban del sur de México y aquellas que se dirigen hacia el norte. Los jóvenes, habitantes locales, se interesaron en los migrantes cuando los observaban recorrer las vías y solicitar comida, ropa o dinero. En un principio decidieron trabajar como voluntarios laicos en el albergue para migrantes San Juan Diego,

apoyando en las actividades cotidianas de alimentación y alojamiento. Posteriormente se dieron cuenta de que los migrantes necesitaban con apremio comunicarse con sus familiares en su país de origen o en Estados Unidos para decirles dónde estaban, pedirles dinero o informarles que se habían separado de sus acompañantes (hermanos, primos, parejas, etc.). Aunque en el albergue había un teléfono de monedas, muchas veces los migrantes ya habían sido víctimas de robo y no tenían ni lo mínimo para hacer una llamada.

Tres jóvenes egresados de comunicación de la UAM-Xochimilco, voluntarios en el albergue, investigaron formas alternativas y gratuitas para establecer el contacto. Pusieron a la disposición de los migrantes una computadora personal con software libre donde cada migrante podía hacer una llamada. Este límite se puso con el fin de ser equitativos y dar la posibilidad de que todos pudieran hablar. Al mismo tiempo, en tres computadoras portátiles los migrantes podían mandar varios mensajes de texto (SMS) a teléfonos celulares de sus países de origen o de Estados Unidos; esto permitía que sus familiares pudieran llamarlos al albergue o simplemente contar con un flujo de información vital y activar las redes de solidaridad.

Los jóvenes interesados en difundir las situaciones de abuso por las que atravesaban los migrantes centroamericanos encontraron en Facebook un medio para publicar artículos de periódicos, compartir documentales y proyectos artísticos en torno a la problemática que vive este grupo social. También permitió establecer vínculos con organizaciones de la sociedad civil (OSC) y con otras activistas para participar en actos públicos o enrolar a nuevos voluntarios que apoyaran las actividades de los albergues y las OSC. Otra función importante es informar a los migrantes sobre puntos peligrosos en el trayecto, dar a conocer las noticias acerca de otros albergues de la red de la movilidad humana y sobre acciones de reivindicación de sus derechos humanos.

En los días que llegaban pocos migrantes, después de que cada uno hubiera mandado sus mensajes, los jóvenes voluntarios les proponían publicar en el muro de Facebook sus experiencias del viaje o alguna reflexión sobre ser migrante. Así, *En defensa del migrante centroamericano* dio voz a los llamados “invisibles”, lo que contribu-

yó a divulgar los abusos de que son objeto no sólo por parte del crimen organizado, sino también por cuerpos policiales y agentes del Instituto Nacional de Migración. Este tipo de acciones hicieron que se conociera la amplitud de las redes de trata y tráfico de personas, así como la colusión de las autoridades en diferentes niveles de gobierno. De esta forma se demostró que eran prácticas sistemáticas y que eventos trágicos como el de la masacre del rancho San Fernando en Tamaulipas eran sucesos extremos, pero no aislados. Los migrantes sufren extorsiones, secuestros y violaciones a sus derechos humanos a lo largo de su recorrido por México. Las movilizaciones impulsadas desde la Dimensión Pastoral de la Movilidad Humana, a través de la red de albergues, permitieron que artistas y personalidades públicas se interesaran en el tema, lo cual ejerció presión ante el Estado y se tuvo que abrir el debate sobre la condición jurídica de los migrantes centroamericanos en México.

La apertura del albergue San Juan Diego en 2009 no se dio sin dificultades. Como en muchos lugares de paso y acogida de migrantes, empezó a haber tensión entre los vecinos de Tultitlán, quienes se quejaban de un aumento de inseguridad a causa de los extranjeros. Si bien es un fenómeno recurrente, se sabe que los actos delictivos están vinculados a una implantación de los grupos del crimen organizado para abusar de los migrantes. Así, en las afueras del albergue se registraron “levantones”, es decir, secuestros, y en 2010 hubo un allanamiento del lugar con un comando armado. Después de este suceso, Amnistía Internacional apoyó al albergue con cámaras y se extremaron las medidas de seguridad, en particular con reglas estrictas como que una vez que se entraba no se podía abandonar el lugar durante los dos días que se procuraba el alojamiento. La tensión llegó a su máximo en junio de 2012 y los vecinos presionaron a los gobiernos municipal y estatal para el cierre del albergue. En pleno periodo electoral, las autoridades optaron por la evasión del problema y la inacción; entonces algunos vecinos beligerantes agredieron a migrantes y voluntarios, lo que ocasionó varios enfrentamientos. Esto obligó al cierre temporal del albergue el 7 de julio de 2012. Días después el gobierno estatal se vio forzado a instalar un módulo temporal para acoger a los migrantes en las afueras de la estación del tren suburba-

no de Tultitlán, sin embargo tuvo que ser desmontado semanas después nuevamente por las presiones de los vecinos.

El sitio de Facebook sirvió para que los voluntarios se articularan y pudieran establecer una red de protección hacia los migrantes los días de desmantelamiento del módulo temporal y el traslado de las personas a Huehuetoca. Sin embargo, aunque se siguen publicando artículos de interés sobre los albergues de migrantes y de la problemática migratoria sur-norte, cada vez es más evidente que las voces de los “invisibles” van desapareciendo.

EL CONTENIDO DE LA RED SOCIAL

Si bien Facebook registra el nacimiento de *En Defensa del Migrante Centroamericano* el 31 de diciembre de 2010, su actividad real comenzó el 23 de enero de 2011 con la publicación de las fotos de la misa de celebración del segundo aniversario del albergue San Juan Diego. Al día siguiente se lanzó una invitación a escribir un diario colectivo:

En Defensa del Migrante Centroamericano

Bienvenidas estas mentes que creen en un mundo sin violencia, sin discriminación, sin fronteras del pensamiento y del caminar. Gracias por unirse como amigos de este diario colectivo, también gracias a los migrantes que en su camino por México han dejado un poco de su vida en las palabras que nos comparten en este espacio, estén seguros que sus pensamientos son leídos a conciencia [*sic*] (Facebook, *En Defensa del Migrante Centroamericano*, consultado en línea el 26 de agosto de 2012).

El primer comentario aparece el 30 de enero de 2011:

En Defensa del Migrante Centroamericano 30 de enero de 2011

Luis/Guatemala (PARTE 1) el motivo de mi viaje es que quiero un dinero para la operación del ojo de mi padre, a punto de ceguera. Somos familia de escasos recursos, yo he trabajado en el campo y no, no tengo estudios. Yo le dije a mi papá el 24 de diciembre que iba agarrar

camino hacia el norte para que él se opere y agarre mi maleta el 1 de enero y me vine. Empece a viajar desde la capital y me trajo un autobus a la frontera [sic] (Facebook, En Defensa del Migrante Centroamericano, consultado en línea el 26 de agosto de 2012).

En muchas notas de los migrantes se narran las motivaciones que tuvieron para emprender el viaje y su fe religiosa para llegar a su destino, y en otras se documentan los abusos de los que fueron víctimas. Por ejemplo:

El día más triste de mi viaje.

En Defensa del Migrante Centroamericano, el viernes 6 de mayo de 2011 a la(s) 13:48.

Un día en la mañana agarre el tren en Tierra Blanca y me monté en la máquina de en medio, más adelante se detuvo y llegó uno de los maquinistas a decirme que porque me había bajado de la máquina y que me regresara, pero mi persona venía ya con otro amigo, lo que nos dijo el maquinista fue que ya estaba de acuerdo con los policías que venías a bordo, cuando llegamos a los túneles mas grandes exactamente el penúltimo se bajaron al vagón donde yo venía y me empezaron a amenazar que les diera dinero y yo les dije que no taía y la respuesta de ellos fue que entonces me iban a violar y empezaron a bajarme los pantalones y quitarme la camisa, y yo me negué y me dijeron que me iba a aventar al riel del tren y un amigo m dedfendio, fue demasiado doloroso que todavía me sudan las manos de los nervios y de terror de ver que los policías sean tan corruptos, yo todavía les dije que respetaran ell universo, pero ellos me dijeron que no hablara porque no tenia derecho a habalr, que ellos estaban en su país y que nosotros estabamos fuera, que teniamos derecho a morir o hacer con nosotros lo que ellos quisieran [sic] (Facebook, En Defensa del Migrante Centroamericano, consultado en línea el 26 de agosto de 2012).

Las notas son pocas y corresponden al periodo de la primera mitad de 2011, luego sólo aparecen comentarios publicados esporádicamente por algunos migrantes. Una de las razones, como ya se había

dicho antes, es que muchas veces se dedicaba todo el tiempo disponible en las computadoras a mandar los mensajes de texto a los teléfonos celulares. La prioridad era que todas las personas pudieran ponerse en contacto con sus allegados.

A partir de febrero de 2011 también se dedicaron espacios para informar sobre la discusión de la Ley de Migración que sería promulgada en mayo del mismo año. Como forma de articular un movimiento de protesta que ejerciera presión ante el Congreso para que esta ley tuviera un enfoque de derechos humanos, los albergues de la red de la movilidad humana se unieron a otras organizaciones como Sin Fronteras y el Movimiento Migrante Mesoamericano al *Viacrucis del Silencio*, que consistió en marchas silenciosas de migrantes y activistas en diferentes trayectos de la ruta migratoria. En septiembre se incorporaron a la Caravana por la Paz, convocada por el Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad, liderado por Javier Sicilia. El Facebook de En Defensa al Migrante Centroamericano se convirtió en el espacio donde se podía citar a los interesados en apoyar esta perspectiva de derechos humanos para participar en los actos públicos, además de proponer mecanismos innovadores de participación para estrechar lazos entre albergues para articular acciones, compartir información y ponerse en relación con las OSC. No sólo representaba una ventana de denuncia de los abusos que vivían los migrantes, también era un motor de acción. Asimismo, los migrantes podían ir marcando su recorrido y los albergues podían ir registrando ausencias, accidentes y delitos.

Este dinamismo irradiado desde el albergue San Juan Diego se mantuvo sólo ese año. En 2012 las publicaciones en los muros son principalmente anuncios de otros albergues que invitan a diversas movilizaciones como la *okupación* o toma de la Bestia. Es decir, el acompañamiento de defensores de derechos humanos a los migrantes en diversos trayectos de la ruta. También se observan convocatorias a participar en conferencias especializadas o a participar como voluntario. Algunas personas escriben mensajes de aliento, pero se han diluido las formas embrionarias de empoderamiento como lo eran las voces de los migrantes, la discusión de las reformas legales y la observación ciudadana.

En este caso, es claro que las redes sociales motivan nuevos mecanismos de relación social y de activismo, sin embargo muchas veces son inestables ya que dependen del dinamismo de un número muy reducido de personas. Si bien los adherentes se pueden contar por miles, la acción concreta la organizan y ejecutan sólo unos cuantos. Esto representa un desgaste acelerado y sostenido, lo que a mediano plazo hace que las iniciativas concretas se abandonen. Asimismo, el cierre del Albergue y la tensión alrededor de este hecho seguramente hizo surgir fracturas, miedos y desorganización, lo que debilitó la capacidad de acción de este colectivo.

FRENTE EN DEFENSA DE WIRIKUTA TAMATSIMA WAHAA (EL AGUA DE NUESTRO HERMANO MAYOR)

ORIGEN Y CONTEXTO DE APARICIÓN

Wirikuta es un territorio sagrado para el pueblo indígena wixárika, también conocido como huichol. Ahí se encuentran los sitios de peregrinaje, como es el Cerro Quemado, que son la columna vertebral de la ritualidad y de la identidad de este grupo étnico. En este desierto es donde se recolecta el hícuri o peyote, cactus con propiedades psicotrópicas que consumen ritualmente los wixataris para alcanzar el “don de ver”. También ahí se realizan ofrendas y ceremonias que festejan la creación del universo y que buscan mantener su equilibrio.

Es también una reserva natural que se extiende a lo largo de 141 mil ha en la serranía y el desierto de Real de Catorce en San Luis Potosí. Esta área fue decretada a nivel estatal como Reserva Natural y Cultural de Huiricuta en 1994 y 2000 (González *et al.*, 2007:4). Los municipios asentados en esta área son: Real de Catorce, Villa de Ramos, Charcas, Matehuala, Villa de Guadalupe y Villa de Paz.

La carga mística del sitio ha atraído a artistas y otras personas, lo que convirtió a Real de Catorce en un centro turístico. En 1998, fue incorporado a la *Red de sitios sagrados naturales* de la UNESCO y en 2008, el presidente Felipe Calderón y los gobernadores de los esta-

dos donde viven las poblaciones wixataris (San Luis Potosí, Nayarit, Jalisco y Durango) firmaron el Pacto Huauxa Manaká para el Desarrollo y la Preservación de la Cultura Wixárika. Esta zona también es rica en minerales y desde el siglo XVIII ha atraído a las compañías mineras.

Esta región no sólo es rica en diversidad cultural, también en biodiversidad, en particular por su flora de zonas áridas y semiáridas, de las que se inventarían 526 especies. Es una de las zonas con mayor concentración de cactáceas amenazadas del desierto chihuahuense (González *et al.*, 2007:4). Además es un sitio en el que anida el águila real y hay numerosas especies endémicas, amenazadas y en peligro de extinción.

Históricamente, la región ha sufrido deterioro ecológico debido a la minería, que modificó la vegetación primaria de bosques. Ciertamente, esta actividad se desarrolló durante décadas, pero hace 20 años los yacimientos explotados se agotaron y las compañías mineras no tenían la tecnología para explotar otros que estaban a mayor profundidad. Sin embargo en septiembre de 2010, el gobierno federal inició el otorgamiento de concesiones a la compañía minera extranjera First Majestic Silver para explotar yacimientos en el territorio mismo de Wirikuta, a través de concesiones que a su vez esta transnacional daba a empresas mexicanas. Este proyecto es ambicioso y amenaza con devastar la zona, poniendo en riesgo no sólo la biodiversidad sino también la cultura wixárika.

Fue en estas circunstancias que las comunidades wixaritaris de Jalisco, Nayarit y Durango formaron el Frente en Defensa de Wirikuta con el soporte coordinador de la Asociación Jalisciense de Apoyo a Grupos Indígenas, A.C. (AJAGI) y la adhesión de otras OSC, algunas de las cuales abordan temáticas de defensa al medio ambiente, otras representan comunidades ejidales o promueven la cultura, como AHO Colectivo.

Posteriormente, en diciembre de 2011, el gobierno federal hizo caso omiso de las demandas de la sociedad civil y el pueblo wixárika y continuó con la concesión en suelo de la reserva de Wirikuta para llevar a cabo el proyecto "Universo" de la empresa canadiense Revolution Resources, que planea explotar minas en 59 678 ha. Sobre

decir que esto muestra una clara política pública que prioriza las actividades extractivas y soslaya las eventuales consecuencias en la dinámica regional al afectar actividades como el turismo, la agricultura y la forestería, así como la profundización de las desigualdades y los problemas de salud pública y de deterioro ambiental.

El Frente en Defensa de Wirikuta ha logrado articular no sólo a organizaciones de la sociedad civil, sino también a intelectuales, artistas y personalidades públicas que se han movilizado para difundir las consecuencias de la explotación minera intensiva en Wirikuta, a través de una organización llamada AHO Colectivo. La difusión de estas acciones se ha hecho a través de documentales, cápsulas de video, obras de arte, pósteres, folletos y actos masivos, como el Wirikuta Fest. Este concierto se realizó el 26 de mayo de 2012 en el Foro Sol y participaron músicos como Julieta Venegas, Ely Guerra, Aman-dititita, Café Tacuba, Enrique Bunbury y Caifanes. También estuvo presente el Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad con Javier Sicilia y el movimiento #YoSoy132.

Este involucramiento de personalidades públicas en defensa de Wirikuta le ha dado al movimiento una proyección más amplia que ha generado una presión efectiva hacia el gobierno federal y una capacidad de *lobbying*. Las estrategias comunicativas, que incluyen la publicación de videos en YouTube, películas, canciones, actos masivos y producción de arte, han sabido interesar a jóvenes y adultos jóvenes en la problemática del pueblo wixárika. El motor organizativo en Facebook ha sido la alianza entre la organización El Venado Mestizo y el Frente Tamatsima Wahaa, con la producción artística y de comunicación de AHO Colectivo. El papel que ha jugado el sitio de Facebook ha sido muy interesante pues reúne las declaraciones de los marakames y líderes de los pueblos wixaritaris, la información sobre el caso generada por organismos internacionales, dependencias públicas, órganos descentralizados y OSC, también —y esto tal vez sea lo más atractivo— se publica la obra artística y los videos en apoyo a la causa.

Muchas de estas obras son colectivas y retoman motivos del arte wixárika, refrescándolo y sacándolo del armazón de arte étnico o de artesanía. Estas nuevas propuestas no sólo parten de agentes externos

a las comunidades wixataris, existen ejemplos de la vivacidad creadora de este pueblo, como el grupo el Venado Azul con la canción la *Cumbia Cusinela*, que integra los ritmos de moda como el pasito duranguense, la cumbia y el rock, y que se volvió uno de los temas de la película *Hecho en México*. También jóvenes creadores de las preparatorias populares del D.F. han hecho pósteres y tags que retoman elementos del arte wixárika, como el peyote o el venado. Además se publican periódicamente en YouTube videos que conjuntan las declaraciones de personalidades wixataris y con canciones colectivas donde participan los grupos de rock que organizaron el Wirikuta Fest.

La página de Facebook de Tamatsima Wahaa hace una importante labor informativa sobre las consecuencias de la contaminación indiscriminada y de salud pública en las poblaciones de los países donde explotaban yacimientos las mineras canadienses antes mencionadas. Asimismo, se transmiten mensajes claros y contundentes sobre el riesgo que corren los bienes comunes del pueblo wixárika a favor de los intereses de algunos empresarios extranjeros y la amenaza de la fuente de trabajo de otras comunidades mestizas que se benefician de la industria turística.

Todo esto junto con otras acciones colectivas ocasionaron que el 28 de febrero de 2012 el pueblo wixárika lograra interponer un amparo para que se suspendieran temporalmente las concesiones mineras y se hiciera una evaluación de los impactos ambientales y socioeconómicos de los megaproyectos mineros. Esto ponía en la agenda pública la discusión sobre los derechos de los wixataris, el bien común y los derechos de tercera generación relacionados con un ambiente sano. Esto obligó a las autoridades federales a suspender de forma temporal las concesiones mineras y declarar la zona como Reserva Minera Nacional. Esto, desafortunadamente, si bien impide en el corto plazo la explotación de los yacimientos, no cancela que en el mediano o largo plazo se concreten los megaproyectos mineros. Es muy claro que el gobierno federal decidió supeditar la Ley General de Equilibrio Ecológico, así como los derechos de los pueblos originarios, a los intereses de unos cuantos.

El movimiento ha continuado sus acciones en torno a la protección de Wirikuta, además de participar en manifestaciones de los

movimientos que reivindican el ejercicio pleno de la ciudadanía y la democracia. Un gran logro que obliga a las diferentes instancias de gobierno a discutir el tema es la recomendación 56/2012 “Sobre la violación de los derechos humanos colectivos a la consulta, uso y disfrute de los territorios indígenas, identidad cultural, medio ambiente sano, agua potable y saneamiento y protección de la salud del pueblo wixárika en Wirikuta”, emitida por la Comisión Nacional de Derechos Humanos el 28 de septiembre de 2012. Esta recomendación fue dirigida en primer lugar al titular de la Secretaría de Economía, el licenciado Bruno Ferrari, en seguida a los titulares de la Semarnat, Conagua, Profepa, CDI, al gobernador del estado de San Luis Potosí y a los presidentes municipales de la zona de Wirikuta (CNDH, 2012).

El 15 de octubre de 2012 la Semarnat responde a esta recomendación poniendo a consulta pública un estudio justificativo que permitiría incorporar el sitio de Wirikuta al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, bajo la categoría de Reserva de la Biosfera con una superficie de 191 504 ha (Cencos, 2012).

TAMATSIMA WAHAA EN FACEBOOK

Tamatsima Wahaa se unió a Facebook el 5 de agosto de 2011. Tres días después se publica en el muro que hubo un deslave en el cerro de San Pedro, que la comunidad está incomunicada y además se informa que el movimiento de tierra transportó los desechos de una explotación minera clandestina, expandiendo su radio de contaminación (Tamatsima Wahaa, 2012).

El 12 de octubre de 2011 se publicó una invitación para escuchar el programa sobre la defensa de Wirikuta en el sitio de radioindígena.com, en donde se transmitiría también una entrevista con el Frente Tamatsima Wahaa. Fue la primera vez que la red social dio la noticia de que dicho territorio estaba en riesgo y que se debían articular acciones para su defensa. En ese momento se invitó a una marcha de protesta en la capital mexicana el 27 de octubre y un mitin en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. El eslogan de la movilización es “Salvemos Wirikuta, corazón sagrado de México”.

En las siguientes semanas, las redes se fueron expandiendo hasta alcanzar el nivel internacional. El 5 de noviembre se invitó a una fiesta de solidaridad en Berlín por la causa de Wirikuta. También la primera quincena de ese mes se compartió información sobre conferencias de la Red Mexicana de Afectados por la Minería y artículos que hablan sobre las irregularidades que existen en la explotación de las empresas mineras en la región.

Se empieza a discutir también el tema electoral, en particular el incidente donde el entonces candidato a la presidencia, Enrique Peña Nieto, no pudo citar tres libros en la Feria Internacional de Literatura en Guadalajara. Como en nuestro primer caso, en los espacios de las redes sociales confluyen opiniones de causas diferentes de la que dio origen al sitio, pero que buscan expresar afinidades políticas. El 24 de diciembre, Tamatsima Wahaa comparte un enlace de Eduardo Galeano como regalo de Navidad, un texto inspirado por la cultura wixárika que se llama “Si se te pierde el alma en un descuido”.

A inicios de 2012 las publicaciones se incrementan para difundir la “Declaración de Wirikuta” hecha el 2 de febrero por las autoridades comunales y locales wixárika, además de anunciar el amparo interpuesto por el Frente en Defensa de Wirikuta ante el Poder Judicial de la Federación el mismo mes. En marzo de 2012 se publican imágenes y el video del *Peritaje tradicional wixárika*, reunión de todas las comunidades wixaritaris en donde se hizo dicho pronunciamiento, además de llevar a cabo rituales como las ofrendas de jicareros. Se observa que se quiere transmitir la unidad del pueblo wixárika de los estados de San Luis Potosí, Nayarit, Jalisco y Durango. La voz principal la llevan las autoridades tradicionales, en donde se defiende el derecho a las formas ancestrales de vida y se exige la consulta y participación en la decisión de los proyectos que piensen llevarse a cabo en la zona.

Los siguientes dos meses se comparten enlaces e imágenes, pero la actividad disminuye. Es hasta el 24 de mayo, luego del anuncio del gobierno federal de que algunas hectáreas del territorio de Wirikuta serán cedidas para crear una Reserva Minera Nacional, que las publicaciones aumentan para alertar a los integrantes de la red social que esto no cancela las amenazas al sitio.

En ese momento se difunden las poligonales de la reserva natural, los proyectos mineros y el de Reserva Minera Nacional para mostrar que sólo una mínima parte será objeto de esta última propuesta gubernamental. En los días que siguen se publican fotos e información de las actividades desarrolladas durante el Wirikuta Fest. Una vez más, la actividad de la red social se intensifica y se publican las actividades de diferentes organizaciones de la sociedad civil y colectivos artísticos. Se observa que se llevan libros a las comunidades wixaritaris como parte del proyecto “Bibliotecas en el desierto”; se convoca a un concierto-colecta para la defensa de Wirikuta en Guadalajara y se difunden cápsulas de video como la *de Wirikuta no se vende, se ama y se defiende*, donde participaron personalidades de la escena musical latinoamericana.

En el mes de julio, los temas de las publicaciones se dispersan en temáticas electorales y en la promoción de algunos colectivos artísticos que apoyan al frente. Si bien la actividad de la red social no baja, es difícil tener información sobre la situación de las comunidades wixaritaris. Salta a la vista la publicación del portafolio gráfico de los alumnos de la Preparatoria Popular Mártires del 68, que a través de obras de arte buscan recolectar fondos para la causa de Tamatsima Wahaa.

En agosto la actividad de difusión de las autoridades wixaritaris se intensifica, por lo que la red social publica diversas notas periódicas. Los artistas que apoyan el frente siguen produciendo obra, cápsulas de video y documentales. Aquí se nota una dirección más clara, se quiere evitar que el apoyo se debilite bajo la idea de que el gobierno federal, al crear una Reserva Minera Nacional, está excluyendo definitivamente las actividades extractivas. Entonces el Frente trata de hacer apariciones que le den notoriedad al movimiento, como aquella de Santos de la Cruz, representante del Consejo Regional Wixárika por la Defensa de Wirikuta con Javier Sicilia, Alfonso Cuarón, Diego Luna, Alejandro González Iñárritu y Sergio Arau. Esto también es significativo porque semanas después se estrena la película *Hecho en México*, donde aparece el grupo El Venado Azul junto a Rubén Albarrán, vocalista de Café Tacuba, cantando la “Cumbia Cusnela”.

En septiembre la actividad de Tamatsima Wahaa sigue en la misma vena informativa y de denuncia, difundiendo la participación del Consejo Regional Wixárika en el Congreso Nacional de Antropología en Morelia y la compra de edificios históricos por la empresa minera Bonanza. Asimismo, se difunden el apoyo del Centro Mexicano de Derecho Ambiental y de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza a favor de la defensa de Cabo Pulmo y Wirikuta.

Con la recomendación de la CNDH a finales de septiembre, el mes de octubre se caracterizó por reacciones de representantes de las comunidades wixaritaris. Asimismo, se difundió el estudio justificativo para la creación de la Reserva de la Biosfera de Wirikuta y la participación del Consejo Regional Wixárika en el III Foro de Pueblos Originarios de la Sierra Tarahumara en Defensa de sus territorios. La difusión ha continuado y el 7 de noviembre se publicó la invitación a la conferencia de prensa que dará el Consejo para fijar su postura sobre la propuesta hecha por la Semarnat.

REDES SOCIALES, ACCIÓN POLÍTICA EFECTIVA Y AGENDA PÚBLICA

En nuestros dos casos de estudio se observa que las TIC han motivado nuevas formas de relación y de articulación de la participación ciudadana. En particular, han logrado diluir las fronteras entre círculos con una distancia social importante. Los sitios “En defensa de...” hacen que se construya un discurso colectivo anónimo, ya que generalmente los sitios son administrados por varias personas. Este discurso se nutre también de las publicaciones en los muros, lo que va dándole al discurso nuevos matices que buscan enlazar los movimientos. Por ejemplo, las elecciones marcaron un momento importante en las dos redes sociales que analizamos, ambas simpatizaron con el movimiento #YoSoy132 e hicieron apariciones con el Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad.

El dinamismo de las redes sociales es detonado por este intenso flujo de información y de opiniones diversas. La libertad con la que se puede pegar un vínculo o compartir una nota o reflexión permite

que muchas personas participen y generen sinergia. Paradójicamente, esto parecería ser una debilidad de las redes sociales como herramientas para concretar acciones sociales efectivas, ya que muchas veces las publicaciones distraen de la causa que originó la red social en cuestión. Asimismo, muchas personas se limitan a marcar una publicación con “me gusta”, pero no se involucran activamente en los movimientos.

Por lo tanto, coincido parcialmente con Della Porta y Mosca en que estos lazos son muchas veces débiles por sus características de dispersión y volatilidad. Sin embargo, esto sólo es en la escala más amplia de la red social. Facebook también permite a pequeña escala comunicar simultáneamente a grupos de personas sobre una situación amenazadora o una movilización. Así, las OSC se ponen en relación y potencian su capacidad de acción, ampliando sus redes de solidaridad al confluir en Facebook. Es decir, saben quién puede producir un video o quién está en la zona para organizar actividades en torno a la causa. Pueden promover sus proyectos, compartir información o conseguir apoyo financiero o de difusión. Esto ahorra mucho tiempo, es menos desgastante y más efectivo, ya que quien quiera apoyar las actividades sólo tiene que presentarse en el lugar o ponerse en contacto a través de un mensaje en el mail de Facebook.

En cuanto al ingreso de los temas en la agenda pública, en el caso de Tamatsima Wahaa podemos decir que fue efectivo. El involucramiento de las autoridades tradicionales wixaritaris en actividades de *lobby*, nacional e internacional, así como la incorporación de personalidades públicas en la causa, ha permitido estructurar una campaña de comunicación efectiva y contundente que cuestionó la responsabilidad social de las empresas canadienses y demandó el cumplimiento de los compromisos del gobierno federal *vis-à-vis* del pueblo wixárika. El tema de Wirikuta entró a la agenda pública en el momento en que se declaró Reserva Minera Federal y más claramente cuando la CNDH emitió la recomendación 56/2012, en donde la Semarnat se vio obligada a fijar una postura y, por lo tanto, a proponer que la zona se catalogue como Área Natural Protegida bajo la categoría de Reserva de la Biosfera; dicha categoría permitiría restringir ampliamente el tipo de actividades humanas que se llevan a cabo en el sitio.

En el caso de En Defensa del Migrante Centroamericano no se generó un discurso unificado y que sentara una posición específica con respecto a la Ley de Migración, sólo se limitó a difundir los puntos que las OSC de derechos humanos estaban discutiendo. Su capacidad de movilización para contrarrestar la campaña xenofóbica que surgió en la localidad fue nula, ya que no lograron generar sinergias con las OSC con más experiencia.

Estos dos caminos divergentes pueden observarse en el tipo de actividad que registran los sitios de Facebook: en el caso de Tamat-sima Wahaa es dinámica y se está logrando un discurso con un hilo conductor definido, mientras que en el de En Defensa del Migrante Centroamericano la mayor actividad que se registra es de personas que publican en el muro mensajes de apoyo, anuncios sobre temáticas relacionadas, pero muchas veces son comentarios personales y causas que no tienen nada que ver con la problemática de los derechos humanos de los transmigrantes.

Se puede decir que las redes sociales son herramientas de empoderamiento porque en ambos casos les dio voz a grupos excluidos de la sociedad que pudieron demandar, en sus términos, el respeto de sus derechos. Las alianzas con OSC, organismos internacionales, intelectuales y personalidades públicas permitió, en el caso de Tamat-sima Wahaa, la adquisición de una capacidad real para interponer un amparo y frenar las concesiones mineras. En el otro caso esto fue más difícil porque los organizadores del sitio eran jóvenes inexperimentados y no lograron articularse con las OSC nacionales y centroamericanas.

CONCLUSIÓN

Las TIC han sido un motor de cambio social en lo que toca a la creación de vínculos. Esto ha potenciado la acción política efectiva y cierto nivel de empoderamiento de grupos en situación de exclusión. El espacio de expresión que brinda Facebook motiva los procesos de contraestigma, es decir, le da un valor positivo a una característica que históricamente era justificación para la marginación. En el caso de Ta-

matsima Wahaa se pone en relieve el carácter ancestral, místico y sagrado de Wirikuta. Los wixaritaris se vuelven los actores de la conservación del patrimonio natural y cultural de la nación. La cultura wixárika se difunde bajo formas noveles y permite sacarla de los espacios rígidos y limitados del museo y convertir en un ente vivo de la mexicanidad actual.

En el caso de En Defensa del Migrante Centroamericano lo que se logró fue hacer aparecer las voces de los hasta ese momento “invisibles”, pues en México la migración sólo se concebía como un flujo unidireccional del norte de México hacia Estados Unidos. Se reconocían los abusos que sufrían los migrantes mexicanos en ese país pero se decidía cerrar los ojos ante las vejaciones que sufrían los transmigrantes centroamericanos a su paso por México.

En el caso de Tamatsima Wahaa se originó un movimiento unificado que ha generado un *lobby*, el cual tal vez en el futuro próximo logre que la zona de Wirikuta sea una Reserva de la Biosfera. Resta ver si las comunidades wixaritaris serán escuchadas y sus derechos territoriales serán respetados para que puedan continuar reproduciendo sus actividades productivas y rituales.

Este artículo sólo pretende dar pistas sobre las nuevas configuraciones de vínculos sociales que potencian las redes sociales, sin embargo, para saber si concretan nuevas formas de acción política efectiva se necesita llevar a cabo una investigación más exhaustiva y que compare otros casos. Asimismo, puesto que se trata de fenómenos recientes es necesario hacer un seguimiento longitudinal que permita evaluar el impacto que tendrán como vectores de cambio social.

BIBLIOGRAFÍA

DELLA PORTA, Donatella y Lorenzo MOSCA

2005 “Global Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements”, en *International Public Policy*, núm. 25, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 165-190.

ELIAS, Norbert

1997 *Logiques de l'exclusion*, París, Fayard.

GONZÁLEZ COSTILLA, Onésimo *et al.*

- 2007 “Flórula vascular en la Sierra de Catorce y territorios adyacentes, San Luis Potosí, México”, en *Acta Botánica Mexicana*, núm. 78, Pátzcuaro, Instituto de Ecología, pp. 1-38.

NATAL MARTÍNEZ, Alejandro

- 2010 “La perspectiva del empoderamiento: el evangelio de las organizaciones de la sociedad civil”, en *Revista de Administración Pública*, vol. XLV, núm. 2, México, INAP, pp. 27-56.

ROBLES, José Manuel

- 2009 *Ciudadanía digital: una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*, Barcelona, UOC.

TAKET, Ann

- 2009 *Theorising Social Exclusion*, Nueva York, Routledge.

VAN LAER, Jeroen

- 2007 “Internet Use and Protest Participation: How do Icts Affect Mobilization”, en *Politieke Wetenschappen*, Amberes, Universiteit Antwerp.

Fuentes electrónicas

CENTRO NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL (Cencos)

- 2012 en <<http://cencos.org/taxonomy/term/254>>, consultado el 7 de noviembre.

COMISIÓN NACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

- 2012 en <http://www.cndh.org.mx/recomendaciones_1990_2012>, consultado el 7 de noviembre.

EN DEFENSA DEL MIGRANTE CENTROAMERICANO

- 2012 en <<http://www.facebook.com/endefensa.delmigrantecentroamericano>>, consultado el 26 de agosto y el 7 de septiembre.

TAMATSIMA WAHAA

- 2012 en <<http://www.facebook.com/tamatsima.wahaa.5>>, consultado el 26 de agosto y el 6 de noviembre.

Jóvenes, redes sociales y participación política: una crónica del movimiento social #YoSoy132 en México

Gladys Ortiz Henderson*
Ozziel Nájera Espinosa**

INTRODUCCIÓN

Este artículo se debe al interés que han despertado los acontecimientos de los últimos meses de 2012 en México, no sólo porque los actores involucrados son las y los jóvenes y éstos ya han sido sujetos de estudio en nuestras investigaciones, sino también por las implicaciones sociales y políticas que el movimiento #YoSoy132 podría tener en la historia de nuestro país. El texto se basa en el seguimiento de distintos medios de comunicación en línea, de redes sociales virtuales y de foros en internet, así como de nuestra participación en algunos de los eventos que se narran. Si bien no es un estudio exhaustivo, pretende ser una introducción y breve compendio de los hechos más importantes que tuvieron lugar de mayo a julio de 2012 y que dieron un vuelco no sólo a la manera en que las y los jóvenes se habían imaginado o representado en cuanto a sus formas de participación y a su involucramiento con los asuntos políticos, sino también a la actitud más bien pasiva que la mayoría de la gente había mostrado ante los procesos electorales de los últimos tiempos en México. Las fuentes de información que se mencionan al final son sólo una parte de una muestra de videos, notas informativas y datos obtenidos de internet, la cual no se adjunta completa por la cantidad y el espacio que representa.

* Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma, Estado de México.

** Universidad Iberoamericana, ciudad de México.

ANTECEDENTES: LA FIL Y AMLO EN LA IBERO

Dos hechos marcaron la cadena de acontecimientos que a continuación se expondrán y que pueden tomarse en cuenta como parte de los eslabones del subsecuente Gran Rechazo, con mayúsculas, tal y como lo escribiría Herbert Marcuse en su obra *Un ensayo sobre la liberación* en los años sesenta del siglo XX. El primero es el desacierto que tuvo el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Enrique Peña Nieto, en la Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara en diciembre de 2011; el segundo es la visita que tuvo el candidato de las izquierdas (Partido de la Revolución Democrática, Partido del Trabajo y Movimiento Ciudadano) Andrés Manuel López Obrador a la Universidad Iberoamericana en el mes de abril de 2012. Hechos que, en el marco del proceso electoral que recién arrancaba y en el que se elegiría —no sólo, pero principalmente— al presidente de México, dieron lugar al desarrollo de un clima político y ciudadano que posiblemente nadie pudo haber imaginado antes de mayo de 2012.

En diciembre de 2011 el candidato del PRI-PVEM, Enrique Peña Nieto, comenzó a ser el centro de las críticas en las redes sociales y de gran parte del público mediático en general cuando en la FIL de Guadalajara no pudo recordar los libros que más habían influido en su vida, además de confundir autores y sólo mencionar a la Biblia como uno de éstos: chistes en internet, videos, burlas, cartones, tuits, etc., circularon en diferentes medios dando cuenta de la poca asertividad del candidato y de su ignorancia con respecto a la lectura. El candidato salió relativamente bien librado cuando tomó este tropiezo con humor, pero las críticas en internet se incrementaron cuando su hija, al salir en su defensa a través de Twitter, llamó a los críticos de su papá “prole” y “pendejos” (Redacción, *proceso.com.mx*, 5 de diciembre de 2011).

Meses después, la Universidad Iberoamericana de la ciudad de México inició una serie de eventos —a través del denominado “Foro Buen Ciudadano Ibero”— que consistían en invitar a los distintos candidatos a la Presidencia de la República para que dialogaran con sus estudiantes y la comunidad en general; nadie esperó que cuando

el 23 de abril apareció el candidato de las izquierdas (PRD, PT y Movimiento Ciudadano), Andrés Manuel López Obrador, una buena parte del alumnado lo despediría gritando al unísono: “¡Presidente, presidente!” (Vergara, *proceso.com.mx*, 23 de abril de 2012).

A pesar del antecedente en la FIL y de los aplausos que López Obrador había recibido en la Universidad Iberoamericana, el candidato del PRI-PVEM no se intimidó y se animó a enfrentar a una audiencia estudiantil que siempre ha sido temida por los políticos que pretenden ocupar algún puesto de elección popular. Sin embargo, la Iberoamericana no era la UNAM y no habría nada que temer ya que los estudiantes de las universidades privadas no habían sido reconocidos por su interés político o actitud crítica en el pasado. Pero los estrategias de la campaña del PRI-PVEM no midieron el calor que se gestaba y que ya habían mostrado los usuarios de las redes sociales cuando el 6 de mayo, día del primer debate presidencial, uno de los *Trending Topics* (TT) o tema central en Twitter fue #Queremosdebateno futbol, ya que simultáneamente al debate presidencial se transmitió el partido de fútbol entre Monarcas y Tigres por Televisión Azteca. La televisora del Ajusco echó más leña al fuego de los ya de por sí molestos internautas cuando el presidente de la misma, Ricardo Salinas Pliego, en su cuenta de Twitter contestó: “Si quieren debate, véanlo por Televisa, si no, vean el fútbol por Azteca. Yo les paso los *ratings* al día siguiente” (Pereyra, *proceso.com.mx*, 30 de abril de 2012).

**EL DESPERTAR POLÍTICO
DE LAS Y LOS JÓVENES EN MÉXICO:
11 DE MAYO DE 2012**

Todo comenzó un viernes al que se calificó como “negro” cuando el candidato presidencial, que a decir de algunas encuestas¹ encabezaba

¹ El 13 de marzo de 2012, la encuesta de Consulta Mitofsky, le daba 39 por ciento de las preferencias ciudadanas a Enrique Peña Nieto, candidato del PRI; Josefina Vázquez Mota, abanderada del PAN, se posicionaba con 24 por ciento; mientras que Andrés Manuel López Obrador, aspirante del PRD-PT-Movimiento Ciudadano, tenía 18 por ciento y Gabriel Quadri, candidato de Nueva Alianza,

las preferencias electorales, Enrique Peña Nieto, realizó la esperada visita a la Universidad Iberoamericana, visita que resultó desafortunada para su propia imagen y estrategia de campaña, pero afortunada para la historia política de México. El candidato se encontró con jóvenes pensantes, críticos y activos, que no sólo lo recibieron con pancartas de denuncia y gritos de inconformidad, sino también con preguntas asertivas sobre su desempeño como ex gobernador del Estado de México, haciendo alusión a los asesinatos cometidos en Atenco bajo su mandato, su cercanía a los más arcaicos círculos de poder del partido al que representaba y su evidente proximidad con el conglomerado mediático de Televisa. El 11 de mayo de 2012 es una fecha memorable para México pues hacía mucho tiempo que las y los jóvenes no se mostraban como agentes participativos e interesados en las cuestiones políticas, más bien solían ser vistos e imaginados como apáticos y poco involucrados en los asuntos públicos; ese día quedó algo muy claro: las y los jóvenes ya no eran los mismos de una década o dos atrás y, por lo tanto, los partidos políticos y gobernantes ya no los podían tratar igual.

El mensaje que aquel grupo de jóvenes estudiantes lanzó hacia Enrique Peña Nieto y su partido político no fue interpretado en aquel momento de manera correcta ni por el candidato, ni por sus estrategias de campaña, y en lugar de escuchar a esta nueva generación de jóvenes preocupados, demandantes y ávidos de respuestas, optaron por la descalificación. El presidente nacional del PRI, Pedro Joaquín Coldwell, minimizó los actos ocurridos ese viernes y comentó que las demandas provenían de “un puñado de jóvenes que no son representativos de la comunidad de la Ibero”, que habían tenido una “actitud de intolerancia”; del mismo modo el coordinador nacional de senadores del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) —partido aliado del PRI—, Arturo Escobar y Vega, señaló en entrevista

no llegaba a uno por ciento. Para el 17 de abril de 2012 la encuesta del grupo Milenio/GEA/ISA anunciaba que Peña Nieto contaba con 55 por ciento de las preferencias ciudadanas; Josefina Vázquez Mota tenía 23.9 por ciento; López Obrador se posicionaba con 19.1 por ciento, y Gabriel Quadri con dos por ciento (Rosas, *El Economista.mx*, 13 de marzo de 2012; *Milenio.com*, 17 de abril de 2012).

telefónica que el grupo de quejosos “no pasaba de 20 personas”, que no eran jóvenes porque tenían entre “30 a 35 años para arriba” y que además habían proferido insultos al candidato y “amagos de agresión física” (Lucas, *El Financiero Online*, 11 de mayo de 2012).

Si bien la protesta juvenil del llamado “viernes negro” hubiera sido una más de tantas protestas que no son vistas ni escuchadas y que se pierden como dato informativo en el caudal mediático diario, lo inusual fue que las y los jóvenes estudiantes que estuvieron presentes en el Foro Buen Ciudadano Ibero ese día grabaron con sus celulares y subieron a las redes sociales los videos y fotografías de todo lo ocurrido ahí en tiempo real. Ese mismo viernes los usuarios de las redes sociales en México y en el mundo ya sabían que el candidato Peña Nieto “se había escondido en el baño” cuando no tuvo escapatoria al verse rodeado de jóvenes que vociferaban cosas tales como: “¡La Ibero no te quiere!”, “¡Atenco no se olvida!”, “¡Fuera, fuera, fuera!”, el *trendig topic* tanto en Twitter como en Facebook de ese viernes fue #MeEscondoEnElBañoComoEPN, lo que desató una serie de burlas hacia el proceder del candidato en distintos espacios virtuales. La estrategia de evitar la realidad del despertar juvenil siguió el cauce incorrecto, pues el equipo de campaña del PRI-PVEM lanzó inmediatamente un video de supuestos estudiantes de la Universidad Iberoamericana que avalaban al candidato, error garrafal, pues se descubrió que todo eso era falso y que los jóvenes que aparecían en el video no eran estudiantes de la Ibero, además de haber sido obligados a pronunciarse en éste; el video de la mentira tuvo que ser eliminado de internet, no sin antes ser objeto de una cruenta crítica por parte de los usuarios de las redes sociales. Es ahí cuando se inicia de manera más intensa la guerra virtual entre las y los jóvenes que ya no quieren ser manipulados y el equipo de campaña que con todos sus recursos y energía apoyará hasta el final al candidato del partido que tras 12 años de retiro forzoso de la presidencia se ha propuesto regresar. Las jóvenes y las redes sociales virtuales se convierten en protagonistas de un movimiento juvenil que abanderó el estandarte de la esperanza por el cambio que tanto se había esperado y que tanto había tardado en ocurrir en México.

LAS REDES SOCIALES Y EL SURGIMIENTO DEL MOVIMIENTO #YO SOY 132

Durante varios días el *trending topic* en las redes sociales, sobre todo en Twitter, fue lo sucedido con el candidato del PRI durante su visita a la Universidad Iberoamericana. Para el sábado 12 de mayo, un día después del citado evento, los tuiteros escribían: #EPNlaIBERONOTE quiere, asimismo #MeEscondoEnElBañoComoEPN seguía como tema en segundo lugar; los *memes* y fotografías en contra del candidato se acrecentaban conforme avanzaba el día. Por su parte, los “*ectivistas*” o “*peñabots*”, gente pagada por el equipo de campaña de Peña Nieto para revertir la tendencia en las redes sociales a favor del candidato, trataron de colocar en la agenda del día los temas #EctivismoConEPN y #LaIberoconPeña, mismos que lograron también quedar entre los principales tópicos. Para el domingo 13 de mayo, el *TT* es el de #MarchaAntiEPN, en el que se convoca a una marcha para el 19 de mayo en contra del candidato Enrique Peña Nieto, que iniciaría en el Zócalo de la ciudad de México y culminaría en el Ángel de la Independencia, convocatoria que estuvo rodeada de descalificaciones, amenazas sin remitente, dudas sobre su origen y la posibilidad del desencadenamiento de violencia a partir de ésta.

Para el lunes 15 de mayo, ante la descalificación y minimización de las protestas de las y los jóvenes por parte no sólo del equipo del candidato presidencial Enrique Peña Nieto, sino también por parte de algunos comentaristas de televisión —principalmente del consorcio mediático Televisa— un grupo de jóvenes de la Universidad Iberoamericana realiza un video que hace público a través de las redes sociales, con el cual responden a sus críticos para demostrar que no eran “*porros*”, “*acarreados*”, ni tampoco “*pertenecientes a partido político*” alguno. En este video aparecían 131 alumnos de la Iberoamericana que con su nombre y credencial en mano aclaraban al principio: “Estimados Pedro Joaquín Coldwell, Arturo Escobar y Emilio Gamboa, así como medios de comunicación de dudosa neutralidad: usamos nuestro derecho de réplica para desmentirlos. Somos estudiantes de la *Ibero*, no *acarreados*, ni *porros*, y nadie nos entrenó

para nada”. Seis horas después de la publicación del video en la red social YouTube, éste había sido reproducido por 21 mil 747 usuarios (Olivares, *La Jornada en línea*, 15 de mayo de 2012).

El video fue sin duda un detonante para despertar la conciencia de los jóvenes y de algunos no tan jóvenes. Inmediatamente, también a través de las redes sociales, otros tantos se sumaron a esta iniciativa para dejar claro que mucha gente no dejaría que le impusieran a ningún candidato mediante artilugios mediáticos, y que las y los jóvenes del citado video y manifestantes de aquel viernes en la Ibero no estaban solos, pues en todo el país había decenas de miles de inconformes con la manera como se estaba llevando a cabo el proceso electoral en México, con el desdén mostrado por la mayoría de los gobernantes hacia la ciudadanía en tiempos electorales, con la imposición mediática de la denominada tele-basura y programas con poco contenido social y cultural que desde hacía años practicaba Televisa —y por supuesto también Televisión Azteca— sobre sus audiencias cautivas.

En fin, el hartazgo superó la desidia y los 131 jóvenes se convirtieron en muchos más, miles más, que enarbolaron el estandarte “YoSoy132”: jóvenes universitarios del Distrito Federal y de otras partes de la República, de universidades públicas y privadas que por primera vez en la historia se unían a través de las redes sociales con el *hash tag* que encabezó la lista de los temas más recurrentes en Twitter: YoSoy132. La marcha que se había convocado días antes, para el sábado 19 de mayo, en contra del candidato Peña Nieto, se convirtió en un llamado de carácter nacional; ni siquiera los “peñabots” lograron revertir la tendencia de esa semana en las redes sociales para dar a conocer un movimiento que comenzó a cobrar forma con la primera marcha de otras tantas que habría y que se tituló en aquel momento #MarchaYoSoy132. Por cierto que, algunos días después, el rector de la Universidad Iberoamericana, el doctor José María Morales Orozco, denunciaría que estudiantes del movimiento habían recibido llamadas telefónicas intimidatorias y amenazas a través de las redes sociales, por lo que expresó su profundo apoyo a las alumnas y alumnos autores de tan controvertido video (Redacción, *proceso.com.mx*, 23 de mayo de 2012).

LA MARCHA ANTIEPN: 19 DE MAYO DE 2012

El sábado 19 de mayo de 2012 las y los jóvenes, pero también gente de otras edades y de diversos orígenes sociales, se sumaron a la marcha antiEPN que fue convocada a través de las redes sociales. La marcha original se llevaría a cabo en el Distrito Federal, del Zócalo al Ángel de la Independencia, pero la salida a las calles también se imitó en diferentes estados de la República mexicana, e incluso con jóvenes mexicanos localizados en diferentes países. La unidad repentina de jóvenes en las calles se convirtió en una ola de gritos alegres y consignas en contra del candidato priísta y de Televisa, así como también en contra de figuras políticas como Carlos Salinas de Gortari —ex presidente de México del periodo de 1988 a 1994—, así como en una fiesta de creativas pancartas que apuntaban “Yo soy prole, pero sé leer”, “Gracias Ibero por este viernes negro”, “Ibero aguanta, el Poli se levanta”, entre otras.

Fue una marcha memorable pues estuvo formada tanto por jóvenes como por gente simpatizante del despertar político juvenil, pero en la que estuvieron ausentes figuras políticas o sindicales, tal y como —se temía— podría haber ocurrido. Asimismo, en un acto de solidaridad la red de *hacktivistas* Anonymous se sumó a las protestas inhabilitando la página del PRI nacional. El ímpetu y algarabía fue tanto aquel día que muchos de los asistentes a la marcha imaginaron el final de una historia mexicana llena de corrupción y manipulación y el nacimiento de un nuevo momento histórico más activo, más consciente políticamente, en el que los políticos y gobernantes dejarían de una vez por todas de mentir y de utilizar los medios de comunicación en beneficio propio, en el que realmente se dedicaran a gobernar para sacar a la gente de la miseria, extendiendo a todos y a todas las oportunidades educativas, de salud y culturales.

Aunque Televisa —citando a la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal— anunció a través de Twitter que a la marcha habían asistido diez mil personas, la cadena CNN afirmó que habrían sido 46 mil las personas que salieron a las calles ese día. Éste fue un tema presente durante varios días en la agenda de las redes sociales, a tal grado que en un encabezado del informativo CNN en línea

se anunciaba “Universitarios desplazan a candidatos y se apoderan de las redes sociales” (S/A, *cnn en línea*, 21 de mayo de 2012), pues a pesar de los esfuerzos del equipo de Peña Nieto por mantenerse al alza en las redes sociales y por pulir una imagen que parecía cada vez más deteriorada, las y los usuarios de internet no dieron tregua.

Para el día 20 de mayo también se llevaría a cabo otra marcha llamada “Manifestación mundial a favor de AMLO”, la cual tuvo ciertos ecos en redes sociales y mostraba fotos de los apoyos al candidato de la izquierda alrededor del mundo. Esta manifestación, si bien tuvo una gran afluencia de gente, fue opacada por la enorme expresión política que se llevó a las calles el día anterior. El mensaje que las y los jóvenes y los manifestantes en general dejaron entrever fue que no estaban “a favor” de un candidato en particular, sino más bien “en contra”, y la figura que condensó todo el malestar generalizado fue en ese momento Enrique Peña Nieto.

Al día siguiente, el lunes 21 de mayo, un grupo de estudiantes de la Universidad Iberoamericana volvió a publicar un video en YouTube titulado “Invitación a Protesta / Mensaje a Grupo Milenio y partidos políticos” en el que mostraban sus credenciales y daban a conocer su posición apartidista a favor de la democratización de los medios de comunicación e invitaban principalmente al Grupo Milenio —al que se le acusó de ser poco objetivo en sus informaciones y en sus encuestas— y a los partidos políticos a sumarse a unas elecciones más sanas y transparentes. Cabe mencionar que hasta la misma candidata a presidenta del Partido Acción Nacional (PAN) Josefina Vázquez Mota dio a conocer un desplegado en el que pedía que los medios dejaran de manipular la información con el objetivo de deslindarse de una supuesta vinculación con la organización de las marchas, según una nota publicada por el Grupo Milenio (Redacción, *Aristegui Noticias*, 21 de mayo de 2012).

LA MARCHA #YO SOY 132: 23 DE MAYO DE 2012

Las y los jóvenes, cada vez más entusiastas y con el poder que gran parte de la sociedad les había conferido, salen nuevamente a las ca-

lles para manifestarse pero ahora bajo el estandarte “#YoSoy132”, además de convocar a una asamblea para discutir los puntos, objetivos y acuerdos en los que se concentraría su movimiento. El miércoles 23 de mayo se reúnen en el monumento conocido popularmente como la “Estafa de Luz” —por el excesivo gasto que el gobierno en turno realizó para su construcción— u oficialmente llamado Estela de Luz, lugar que se convirtió en una fiesta vespertina de gritos y abucheos en contra del candidato Peña Nieto y en un llamado pleno a la democratización de los medios de comunicación. La manifestación marchó desde el punto de reunión hasta el monumento del Ángel de la Independencia, posteriormente un grupo decidió seguir hasta el Zócalo para hacer una parada estratégica frente a las instalaciones de Televisa.

El siguiente sábado 26 de mayo las y los jóvenes se concentraron de nuevo en la Plaza de las Tres Culturas, pero ahora para llegar a acuerdos: con un escenario de fondo emblemático por lo que representa para la historia sangrienta del México moderno, las y los jóvenes de diferentes universidades, públicas y privadas, provenientes de distintos orígenes sociales y con diversas tendencias políticas, acordaron que su movimiento sería apartidista y que su objetivo sería no sólo quedarse en las redes sociales, sino también salir a las calles para llegar a más gente a través de brigadas de información; asimismo, anunciaron que las movilizaciones, marchas y asambleas continuarían incluso después de las elecciones. Las y los jóvenes tenían algo muy claro: las redes sociales no lo eran todo y había que salir a las calles, además de que, pasara lo que pasara, el primero de julio su movimiento no podía cesar.

Fueron días de gran intensidad política y ciudadana que no sólo se expresó en las redes sociales virtuales, sino también en una serie de actividades que las y los jóvenes organizaron en favor de la equidad informativa para llevar a cabo unas elecciones más transparentes y, por lo tanto, más democráticas. #YoSoy132 lanzó una convocatoria para apagar la televisión y no ver canales de Televisa los días 25 y 27 de mayo, así como el día 30 de 19 a 21 horas, esto último como respuesta a un programa de televisión —Tercer Grado— en el que periodistas pertenecientes al consorcio mediático citado entrevista-

ron al candidato Enrique Peña Nieto, entrevista a la que se acusó de haber sido planeada y grabada con antelación para que saliera victorioso. Cabe decir que aunque se le cuidó lo más posible en este programa, la tendencia en las redes sociales fue más bien de crítica —y hasta de burla— y en los *TT* de la semana se podían leer líneas tales como #YoViAUnPendejoEn3erGrado y #RespondoComoEPN, haciendo alusión a lo poco asertivo que parecía ser el candidato a la hora de contestar, según la percepción de los usuarios y usuarias de internet (s/a, *SDP.Noticias.com*, 24 de mayo de 2012).

Aunque las encuestas² seguían reivindicando a Peña Nieto como el candidato favorito entre la población, el candidato de las izquierdas (PRD, PT y Movimiento Ciudadano), Andrés Manuel López Obrador, tomó gran fuerza a partir de todo este tipo de manifestaciones juveniles, pues si bien el movimiento se declaró apartidista, una considerable proporción de las juventudes simpatizaban con su candidatura, situación que se hizo manifiesta cuando el lunes 21 de mayo se reunieron miles de jóvenes en la Plaza de las Tres Culturas para apoyar a López Obrador, quien atónito y aún sorprendido de la favorable respuesta juvenil derramó algunas lágrimas ante sus seguidores (Olivares, *La Jornada en línea*, 22 de mayo de 2012).

“PRIMAVERA MEXICANA, INVIERNO DE PEÑA NIETO”

Para fines de mayo y principios de junio de 2012 el PRI se encontraba en plena crisis. No sólo su candidato estaba en el ojo del huracán perdiendo día a día posibles votos, sino también se dio a conocer que uno de los integrantes prominentes de ese partido, el ex gobernador

² El 22 de mayo de 2012 la encuesta de la empresa Mitofsky publicó que Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) continuaba como puntero con 37.9 por ciento, seguido de Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) con 20.5 por ciento; Josefina Vázquez Mota (PAN) se situaba en tercer lugar al llegar a 20.1 por ciento y Gabriel Quadri (Panal) contaba con 1.8 por ciento; 19.7 por ciento de los encuestados no declaró su preferencia por algún candidato. Por su parte, el 25 de mayo, la encuesta del grupo Milenio/GEA/ISA le daba 45.9 por ciento de las preferencias ciudadanas a Enrique Peña Nieto; Josefina Vázquez Mota se posicionaba con 24.9 por ciento; mientras que Andrés Manuel López Obrador tenía 24.7 por ciento y Gabriel Quadri llegaba a 4.5 por ciento (Rosas, *El Economista.mx*, 22 de mayo de 2012; *Milenio.com*, 25 de mayo de 2012).

de Tamaulipas, Tomás Yarrington, había sido acusado en Estados Unidos de la adquisición de inmuebles con dinero presuntamente ilícito. Otra nota que resultó ser un golpe duro tanto para el PRI, como para Televisa fue la que apareció en el periódico británico *The Guardian*, en el que se afirmaba que la televisora efectivamente había vendido espacios privilegiados a Peña Nieto y que había un acuerdo explícito para denigrar la imagen del candidato Andrés Manuel López Obrador. Esta información resultó ser una prueba contundente para todos aquellos que lo sospechaban pero que no lo podían demostrar, tal y como una y otra vez lo exhibían las y los jóvenes inconformes. Para ese entonces la batalla por las redes sociales estaba completamente perdida para el PRI y su aliado el PVEM, pues era un territorio juvenil al que no supieron cómo abordar desde el inicio.

La estrategia que siguieron el PRI y Televisa fue la siguiente: no atacaron al movimiento juvenil de manera directa, pues se comprendió que esto fue un detonante de lo ocurrido desde aquel viernes fatídico para la campaña de su candidato, sino más bien comenzaron una estrategia más velada. Por un lado, Televisa cumplió con la petición del movimiento juvenil de transmitir en cadena nacional el segundo debate entre los candidatos presidenciales, pero por otro lado las denuncias de que algunos miembros del movimiento #YoSoy132 habían sido amenazados y de que otros jóvenes habían sido atacados de manera violenta —sobre todo en algunos estados del interior de la República— aumentaron considerablemente en las redes sociales. Para el 30 de mayo los seguidores de Peña Nieto y los “peñabots” arreciaron su carga y situaron como *trending topic* el #AMLOcompravotos a partir de un video en el que un miembro del PRD supuestamente aparece comprando votos (s/a, *Mensaje Político*, 30 de mayo de 2012). Al mismo tiempo, el conocido político “Niño Verde”, Jorge Emilio González Martínez, del PVEM, llamó “ninis” a los integrantes del movimiento juvenil y en un evento público hizo un llamado para que “se pongan a trabajar” (s/a, *Quintana Roo al Día*, 30 de mayo de 2012). Ésta es una imagen muy común que algunos sectores de la sociedad comenzaron a circular en los medios para desestimar al movimiento: la imagen de los jóvenes como aquellos que no trabajan, que no aportan nada a la sociedad, como si su manifestación se tratara de un berrinche propio de la edad, sin razón ni fundamento.

El PAN y su candidata a la presidencia, Josefina Vázquez Mota, también entraron en crisis pues Manuel Espino, ex dirigente del PAN, y el ex presidente de México e integrante de este partido, Vicente Fox, hicieron un llamado para cerrar filas en torno al candidato del PRI, con el argumento de apoyar a quien en ese momento se perfilaba como el puntero en las encuestas; por supuesto, las reacciones en ese partido no se dejaron esperar y no sólo se les tachó de traicioneros, sino también se discutió la posible expulsión de Vicente Fox. Quizás por este revés o por la cada vez más errada campaña política de la candidata, que la colocaba en tercer lugar en las preferencias electorales según las encuestas de aquel momento, es que el PAN, en voz de su presidente Gustavo Madero, hizo un reconocimiento al movimiento juvenil #YoSoy132. Habían permanecido al margen de opinar al respecto, sin embargo, el 9 de junio, en una conferencia de prensa, hicieron un reconocimiento a las y los jóvenes por haberse manifestado ante la imposición mediática que representaba Enrique Peña Nieto (Martínez, *La Jornada en línea*, 9 de junio de 2012).

Otro factor que conmovió a la ciudadanía y se sumó como componente relevante fueron los diálogos que Javier Sicilia —activista por la paz en apoyo a las víctimas de la guerra contra el crimen en México— tuvo en el Castillo de Chapultepec con los candidatos y la candidata a presidente de México. En éstos dejó notar su desprecio por la indiferencia que mostró Enrique Peña Nieto ante las víctimas del crimen organizado, culpó de la violenta situación del país al partido de Josefina Vázquez Mota, hizo hincapié en el caso omiso que había hecho el partido que encabezaba López Obrador ante el crimen y señaló como farsante al candidato por el Partido Nueva Alianza (Panal), Gabriel Quadri, quien representaba, para Sicilia, la “usurpación de las candidaturas ciudadanas” (Sierra, *Excélsior en línea*, 29 de mayo de 2012).

LA ASAMBLEA #YO SOY 132: 30 DE MAYO DE 2012

El movimiento #YoSoy132 se consolidaba cada vez más como un grupo formado de diversas voces juveniles que en ocasiones parece-

rían disonantes. Para el 28 de mayo a las cuatro de la tarde decidieron ocupar la Secretaría de Gobernación con el fin de exigir que el debate presidencial se transmitiera en cadena nacional. La petición fue denegada bajo el argumento de que esa decisión era competencia de las televisoras y no del Estado. Para este momento las acciones políticas de las y los jóvenes estudiantes no se detuvieron y el mismo grupo de la Ibero que lanzó el video que desataría el movimiento #YoSoy132 lanzó un nuevo comunicado por YouTube en el que invitaba a las y los ciudadanos a convertirse en observadores electorales.

Para el 29 de mayo los universitarios activos en el movimiento lanzaron en conjunto el Manifiesto #YoSoy132 una vez más vía YouTube en el que exigen que la situación de miseria, desempleo y violencia en el país sea resuelta de inmediato, pues consideran que el sistema económico y político actual no respondía a las demandas de los mexicanos. Algo que brilla en estas producciones realizadas por las y los jóvenes es la calidad con que se elaboraron, el lenguaje audiovisual, el discurso crítico y el espíritu de protesta y participación política y ciudadana de la juventud mexicana.

Dos días después, el 30 de mayo, el movimiento juvenil llevó a cabo una asamblea general en Ciudad Universitaria en la que participaron más de 150 voceros de diferentes planteles educativos y universidades públicas y privadas de todo el país, con el objetivo de definir las acciones concretas que llevaría a cabo el movimiento estudiantil. Se calcula que a este evento asistieron cerca de siete mil participantes que se organizaron en 15 mesas de debate, dentro de las que se tocaron los siguientes temas (*Manual de Brigadeo #Yosoy132*; Martínez, *Animal Político*, 31 de mayo de 2012; Morales y Gómez, *El Universal.mx*, 31 de mayo de 2012):

- Espacios públicos y medios de comunicación
- Postura del movimiento
- Información y transparencia del resultado de la elección
- La organización y plan de acción del movimiento
- Métodos de participación y difusión
- Mesa de arte y cultura
- Mesa de ciencia y nuevas tecnologías

- Política educativa
- Violencia, resistencia y alianzas del movimiento con otras organizaciones
- Democratización de los órganos directivos de universidades públicas y privadas
- Mesa de medio ambiente
- Mesa de agenda poselectoral y conformación de una agenda transnacional para trascender
- Participación de migrantes

Entre las universidades que participaron en dicha asamblea estaban la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Intercontinental, la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, el Tecnológico de Monterrey, la Universidad Iberoamericana, la Casa Lamm, la Universidad del Valle de México, la Universidad Autónoma de Barcelona, el Centro de Investigación y Docencia Económica, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, el Instituto Politécnico Nacional, el Colegio Madrid, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, la Universidad Autónoma de Nuevo León, la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad del Claustro de Sor Juana, la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la Universidad Panamericana y la Universidad de las Américas de Puebla, entre otras.

La asamblea terminó después de ocho horas al grito de “¡Goya, Goya!” en las instalaciones de Ciudad Universitaria. Los comentarios que se hacían en Twitter sobre la asamblea proyectaban un clima de confianza y de unión pacífica entre los universitarios de México, quienes a pesar del poco amigable sol primaveral de ese día regresaron felices a sus casas con la esperanza de instaurar un nuevo orden en México.

Esa misma noche lanzaron un comunicado a través de Scribd y otros medios de comunicación y redes sociales en el que daban a conocer, entre otros puntos, estar en contra de la manipulación mediática, en contra de la imposición de Enrique Peña Nieto, en contra de la reforma energética y de Pemex; en el comunicado también le pedían al Instituto Federal Electoral que la Universidad Nacional Autónoma

de México participe en el conteo de votos, además de exigir un juicio político a la líder sindical Elba Esther Gordillo y al presidente en funciones, Felipe Calderón, por las muertes ocurridas durante su sexenio.

Las y los universitarios a estas alturas tienen puntos de acuerdo como el rechazo a la imposición de Peña Nieto como candidato oficial apoyado por Televisa y la lucha a favor de la apertura mediática, sin embargo, existen posturas de contraste en cuanto a otros temas como el de la política neoliberal o el juicio político al presidente Felipe Calderón por la cantidad de muertes ocurridas durante su sexenio. Esto se miró desde afuera —sobre todo por los adversarios— como una debilidad del movimiento juvenil y una posible causa de su ruptura y futura desaparición, sin embargo, las marchas y movilizaciones juveniles siguen adelante en diferentes puntos de México y del mundo, tanto fuera como dentro de internet.

El primer fin de semana de junio, jóvenes de Baja California, Tamaulipas, Sinaloa y Tlaxcala, entre otros, también marchan en repudio del candidato Peña Nieto, otro tanto hacen jóvenes mexicanos ubicados en España. Para el siguiente fin de semana, el viernes 8 de junio, algunos jóvenes simpatizantes del movimiento #YoSoy132 se presentan en el estadio Azteca en el partido de fútbol México contra Guyana mostrando pancartas, levantando mantas, gritando consignas; las fuerzas de porros supuestamente enviados por el PRI no estuvieron ausentes y para frenar la manifestación generan un violento enfrentamiento dentro del estadio. Los tuits en contra de tal acto criminal no cesaron durante ese fin de semana, con condenas y vapuleos para el candidato Peña Nieto a través del título #EnriquePorroNieto.

Para ese momento ya no se hablaba más de un “viernes negro” sino de una “Primavera Mexicana” en alusión a que este despertar político podría parecerse a otros similares ocurridos de manera reciente en diferentes partes del mundo, tal y como aquel situado en el mundo árabe y que tuvo como objetivo el deshacerse de sus dictadores y desarrollar una serie de transformaciones estructurales sociales y políticas, o con aquellos que cimbraron las plazas principales de decenas de ciudades europeas y estadounidenses en 2011 con la etiqueta de los “indignados”, cuando miles de jóvenes salen a las calles para

protestar por el desempleo, pobreza y marginación que origina el modelo económico establecido. Aunque con características locales muy particulares, el movimiento #YoSoy132 se vio como un botón más de muestra de que algo global está ocurriendo, la gente, los ciudadanos y los jóvenes no están conformes, los gobiernos y el sistema económico no funcionan; sólo faltaba un detonante para que esta nueva generación de jóvenes brincara y se sumara a lo que ocurría en el mundo. México llegó tarde al movimiento social globalizado, pero finalmente llegó; ahora las y los jóvenes mexicanos estarían concentrados en el próximo domingo primero de julio para velar por unas elecciones limpias y democráticas.

Puede señalarse que uno de los aciertos más grandes fue el debate entre los candidatos y la candidata a la presidencia organizado por jóvenes integrantes del movimiento #YoSoy132, al que no acudió el candidato del PRI-PVEM. Aunque ya se habían realizado dos debates organizados por el Instituto Federal Electoral antes, las y los jóvenes decidieron hacer el suyo con un formato en el que se podía ver a los candidatos y la candidata interactuar y debatir de manera más natural y no tan cerrada, tal y como ocurría en los debates oficiales. Fue un evento en el que las y los jóvenes demostraron tanto su capacidad de organización como su compromiso por la participación democrática y su objetivo de democratizar el proceso electoral. El debate se llevó a cabo el 19 de junio a las 8 de la noche en las instalaciones de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal y se transmitió vía internet; aunque la transmisión fue en algunos momentos fallida, al finalizar las y los jóvenes organizadores fueron felicitados por distintas figuras políticas, quienes apreciaron el esfuerzo; todo esto a pesar de los continuos intentos de disuadir el movimiento con jóvenes infiltrados que sembraban la discordia en su interior, sobre todo al insistir en los vínculos que algunos miembros del movimiento guardaban con el PRD y su candidato López Obrador.

El 30 de junio no sólo las y los jóvenes del #YoSoy132 estaban listos, muchos de ellos se habían organizado como observadores de casillas, otros más como observadores cibernéticos a través de las redes virtuales. Se hizo un llamado a denunciar cualquier tipo de fraude y a tomar fotografías de las casillas para corroborar que no hubiera

ningún cambio en los números reportados al finalizar el conteo. No sólo los jóvenes estuvieron alertas, muchas otras personas de diferentes edades y estratos sociales, ciudadanos y ciudadanas comprometidos, se sumaron a este esfuerzo por evitar un posible fraude electoral que diera el triunfo al candidato Enrique Peña Nieto.

**“NO VAMOS A RENDIRNOS, NOS MANTENDREMOS
UNIDOS Y ORGANIZADOS”: #YO SOY 132**

El lunes 2 de julio,³ aunque no había terminado el conteo de los votos, se anunciaba al ganador de la contienda: el candidato del PRI-PVEM, Enrique Peña Nieto. Ante algunas evidencias de la compra masiva de votos en algunos puntos del país, el movimiento #YoSoy132 exigió con pruebas en mano al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) que se limpiara el proceso electoral y que se invalidara la fraudulenta elección con lo que denominaron “Estrategia #132”. Aunque existieron evidencias de la compra de votos, sobre todo con el descubrimiento de lavado de dinero a través del grupo financiero Monex —llamado también Monexgate— para la emisión de tarjetas prepagadas que se usaron para la compra de votos, éstas no fueron tomadas en cuenta en aquel momento por las instancias electorales correspondientes para hacer una revisión profunda de la elección. El mensaje fue claro tanto para las y los jóvenes del movimiento #YoSoy132 como para el resto de la sociedad; no había vuelta de hoja, así marcharan, protestaran, salieran a las calles o buscaran más evidencias que pudieran invalidar la elección, debía respetarse el resultado final.

El movimiento #YoSoy132 tuvo una terrible lección al chocar con la impenetrable pared de aquellos que se encuentran en la cúpula del poder. Las redes sociales, las movilizaciones, las brigadas estudiantiles, la participación e involucramiento ciudadano no son suficientes

³ Según el conteo rápido de votos realizado por el Instituto Federal Electoral (IFE) Peña Nieto tenía entre 37.93 y 38.55 por ciento de los votos; López Obrador tenía entre 30.9 y 31.86 por ciento; Vázquez Mota entre 25.1 y 26.3 por ciento; Quadri entre 2.2 y 2.5 por ciento (Cortés y García, *El Universal.mx*, 2 de julio de 2012).

cuando el dinero y el poder se mueven en otro sentido. No es de sorprender que días después de la elección se notara y se hablara de un estado de ánimo sombrío y desesperanzado, incluso de la depresión en la que habría caído el casi 60 por ciento del electorado que no votó por Peña Nieto. Y, sin embargo, las y los jóvenes comprometidos con el movimiento no se han rendido y han decidido seguir adelante, ahora más convencidos de que tendrán que fortalecerse aún más como movimiento organizado vigilante de la democracia. El problema es que no todos continuaron con el interés y empuje mostrado días antes y un ejemplo de ello es el abandono de las redes sociales por parte de algunos usuarios, o el cambio de intereses en éstas a partir de la disminución de los tópicos que abordaban la temática de las elecciones en México. Sin duda el tema se fue enfriando con el tiempo y ésa ha sido la apuesta de quienes desestimaron el movimiento desde el principio.

Si bien desde su inicio el movimiento #YoSoy132 había sido calificado de forma negativa por algunos sectores de la sociedad, hoy es posible notar cómo se habla de ellos con más ímpetu desacreditando su lucha por limpiar la elección, como si se tratase de una necedad sin sentido. Incluso ante las quejas que se difundían a través de redes sociales por algunos miembros o simpatizantes del movimiento ante lo sucedido en las elecciones, muchos usuarios ofendidos por tal actitud escribían cosas como “Mi Facebook no es una sala de quejas” o “Mi Facebook no es la Fepade”, con lo que se hacía un llamado a dejar las cosas como estaban y no seguir con el asunto. Esto aunado a que uno de los quejosos era el candidato de las izquierdas, Andrés Manuel López Obrador, quien decidió impugnar la elección, sin embargo, debido a la difundida imagen del candidato como alguien necio que no acepta los resultados electorales y que, por lo tanto, no respeta las instituciones —imagen construida seis años antes en las pasadas elecciones en México— no ayudó a que las imputaciones fueran del todo reconocidas por algunos ciudadanos adversos a este personaje político. En resumen, todo aquel que no estuvo de acuerdo con el proceso electoral y que se arriesgó a mostrar evidencias de su turbiedad era tildado como alguien “fuera de la ley”.

Las y los jóvenes de la llamada “generación x” —aquellos nacidos entre los años setenta y ochenta del siglo xx— habían sido etiquetados como jóvenes que no participaban, apáticos a todo tipo de manifestación política, sin interés en asuntos del orden público; los adultos se quejaban de estas actitudes y recordaban el cómo años antes una generación había hecho historia al mostrar su actividad política en las manifestaciones acaecidas a finales de los sesenta y principios de los setenta. Casi medio siglo después las y los jóvenes se hacen visibles nuevamente como sujetos activos, participativos e interesados en el acontecer nacional y mundial, reivindicando el hecho de que ser joven no es sinónimo de indiferencia social, tal y como se nos hizo creer durante varias décadas. Sin embargo, muchos de quienes añoraban el pasado y soñaban con una juventud participativa se retractan de pronto y ante el inminente descontento casi generalizado prefieren acallar a las voces disidentes para que todo quede tal y como está, que el dinero y el poder sigan en las manos de quienes están, que la juventud vuelva a su escuela, a sus casas —o al desempleo y a la calle— pero que no molesten más. Una de las paradojas de ser joven se presenta: si eres joven debes participar, tienes que ser *por naturaleza* activo y quizá hasta irreverente, siempre y cuando este comportamiento no trastoque la estructura social y económica del mundo adulto establecido.⁴

Lo sucedido en el proceso electoral de 2012 también es muestra del papel que juegan las redes sociales virtuales como catapultas del descontento y como herramientas útiles en la generación y propagación de un movimiento social. Aunque lo que desencadena el movimiento #YoSoy132 es algo que ocurre en la realidad *real*, su continuación y desarrollo se procura gracias al mundo en línea, a la existencia de internet y de las redes sociales. En este sentido, la lucha más intensa en todo este proceso se dio en los foros, blogs, redes sociales, Twitter, Facebook, pero solamente se hizo presente para la demás gente que no acostumbra conectarse —por falta de acceso o de costumbre— a

⁴ Para Rodríguez (2002:41) la juventud contemporánea se enfrenta a un doble mandato que ocasiona una paradoja, el primer mandato es “obedece”, es decir, sométele al sistema de dependencias y disciplina, pero por otro lado el segundo mandato es “sé tú mismo”, es decir, “te ordeno que desobedezcas”.

través de las marchas, en las calles, de boca en boca. En los días cercanos a la elección la querrela entre los simpatizantes del movimiento #YoSoy132, sobre todo de aquellos que apoyaban al candidato López Obrador, y aquellos que apoyaban al candidato Peña Nieto fue incansable, cruda y hasta simbólicamente sanguinaria. Sin embargo, como bien se sabe, la realidad *virtual* es sólo una pequeña parte de todos aquellos componentes que podrían o no generar un cambio social, y al final no fue determinante para vencer a quien se perfiló como el enemigo favorito de tuiteros y *facebookeros*. En este sentido, recordemos que en México tiene acceso a internet sólo 35 por ciento de la población (según la Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI, el número de usuarios de internet en México en 2012 es de 40.6 millones).

Con la frase “No vamos a rendirnos, nos mantendremos unidos y organizados”, las y los jóvenes inconformes siguen en pie de lucha por lograr que su voz sea escuchada y por invalidar los resultados de una elección que una vez más —como pasó en el año 2006— no fue del todo transparente ni tampoco limpia. Las juntas siguen, las asambleas, reuniones y marchas, a pesar de que algunas personas antes simpatizantes ya se han desligado y han vuelto a sus ocupaciones cotidianas, lo que podría haber debilitado al movimiento. Para el 7 de julio se realizó una nueva marcha en donde miles de jóvenes expresaron su repudio ante los resultados electorales; para el 27 de julio cientos de jóvenes integrantes del movimiento acudieron a las instalaciones de Televisa para realizar una toma simbólica. Una clave para que este movimiento no se pierda entre toda la información que circula en las redes sociales virtuales y en los acontecimientos que día a día construyen historia, es que el resto de las ciudadanas y ciudadanos estén atentos y se sumen al clamor del movimiento; sólo así sería probable calificar al movimiento como una verdadera Primavera Mexicana, si es éste el epígrafe que le corresponde.

BIBLIOGRAFÍA

RODRÍGUEZ, Félix

2002 *Comunicación y cultura juvenil*, Barcelona, Ariel.

Hemerografía consultada en línea

ADNPOLÍTICO.COM

- 2012 “Visita de Peña a la Ibero acapara *trending topics* en twitter”, 11 de mayo, en <<http://www.adnpolitico.com/2012/2012/05/11/pena-nieto-acapara-6-trending-topics-en-twitter/>>, consultado el 12 de mayo.

ANIMAL POLÍTICO

- 2012 “Anonymous inhabilita página del PRI y se suma a marcha anti epn”, 19 de mayo, en <<http://www.animalpolitico.com/2012/05/anonymous-inhabilita-pagina-del-pri-y-se-suma-a-marcha-anti-epn/>>consultado el 20 de mayo.

ARISTEGUI NOTICIAS

- 2012 “Josefina a ‘Milenio’: es ofensivo que manipulen los hechos”, 21 de mayo, en <<http://aristeguinoticias.com/2105/post-elecciones/josefina-a-milenio-es-ofensivo-que-manipulen-los-hechos/>>consultado el 21 de mayo.
- 2012a “Advierte #YoSoy132 riesgos si el TEPJF no invalida elección”, 19 de julio, en <<http://aristeguinoticias.com/invalididad-de-eleccion-o-riesgo-de-estallido-social-yosoy132/>>, consultado el 17 de agosto.
- 2012b “Realizan nueva marcha contra imposición de Peña Nieto”, 22 de julio, en <<http://aristeguinoticias.com/realizan-nueva-marcha-contrainposicion-de-pena-nieto/>>, consultado el 23 de julio.

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET (AMIPCI)

- 2012 “Hábitos de los usuarios de internet en México”, en <<http://www.amipci.org.mx/?p=editomultimediafile&multimedia=115&type=1>>, consultado el 24 de julio.

CERVANTES, Jesusa

- 2012 “El ‘viernes negro’ y el repudio estudiantil contra Peña Nieto”, en <proceso.com.mx>, 19 de mayo, consultado el 20 de mayo en <<http://www.proceso.com.mx/?p=308031>>.

CNN MÉXICO

- 2012 “Universitarios desplazan a candidatos y se apoderan de las redes sociales”, 21 de mayo, en <<http://mexico.cnn.com/>>

nacional/2012/05/21/universitarios-desplazan-a-candidatos-y-se-apoderan-de-las-redes-sociales>, consultado el 22 de mayo.

CORTÉS, Nayeli y Carina GARCÍA

2012 “IFE otorga ventaja a EPN”, en <www.eluniversal.com>, 2 de julio, en <<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/198074.html>>, consultado el 3 de julio.

EL ECONOMISTA.MX

2012 “*The Guardian* confirma alianza Televisa-Peña Nieto”, 7 de junio, en <<http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/07/the-guardian-revela-alianza-televisa-pena-nieto>>, consultado el 7 de junio.

ESTEVA, Gustavo

2012 “¿Primavera mexicana?”, en *La Jornada en línea*, 28 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/28/opinion/018a1pol>>, consultado el 28 de mayo.

ESTROP, Armando

2012 “Se enciende la alarma en el tricolor”, en *Reporte Índigo*, 28 de mayo, disponible en <<http://www.reporteindigo.com/reportemexico/se-enciende-la-alarma-en-el-tricolor>>, consultado el 29 de mayo

GARCÍA, Arturo y Laura POY

2012 “Soy 132 por la miseria que veo”, en *La Jornada en línea*, 3 de junio, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/03/politica/002n1pol>>, consultado el 4 de junio.

GÓMEZ, Ciro

2012 “Ahí están tus ratings, Salinas”, en *Milenio en línea*, 1 de septiembre, disponible en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9146837>>, consultado el 1 de septiembre.

GUARDIOLA, Andrés (corresponsal)

2012 “Fox pide cerrar filas con Peña; ‘es claro que se perfila un ganador’”, en *Excelsior en línea*, 4 de junio, disponible en <http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&seccion=seccion-nacional&cat=1&id_nota=838718>, consultado el 4 de junio.

IGARTÚA, Santiago

- 2012 “Filtraciones y videos, intentos por resquebrajar #YoSoy132”, en <proceso.com.mx>, 18 de junio, disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=311418>>, consultado el 19 de junio.

EL UNIVERSAL

- 2012 “La trama del caso Monex”, en *El Universal.mx*, 19 de julio, disponible en <<http://www.eluniversal.com.mx/notas/860009.html>>, consultado el 17 de agosto.

LEÓN, Raymundo; Javier VALDEZ, Carlos FIGUEROA y Hugo VARELA (corresponsales)

- 2012 “Marchan estudiantes en diversos estados contra Televisa y Peña Nieto”, en *La Jornada en línea*, 3 de junio, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/03/politica/004n2pol>>, consultado el 3 de junio.

LUCAS, Nicolás (redactor)

- 2012 “PRI: un puñado de jóvenes increpa a Peña Nieto”, en *El Financiero online*, 11 de mayo, disponible en <http://www.elfinanciero.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=19426&itemid=26>, consultado el 12 de mayo.

MANUAL DE BRIGADEO #YOSOY132

- 2012 <<http://espaciolibremexico.wordpress.com/2012/06/09/manual-de-brigadeo-yosoy132/>>, consultado el 19 de agosto.

MARTÍNEZ, Ernesto

- 2012 “Reconoce Madero a #YoSoy132”, en *La Jornada en línea*, 9 de junio, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/10/politica/012n4pol>>, consultado el 9 de junio.

MARTÍNEZ, París

- 2012 “Los acuerdos alcanzados en la asamblea #YoSoy 132”, en *Animal Político*, 31 de mayo, disponible en <<http://www.animalpolitico.com/2012/05/los-acuerdos-alcanzados-en-la-asamblea-yosoy132/>>, consultado el 9 de junio.

MENSAJE POLÍTICO

- 2012 “Los 25 tuiteros más influyentes en el trending topic #amlo-compravotos”, 30 de mayo, en <<http://www.mensajepoliti>

co.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=2995: los-25-tuiteros-m%C3%A1s-influyentes-en-trending-topic-%29>, consultado el 30 de mayo.

MILENIO.COM

- 2012 “Peña Nieto mantiene ventaja de 14 puntos sobre Josefina”, 7 de abril, en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias/2011/61ef06a7ca0db96c205cf8e489ccde19>>, consultado el 28 de julio
- 2012a “Peña Nieto tiene 21 puntos de ventaja en las preferencias”, 25 de mayo, en <<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias/2011/7d7faf30c77ed1b745b449f6c4c0ed39>>, consultado el 28 de junio.

MORALES, Alberto y Natalia GÓMEZ

- 2012 “Congrega asamblea a más de 54 universidades”, en *El Universal.mx*, 31 de mayo, disponible en <<http://www.eluniversal.com.mx/primer/39573.html>>, consultado el 1 de junio.

OLIVARES, Emir

- 2012 “No somos porros ni acarreados responden alumnos de la Ibero que increparon a Peña”, en *La Jornada en línea*, 15 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/15/politica/011n1pol>>, consultado el 11 de junio.
- 2012a “Los jóvenes realizarán la hazaña de transformar al país: AMLO”, en *La Jornada en línea*, 22 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/22/politica/003n1pol>>, consultado el 22 de mayo
- 2012b “Hoy en CU, primera reunión oficial de voceros del movimiento #YoSoy132”, en *La Jornada en línea*, 5 de junio, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/05/politica/012n1pol>>, consultado el 6 de junio.

PEREYRA, Beatriz

- 2012 “Si quieren debate, vean Televisa; si quieren futbol, TV Azteca: Salinas Pliego”, 30 de abril, en <<http://www.proceso.com.mx/?p=305991>>, consultado el 5 de mayo.

POSADA, Olivia y Alonso URRUTIA

- 2012 “Protestas obligan a transmitir el debate en canal 2”, en *La Jornada en línea*, 29 de mayo, disponible en <<http://www>.

jornada.unam.mx/2012/05/29/politica/004n2pol>, consultado el 29 de mayo.

POY, Laura

2012 “Alumnos de escuelas públicas y privadas se manifestarán hoy en la *estela de luz*”, en *La Jornada en línea*, 23 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/23/politica/016n2pol>>, consultado el 23 de mayo.

2012a “Llama #YoSoy132 a dar un apagón a Televisa y TV azteca el 30 de mayo”, en *La Jornada en línea*, 25 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/25/politica/005n1pol>>, consultado el 26 de mayo.

2012b “Se dispara en redes sociales demanda de democratizar TV y otros medios informativos”, en *La Jornada en línea*, 26 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/26/politica/002n1pol>>, consultado el 26 de mayo.

_____ y Arturo GARCÍA

2012 “Acuerdan universitarios: el movimiento será plural y apartidista, no apolítico”, en *La Jornada en línea*, 27 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/27/politica/002n1pol>>, consultado el 28 de mayo.

PROCESO (redacción)

2012 “Rector de la Ibero denuncia amenazas contra ‘somos más de 131’”, en *proceso.com.mx*, 23 de mayo, disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=308528>>, consultado el 24 de mayo.

2011 “Peña da lección a su hija de ‘respeto’ y ‘tolerancia’”, en *proceso.com.mx*, 5 de diciembre, disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=290178>>, consultado el 20 de mayo.

QUINTANA ROO AL DÍA

2012 “El niño verde llama ninis a #YoSoy132”, 30 de mayo, en <<http://www.quintanarooaldia.com/noticia/el-nino-verde-llama-ninis-a-yosoy132/14733/>>, consultado el 30 de mayo.

RESÉNDIZ, Francisco

2012 “Peña declina ir a debate propuesto por #YoSoy132”, en *El Universal.mx*, 7 de junio, disponible en <<http://www.eluniversal.com.mx/notas/852111.html>>, consultado el 7 de junio.

ROSAS, Tania

2012 “Peña Nieto mantiene la cabeza en las encuestas”, en *El Economista.mx*, 13 de marzo, disponible en <<http://economista.com.mx/sociedad/2012/03/13/pena-nieto-cae-2-puntos-indecisos-aumentan-mitofsky>>, consultado el 28 de julio.

2012a “AMLO rebasa a Vázquez Mota”, en *El Economista.mx*, 22 de mayo, disponible en <<http://economista.com.mx/sociedad/2012/05/22/amlo-josefina-empatan-pena-se-mantiene-adelante>>, consultado el 28 de junio.

SÁNCHEZ, Tania y Alejandro CRUZ

2012 “Lleva el PRI miles de acarreados al Azteca para oponerlos al #YoSoy132”, en *La Jornada en línea*, 9 de junio, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/09/politica/009n2pol>>, consultado el 9 de junio.

SDP.NOTICIAS.COM

2012 “Se pitorrean de participación de Peña Nieto en tercer grado”, 24 de mayo, en <<http://www.sdpnoticias.com/nacional/2012/05/24/se-pitorrean-de-participacion-de-pena-nieto-en-tercer-grado>>, consultado el 25 de mayo.

SIERRA, Yuriria

2012 “Sicilia y los candidatos”, en *Excélsior en línea*, 29 de mayo, disponible en <http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&seccion=especial-dinero-hacker&cat=28&id_nota=837436>, consultado el 29 de mayo.

TEJEDA, Armando (corresponsal)

2012 “Se movilizan mexicanos en Madrid y repudian el posible retorno del PRI”, en *La Jornada en línea*, 3 de junio, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/03/politica/003n1pol>>, consultado el 3 de junio.

UNIRADIOINFORMA.COM

2012 “Consideran diputados que el debate de #YoSoy132 favorece la democracia”, 18 de junio, en <<http://uniradioinforma.com/noticias/politica/articulo125135.html>>, consultado el 20 de junio.

URRUTIA, Alonso

- 2012 “Del Twitter al zócalo a favor de López Obrador”, en *La Jornada en línea*, 21 de mayo, disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/21/politica/003n1pol>>, consultado el 21 de mayo.

VERGARA, Rosalía

- 2012 “Razonar voto, insta AMLO en la Ibero; lo despiden con ‘¡presidente, presidente!’”, en *proceso.com.mx*, 23 de abril, disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=305260>>, consultado el 24 de abril.

VILLAMIL, Jenaro

- 2012 “Televisa y la primavera mexicana”, en *proceso.com.mx*, 22 de mayo, disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=308393>>, consultado el 23 de mayo.

VIVAS, María Luisa

- 2012 “Rechazo a EPN en la Ibero es ‘trending topic’ mundial”, en *proceso.com.mx*, 11 de mayo, disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=307144>>, consultado el 12 de mayo.

Videos

GRILLONAUTAS2

- 2012 “Alumnos de la Ibero responden a PRI, PVEM y medios de comunicación de dudosa neutralidad”, en *youtube.com*, 14 de mayo, disponible en <<http://www.youtube.com/watch?v=j7jbgprcfqg>>, consultado el 15 de mayo.

R3CR30

- 2012 “Invitación a protesta | mensaje a Grupo Milenio y partidos políticos”, en *youtube.com*, 21 de mayo, disponible en <<http://www.youtube.com/watch?v=pzyxgvcd8lk>>, consultado el 22 de mayo.

Hactivismo y participación política

Alejandro Natal*

Rodrigo Perera**

Yo no puedo decir a mis muchachos que el único modo de amar la ley es obedecerla. Lo que puedo decirles es que deberán tener las leyes de los hombres en tal consideración que deberán observarlas cuando sean justas (es decir, cuando sean la fuerza del débil). Cuando por el contrario vean que no son justas (es decir, cuando no sancionen el abuso del fuerte) deberán luchar para cambiarlas [...] Hay que tener el valor de decir a los jóvenes que todos somos soberanos, con lo cual la obediencia ya no es una virtud, sino la más engañosa de las tentaciones; que no crean poder escudarse con ella ni ante los hombres ni ante Dios; que es preciso que cada uno se sienta el único responsable de todo.

MILANI, 2000:3-8 y 21-27

INTRODUCCIÓN

En este artículo discutimos cómo internet está transformando las formas de participación no convencional y está revolucionando el repertorio de acción colectiva, en especial nos enfocamos al análisis de una forma de participación no convencional *online*, el *hactivismo*.

En general la participación política, entendida como las actividades realizadas por ciudadanos privados con el objetivo de influen-

* Profesor del Departamento de Procesos Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma.

** Estudiante de la Maestría en Políticas Públicas de la Universidad Autónoma del Estado de México.

ciar la selección del personal de gobierno y/o las acciones que ellos toman (Verba y Nie, 2009), se puede dividir en participación política convencional y no convencional. Aunque la diferencia entre ambas no es simple, comúnmente se acepta que ésta radica en el empleo o no de vías institucionales por las que se conduce la acción.

Así, clasificamos como *convencionales* a las formas de participación que delimitan su involucramiento a través de las vías institucionales, es decir aquellas formas de participación como votar, el activismo en partidos políticos, el involucramiento en grupos de interés, firmar peticiones, contactar legisladores o trabajar con otros para resolver algún problema local (McAllister y Stephen White, 2009). En contraste, la participación no convencional se refiere a aquellas acciones que no son previsibles, que generalmente se dan en circuitos marginales de la política y que pueden ser desde manifestaciones planeadas conforme a las normas (por ejemplo las marchas y mítines), acciones grupales que no se anuncian (pintar bardas o colocar mantas), hasta acciones colectivas clandestinas que pueden transgredir la ley, como la revuelta o el boicot. El estudio de este repertorio de acciones de participación política no convencionales presenta retos conceptuales y metodológicos para las ciencias sociales, sin embargo es absolutamente necesario enfrentarlo en la medida en que estas acciones se multiplican y hacen cada vez más evidente su utilidad política.

Mientras que las acciones colectivas convencionales están altamente influidas por el contexto social y político, las menos institucionalizadas dependen más de percepciones y evaluaciones individuales y colectivas sobre alternativas y posibilidades de cambio social. Las no convencionales son expresiones que poseen una lógica interna y no necesariamente están validadas por la sociedad en su conjunto (Contreras, Correa y García y Barragán, 2005). Esto hace que las formas de participación no convencional se sitúen en la frontera entre la institucionalidad y el cambio, lo que siempre es controversial. Por ejemplo, para algunos autores, desde los sesenta y setenta la protesta política se ha considerado como otra forma de actividad política convencional (Barnes y Kaase, 1979; Muller, 1979), mientras que para

otros (por ejemplo, Reicher, 1990) sigue siendo no convencional. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han añadido complejidad a esta de ya controversial discusión entre formas convencionales y no convencionales, y han cambiado en mucho la forma que toman la participación no convencional y el activismo.

Para plantear esta discusión hemos dividido este artículo en varias secciones. En la primera analizamos algunos aspectos importantes de la participación en línea. Después nos centramos en las llamadas dimensiones de la participación política en internet, en donde proponemos una nueva dimensión, el carácter no lucrativo. En la tercera sección, la parte central de nuestro artículo comenzamos nuestro análisis del *hacktivismo*, primero analizándolo desde un enfoque de desobediencia civil, para luego revisarlo desde las propias dimensiones de la participación política. Terminamos esta sección con algunas referencias interesantes para la historia del *hacktivismo* en el mundo y para las breves experiencias que ha habido en México.

PARTICIPACIÓN ONLINE

Por su inmediatez, ubicuidad y bajo costo, las nuevas tecnologías de información y comunicación han provocado cambios importantes en nuestra comunicación política. En particular, internet ha provocado transformaciones sustanciales, como el que las noticias no son más monopolizadas por agencias, directores de medios o líderes periodísticos, sino producidas por un sinnúmero de fuentes independientes a través de blogs o revistas y periódicos *online*. De la misma manera, la demanda de información en línea sobre diversos asuntos públicos ha convertido a esta herramienta en un medio importante para la comunicación política, con la diferencia de que —en contraste con los medios tradicionales— ésta se puede ubicar en muchas y distintas fuentes. Esta multiautoría y la mayor horizontalidad ha producido una interdependencia informacional y una relación más dinámica entre la opinión pública y la prensa tradicional (véase Jacobs y Shapiro, 2011).

Estos cambios en la comunicación política tienen un paralelo en lo que se refiere a la participación ciudadana. Las TIC, y en especial internet, están expandiendo el repertorio de acciones colectivas. En la participación (tradicional) *offline*, internet facilita y ayuda en términos de organización, movilización y transnacionalización (Van Laer y Van Aest, 2009). En lo que se refiere a la participación *online*, internet está abriendo un mundo de nuevas posibilidades de participación, convencional y no convencional, que van desde plantones virtuales y peticiones hasta el *hacktivismo*.

Pero lo más importante es que estos dos repertorios (convencionales y no convencionales), marchan en paralelo, imbricándose en una *acción colectiva digital*, para crear formas de participación política novedosas. Éste fue el caso de los campamentos de los *indignados* en España, donde se mezclaron las actividades *online* y *offline* al utilizar cámaras de video digital conectadas a la web 24 horas, de esa forma si hubiera algún acto violento por parte de las autoridades, se transmitiría en vivo por internet, además de transparentar su movimiento. Este *siting* también es un ejemplo de cómo la web puede servir como herramienta para organizar acción colectiva real, pero al mismo tiempo, quienes veían la transmisión participaban en esta acción colectiva de manera virtual.

Entre los cambios que internet ha traído al repertorio de la acción colectiva destacan:

1. En lo que se refiere a la acción colectiva, internet es una herramienta de comunicación que da a los actores sociales la posibilidad de masificar, dinamizar y abaratar la comunicación masiva, de difundir mensajes a un público amplio, más de dos billones de usuarios.¹ Estos tres factores de la comunicación *online* permiten a los activistas *virulentar* más rápidamente a las audiencias y expandirse a los medios de comunicación masiva. Así, pueden mandar un mismo mensaje instantáneamente a cientos, miles o millones de direcciones o viceversa, es decir, miles de cartas

¹ *Internet Word Stats*, en <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>, consultado el 2 de noviembre de 2011.

electrónicas pueden ser enviadas a una misma dirección ya sea para sabotear la página, el correo o simplemente para mostrar el apoyo hacia cierta causa, rompiendo así las barreras del espacio y el tiempo.

2. La inmediatez en la comunicación que ofrece internet les otorga a los actores sociales la capacidad de publicar contenidos o invitar a eventos de movilización con una posibilidad baja de ser objetos de censura.²
3. Internet también le proporciona a los actores sociales la capacidad de ser autores y difusores de sus mensajes, a diferencia de lo que sucedía con los medios masivos tradicionales. En ocasiones la intermediación por parte de las editoriales, periodistas o comunicadores podía llegar a descontextualizar los movimientos sociales, darles una visión parcial y sesgada, o incluso atacarlos. Todo esto inhibía la expresión de algunos actores sociales, especialmente aquellos con menos voz. Por el contrario, al dejar de lado la intermediación, internet ha estimulado a aquellos usuarios que tienen “algo que decir”, a producir y emitir mensajes. Más aún, ha proporcionado un espacio público donde los actores sociales pueden expresar libremente sus ideas políticas, causas, propuestas y demandas, y en su caso hacer frente a los embates de los medios oficialistas. Ejemplos como Nodo32 en España, Indymedia a nivel internacional y el Centro de Medios Libres en México, demuestran cómo los movimientos sociales están utilizando internet como un medio para informar y difundir a escala global los diferentes movimientos y protestas a nivel local y global (*glocal*), que se han dado a partir del surgimiento del Movimiento de Resistencia Global, Movimiento de Movimientos o el Movimiento³ en la década de los noventa.

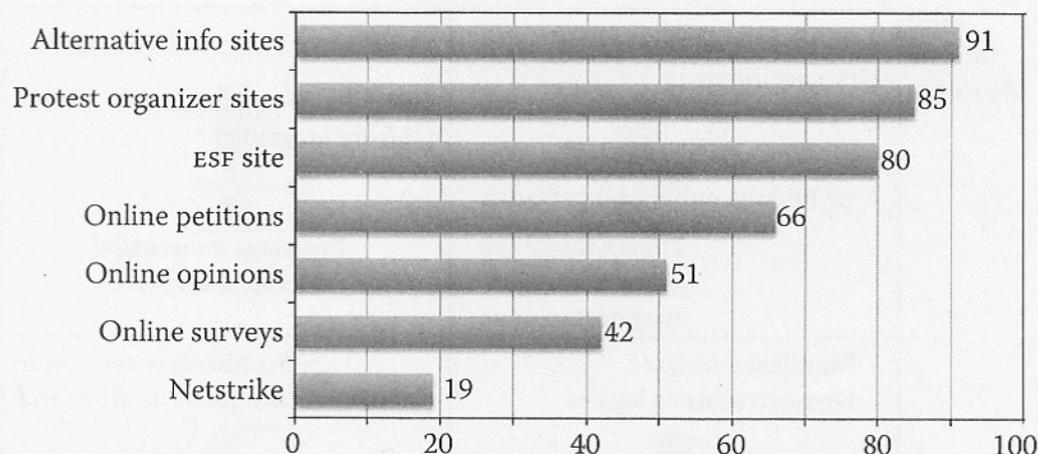
² Posteriormente consideraremos si realmente internet es un medio sin censura en el tema de *hacktivismo*.

³ Debido a la heterogeneidad del Movimiento, varios estudiosos del tema utilizan diferentes nomenclaturas para nombrarlo, más allá de las populares como globalifóbicos y Movimiento Antiglobalización, que por un lado no definen correctamente al Movimiento y por el otro tampoco los actores del Movimiento se sienten identifica-

4. Otra ventaja de internet para la acción colectiva es la posibilidad de que ideas, causas, protestas o propuestas de individuos aislados que de otra forma estarían solos o sentirían que su contribución es marginal, se puedan articular. Más aún, por su capacidad de interconexión, internet permite que los individuos se vinculen con diferentes grupos o redes que luchan por las mismas causas o que tienen algún denominador común, ya sea en su localidad o incluso en otras partes del mundo. Este efecto de construir comunidad es sin duda una de las ventajas más importantes de internet. Dicha internacionalización ha ayudado a denunciar abusos o represiones en contra de movimientos pacíficos, violaciones de derechos humanos, o en su caso, a protegerse de posibles represalias.
5. La digitalización de la fotografía y el video —que también han abaratado y agilizado estas herramientas—, unidas al internet (y su evolución a la web 2.0) se han vuelto un arma multimedia poderosa para los actores sociales, que pueden hacer más dinámicas y atractivas sus demandas o propuestas. Por ello, los activistas usan internet para invitar a participar en sondeos y hacer peticiones en línea, las cuales son una de las herramientas de protesta más conocida y más usada por las organizaciones de activistas.
6. Internet como medio de información es una herramienta muy útil, ya que ofrece diferentes fuentes informativas diversificadas y permite encontrar todo tipo de información, desde la que ofrecen por las fuentes noticiosas tradicionales hasta la información alternativa que generan organizaciones, activistas y movimientos. Por dar un ejemplo, observamos que casi todos los usuarios de internet accedieron a fuentes alternativas para obtener información acerca de qué eventos de protesta estaban organizando los movimientos, así como para tener datos instantáneamente de los contenidos y programas del foro social (véase Della Porta y Mosca, 2005:174) (véase la tabla 1).

dos con estos nombres populares; argumentando que no están contra la globalización sino contra la forma en que se lleva a cabo dicho proceso.

TABLA 1
USO POLÍTICO DE INTERNET POR PARTICIPANTES
EN LA DEMOSTRACIÓN DE FLORENCIA



FUENTE: Donatella Della Porta y Lorenzo Mosca (2005:174).

DIMENSIONES DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN INTERNET

En paralelo a las formas convencionales y no convencionales de la participación en general, las formas en que internet y otras TIC han impactado la participación política pueden analizarse en dos dimensiones relacionadas, la real y la virtual. En primer lugar están las herramientas tradicionales de acción colectiva o acciones “reales” que son *apoyadas* y que se han vuelto más fáciles de organizar y coordinar gracias a internet. Pero los activistas no sólo han incorporado a internet dentro de su repertorio de acción, sino que lo han llevado al interior de la propia red, modificándolo sustancialmente y dándole vida a un nuevo tipo de participación política. A este tipo de acciones algunos autores les han llamado acciones “virtuales”, ya que son formas de participación completamente basadas en internet y que sólo existen a causa de ésta (Van Laer y Van Aelst, 2009). Estas acciones han ido construyendo un nuevo repertorio de acción colectiva *digital*.

A las formas de acción colectiva digital también se les han llamado *e-mobilization* o *dot causes*, entendiendo que son movimientos y

TABLA DE DIMENSIONES DE INTERNET

	Apoyadas por internet	Basadas en internet
Alto umbral de riesgo	<p>Acciones violentas/ Destrucción de la propiedad</p> <p>2</p> <p>Ocupación-bloqueo de lugares públicos o privados</p> <p>Demostraciones transnacionales/ manifestaciones</p>	<p><i>Hactivism</i></p> <p>Guerrilla comunicacional (<i>culture jamming</i>)</p> <p>4</p> <p>Protestas en <i>website</i>/ Media alternativa</p>
Bajo umbral de riesgo	<p>Manifestaciones/ Demostraciones legales</p> <p>1</p> <p>Comportamientos de consumo</p> <p>Donaciones monetarias</p>	<p>Bombardeo por correo electrónico/ Bloqueos de sitios <i>web</i></p> <p>3</p> <p>Peticiones en línea</p>

FUENTE: Jeroen Van Laer y Peter Van Aelst (2009:233).

causas promovidas por grupos desde la red y en las que la organización de actividades recae en gran parte en el espacio de internet (Clark y Themudo, 2003). No obstante, a pesar de sus diferencias, en la realidad ambas formas de acción colectiva tienden a ligarse y servir a estrategias comunes.

Las formas de acción colectiva virtual han recibido cierta atención por parte de estudiosos y activistas. Sin embargo, hay una de ellas, eminentemente virtual y no convencional, que ha sido relativamente poco estudiada, el *hacktivismo*. Esta forma de participación particular es lo que analizamos en la sección que sigue.

HACKTIVISMO.

DESOBEDIENCIA CIVIL Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

El tema de si la desobediencia civil es o no participación política ha sido sujeto de muchas y largas discusiones, desde que éste apareció

en Estados Unidos con el trabajo de Henry David Thoreau (1849). Desde entonces la desobediencia civil (*civil disobedience*) no es vista —en general— por los autores estadounidenses como una forma de participación o activismo, aunque corrientes de pensamiento en otros lugares la identifican como un mecanismo de participación ciudadana que produce formas de acción colectiva no institucional (Olmo Bau, 2006; Bobbio y Matteucci, 1981, entre muchos otros).

Más allá de esta discusión, a la que por razones de espacio no entraremos en este artículo, la desobediencia civil (DC) es un asunto complejo que hay que tratar con meticulosidad. Primero, hay que señalar que la DC es diferente de otras formas de desobediencia, o desobediencia común, en que su objetivo no es desintegrar el orden, sino representa un esfuerzo de proponer un cambio en leyes, regulaciones o conductas precisas. En otras palabras, es una *protesta con propuesta*, de tal suerte que no destruye sino que renueva. Así, la función de la DC es “[...] demostrar públicamente la injusticia de la ley [...] con el fin mediato de inducir al legislador a cambiarla” (Bobbio y Matteucci, 1981:535).

De esta manera, desde nuestro punto de vista, la desobediencia civil puede ser legítima, aunque no sea necesariamente legal, y se da como un

[...] acto voluntario, intencional, premeditado, consciente, público, colectivo, no violento [...] que tiene como pretensión y/o resultado la violación de una ley, disposición gubernativa u orden de la autoridad, cuya validez jurídica puede ser firme o dudosa, pero que en cualquier caso es considerada inmoral, injusta o ilegítima por quienes practican semejante desobediencia transgresora [...] (Olmo Bau, 2006:98).

En este sentido, la desobediencia civil tiene el calificativo de “civil”, justamente porque quien desobedece considera que cometer un acto de transgresión implica —frente a determinada circunstancia— comportarse como un buen ciudadano (Bobbio y Matteucci, 1981:535).

Un punto central de esta discusión, sin embargo, es que la DC debe entenderse como un esfuerzo que busca la construcción de bienes

comunes como, por ejemplo, el ejercicio o ampliación de los derechos económicos, culturales o sociales. Es decir, quienes la practican no están interesados en beneficios individuales o de grupo, sino en construir opinión pública en la sociedad, apelando a un razonamiento sobre el sentido de la justicia y a la aplicación de éste en legislaciones o en políticas públicas específicas (véase Olmo Bau, 2006).

Así las cosas, en este documento entenderemos a la desobediencia civil como una forma compleja de participación política no convencional que genera formas de acción colectiva en general “acción directa”, como la objeción de conciencia, determinadas formas de sabotaje, la resistencia pasiva y otros “[...] *comportamientos que no se corresponden con las normas de ley y de costumbre que regulan la participación política* de nuestros regímenes políticos” (Marsh y Kaase, 1979:41).

Creemos que la DC se da generalmente, y es legítima cuando las vías institucionales cierran los espacios para participar políticamente, cuando existen deficiencias y ausencias de cauces de expresión pública, y/o donde el sistema representativo menoscaba el valor de la opinión pública y de la participación ciudadana (Olmo Bau, 1998). En esos casos, creemos que la transgresión de la legalidad puede ser un derecho de resistencia de los ciudadanos que, por ejemplo, están en favor de la equidad o la democracia, o en contra de la depredación ambiental y cultural.

La DC tiene muchas formas y ha contribuido enormemente en el desarrollo del repertorio de acciones no convencionales. Una de la más recientes es el *hacktivismo*.

HACKTIVISMO Y DIMENSIONES DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA

La digitalización de la información ha hecho que ésta se vuelva más vulnerable. Así, en la actualidad no es necesario robar físicamente la información de alguna oficina de gobierno o bancaria, sino que a través de diversos mecanismos tecnológicos se puede acceder a ella, basta con que esté en la web o se encuentre almacenada en alguna computadora. Este tipo de acciones son altamente controversiales en cuanto

a su ilegalidad y hay discusión sobre si deben ser consideradas formas de activismo o *hacktivismo*.

Aunque aún hay una escasa bibliografía sobre el *hacktivismo*, las opiniones son encontradas. Por un lado, están los que consideran que la ilegalidad del *hacktivismo* cruza los límites legales de la privacidad en la sociedad y por tanto es inaceptable; por el otro, hay autores que sostienen que sus tácticas no convencionales son sólo una evolución a otras de acción directa, utilizadas por activistas y movimientos sociales. Para este grupo de autores el *hacktivismo* es una estrategia novedosa, dramática, no ortodoxa y no institucionalizada de expresión política, que se suma al repertorio de acción colectiva, que los actores sociales utilizan para tratar de moldear la opinión pública y presionar a la autoridad (Van Laer y Van Aelst, 2009).

Para nosotros el *hacktivismo* es un tipo de participación política no convencional, y en ocasiones una forma de desobediencia civil cuyas tácticas y repertorios son no violentos, no lucrativos, que persiguen fines públicos y que están basados en internet o la creación de herramientas digitales que pueden tener ambigüedad legal. El *hacktivismo* es así la unión del activismo político con el *hacking* informático, y combina la formas de transgresiones políticas de la desobediencia civil con las tecnologías y técnicas de los *hackers* informáticos (Samuel, 2004). Esto hace que las acciones del *hacktivismo* tengan un alto umbral, sean de alto riesgo y requieran, por tanto, un nivel mayor de dedicación o compromiso por parte de los activistas.⁴

Siguiendo a Alexandra Samuel podemos observar tres características básicas del *hacktivismo*:

1. El *hacktivismo* no es violento.
2. El *hacktivismo* involucra actividades ilegales o ambiguamente legales, es esto lo que lo diferencia de otras formas no transgresivas de activismo en línea.

⁴ Desde que los estudiosos del tema empezaron a investigar las diferentes formas de acción, ellos notaron una jerarquía en la participación política. Algunas acciones implican mayor riesgo y más compromiso que otras tácticas (Van Laer y Van Aelst, 2009). De este modo, mandar o firmar una carta por internet no representa el mismo riesgo ni compromiso que infiltrarse en páginas del gobierno o sabotear algún sitio de internet.

3. El *hacktivismo* es el uso de herramientas digitales, con el fin de llevar a cabo acciones transgresivas de desobediencia civil.

Para nosotros es necesario añadir una cuarta característica a las que presenta Samuel: el *hacktivismo* es no lucrativo. Es decir, el *hacktivismo* es una acción individual o colectiva que no busca una remuneración económica sino un cambio político o social, en beneficio de una colectividad y no de quien o quienes participan. Algunos beneficios esperables pueden ser un cambio en la legislación, o en las políticas públicas, o bien denunciar acciones del poder público o de empresarios que se consideran injustas.

Esta distinción es importante porque diferencia a los *hackers* contratados por partidos políticos, empresas o grupos de poder para servir a causas particulares, que son pagados y no actúan por convicción; los *hacktivistas* buscan un cambio político o social colectivo.

HISTORIA DEL HACKTIVISMO

La historia del *hacktivismo* comienza con Richard Bucci, un activista contra el aborto que en 1997 *hackeó* la página <www.plannedparenthood.com> e introdujo un mensaje de bienvenida a todos sus visitantes que decía “Welcome to the Planned Parenthood Home Page!”, y en el libro para adherirse a la causa contra el aborto puso un mensaje que decía “The Cost of Abortion”.

Otro caso fue el de Wikileaks (al que se le ha denominado la mayor filtración de documentos de la historia), en el que —desde Bagdad— el soldado Bradley Manning pudo acceder a los servidores del gobierno de Estados Unidos, robando información confidencial y divulgándola a través de Wikileaks.

Enumerar todos los eventos de *hacktivismo* resultaría extraordinariamente extenso y sobrepasaría las posibilidades de este artículo, por ello, para dar una idea del tipo y variedad de las actividades realizadas por los *hacktivistas*, con base en datos de Samuel (2004) presentamos, en la tabla 4, una cronología de las principales acciones de *hacktivismo* de 1997 a 2004.

TABLA 4
CRONOLOGÍA DE HACKTIVISMO POR TEMA Y ÁREA 1997-2004

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política LIS</i>
Febrero-97						Planned Parenthood se interdictó contra el sitio pro-vida <www.plannedparenthood.com>	
Julio-97				CIG se apaga sitio vasco después de la campaña e-mail de bomba correo electrónico			
Agosto-97				"Internet Tigre Negro" ataque Sri Lanka sitios web con bomba e-mail			
Abril-98				EDT Zapatista Floodnet			
Junio-98	Milw0rm hackea el Centro de Investigación Atómica Bhabha						

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política US</i>
Septiembre-98				40 servidores indonesios hackeados con mensaje, "Free Timor Oriental", por piratas portugueses	Venganza NYT, sitio hackeado por partidarios de Mitnick		
Octubre-98	Bronc Buster hackea la Agencia de derechos humanos de China. "Save Kashmir" hackea el sitio de información sobre Cachemira del Gobierno de India						
Enero-99							El sitio <i>moveon.org</i> es redirigido

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política US</i>
							a "Impeach Clinton Now!" en el sitio John Birch Society
Febrero-99						El sitio Archivos de Nuremberg es cortado por ISP	
Mayo-99	Hackers chinos atacan a Estados Unidos, después de las bombas a la Embajada China en Belgrado						
Junio-99	El sitio Falun Gong es hackeado - <www.falunusa.net>						
Agosto-99					Chaos Computer Clu detiene a intergalactic camp	El sitio <godhatesfags.com> es redirigido a godlovesfags site	
Septiembre-99							El sitio Stormfront KKK es hackeado

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política US</i>
Octubre-99					Día Jam Echelon Jon Johansen presenta DeCSS		
Diciembre-99		Manifestación (sitin) de E-hippies con relación a la reunión de la Organización Internacional del Trabajo en Seattle en el Sitio Rtmartk parody	Rtmartk campaign against etoys begins				
Marzo-00	El Grupo pakistano MOS hackea más de 600 sitios indios en una semana				Dave Touretzky crea la Galería de los Descodificadores CSS		
Junio-00			El sitio de Nike es hackeado por S-11, con un mensaje sobre la economía mundial				El Centro de la Política de Violencia (proyecto control de arams) es hackeado

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política LIS</i>
Julio-00	CDC anuncia el proyecto <i>Hacktivismo</i> en la Conferencia H2K						
Septiembre-00		La Federación Random Action y ToyzTech organizan acciones en línea contra sitios afiliados al FMI para que se sincronicen con las protestas en Praga de Sep 26					
Oct-00	Los hackers israelíes promueven ataques al sitio de Hizbullah						
Nov-00	Los hackers pakistaníes del Hackerz Club roban información del Comité de Asuntos Públicos Americano-Israelí						El sitio republicano es hackeado en Eday y sustituido por el apoyo a Gore

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política US</i>
Abril-01	Guerra de hackers chino-americanos después de que es aprehendido un avión espía de Estados Unidos; El grupo principal en Estados Unidos fue PoisonBox, que atacó más de 200 dominios chinos; respuesta de los chinos desde lin0ncrew	Plantón de E-hippies contra el Tratado de Libre Comercio de las Américas					
Mayo-01		Virtual MonkeyWrench roba datos de los participantes en el Encuentro del World Economic Forum en Davos					

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política LIS</i>
Agosto-01	El gobierno de Estados Unidos anuncia campaña en contra de los <i>firewalls</i> chinos						
Septiembre-01	Ola de ataques anti-árabes después del 9/11						
Enero-02		El sitio del World Economic Forum web se colapsa por sit-in virtual					
Diciembre-02			El sitio de Dow Chemical es hackeado				
Febrero-03	<i>Hactivismo</i> libera 4 de 6 herramientas anti-censura						
Abril-03	Voice of America anuncia su nuevo proyecto de software anti-censura						

TABLA 4 (CONTINUACIÓN)

<i>Cronología</i>	<i>Ciberguerra</i>	<i>Anti-globalización</i>	<i>Anti-corporaciones</i>	<i>Independencia</i>	<i>Hacker</i>	<i>Aborto cristiano</i>	<i>Política US</i>
Julio-03	El Congreso de Estados Unidos aprueba el Acta de Libertad Global que contempla la creación de una oficina anticensura						
Enero-04					La compañía de Software SCO es blanco del virus MyDoom de <i>hacktivistas</i> pro-Linux		

FUENTE: realizado con datos de Alexandra Samuel (2004:16).

Un tema importante es que frente al *hacktivismo* los gobiernos han comenzado a utilizar sus sistemas de inteligencia para monitorear la actividad de activistas y movimientos sociales. Los gobiernos, además, han comenzado a hackear ellos mismos el acceso a páginas web, a internet en su conjunto o a las redes sociales virtuales, como sucedió durante la Primavera Árabe o en Inglaterra en 2011, donde el gobierno bloqueó el servicio de mensajería instantánea de Black Berry con el propósito de incomunicar a las personas que protestaban en aquel país.

En México, una de las primeras acciones de los *hacktivistas* fue la del grupo Anonymous, que el 15 de septiembre de 2011 *hackeó* al menos cuatro páginas del gobierno federal mexicano, haciéndolas inaccesibles para los visitantes: Cámara de Diputados, Secretaría de la Defensa Nacional, Gobierno de Nuevo León, Cámara de Senadores. Estas acciones se pronunciaban en protesta por la estrategia del gobierno federal de lucha contra el narcotráfico, que los *hacktivistas* percibían como equivocada. Otro caso fue el de junio del año 2000, cuando un grupo denominado S-11 *hackeó* la página de Nike, en protesta por sus políticas empresariales y laborales. En este caso la página de Nike fue redireccionada a una página del S-11, con contenido contra las maquiladoras (véase la tabla 4).

O-15

Estas acciones aún son incipientes en nuestro país pero sin duda pronto veremos más de ellas y será importante diferenciar cuáles constituyen una forma de participación no convencional y cuáles no.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

En este artículo intentamos discutir cómo internet está revolucionando el repertorio de acción colectiva. En especial nos enfocamos en el papel de una forma de participación no convencional *online*, el *hacktivismo*.

Discutimos cómo la inmediatez, ubicuidad y bajo costo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en especial internet,

han provocado cambios importantes en nuestra forma de participación política. Esto ha sucedido tanto en la participación convencional como en la no convencional.

En lo que se refiere a la acción colectiva (tradicional) *offline*, internet facilita y ayuda en términos de organización, movilización y transnacionalización, y en la creación de nuevas formas de acción colectiva (Van Laer y Van Aelst, 2009:231). En lo que se refiere a la acción colectiva *online*, ha habido toda una explosión de nuevas fórmulas de acción colectiva, como el envío de cartas masivas por la red o firmar una petición dando *click* en algún botón en internet (lo cual es una continuación del envío y la firma de cartas o peticiones) con seudónimos o direcciones de correos e incluso correos electrónicos o *clicks*. Estas nuevas fórmulas están ampliando el repertorio de la acción colectiva.

En materia de las formas no convencionales de participación *online*, nos enfocamos en una forma de participación activa de alto perfil, el *hacktivismo*. Los activistas digitales no sólo han incorporado a internet dentro de su repertorio de acción, sino que han hecho de éste su *modus operandi*. Más aún, los nuevos activistas digitales han creado una nueva identidad colectiva y han construido una comunidad interesada en ciertos asuntos públicos, que ha ido articulando de manera virtual nuevas estrategias políticas y nuevos espacios democráticos, en otras palabras, una nueva esfera pública digital. Con esto han cambiado sustancialmente *a)* lo que hoy en día entendemos por activismo, *b)* nuestra manera de pensar la política, y *c)* la forma en la que tratamos de incidir en la toma de decisiones sobre lo público. Sin embargo, no podemos dejar de considerar algunos de los problemas que enfrenta el *hacktivismo*, como la brecha digital o desigualdad que existe en el acceso a internet (Lara y Natal, en este mismo volumen), el *hackeo* por parte de agencias de gobierno, o la pérdida de la novedad que tendrá esta forma participación.

No obstante, si bien el activismo *online* se está expandiendo, el repertorio de acciones colectivas no las está sustituyendo, sino complementando. En los párrafos anteriores mostramos que aparte de que internet está provocando cambios en las formas de participación política (convencionales y no convencionales), está imbricándolas en una nueva forma de *acción colectiva digital*. Más aún, esta mezcla de

las dos formas de acción colectiva está haciendo menos claros los límites entre el mundo real y el virtual. Éste fue el caso, por ejemplo, de los campamentos de los *indignados* en España, donde se mezclaron las actividades *online* y *offline* al utilizar cámaras de video digital conectadas a la web 24 horas, a fin de que si hubiera algún acto violento por parte de las autoridades, se transmitiera en vivo por internet, además de transparentar su movimiento. Este *sitting* fue también un ejemplo de cómo la web puede servir como herramienta para organizar acción colectiva real pero al mismo tiempo, quienes veían la transmisión participaban en esta acción colectiva de manera virtual.

Muchos son los temas que aún tenemos que explorar sobre el impacto de las acciones *online* en la participación convencional y no convencional. De la misma manera, debemos prestar mucha más atención a los vínculos que se forman entre la participación real y virtual, y sobre cómo se relacionan las movilizaciones *online* con las movilizaciones en sitio u *offline*.

Es poco probable que, salvo en casos aislados, el *hacktivismo* o incluso la participación no convencional *online* puedan construir proyectos de reflexión política amplios, o que puedan construir movimientos políticos con lazos fuertes, aunque sí pueden ser sus detonadores, como en el caso de la primavera árabe. No obstante, es necesario realizar más investigación para explorar el potencial de los movimientos *online* en la construcción de lazos sociales, de comunicación política y opinión pública. La evidencia hoy parece indicar que los movimientos *online* construyen lazos débiles, pero relaciones sociales más enriquecedoras (Della Porta y Mosca, 2005; Van Laer y Van Aelst, 2009) entre personas y causas similares alejadas espacialmente. De ser así, la participación no convencional *online*, podría estar contribuyendo a formar comunidades o redes de resistencia global.

BIBLIOGRAFÍA

- BARNES, Samuel; Max KAASE *et al.*
1979 *Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies*, Londres, Sage.

- BOBBIO, Norberto y Nicola MATTEUCCI
 1981 *Diccionario de política*, Madrid, Siglo XXI Editores.
- CLARK, John y Nuno THEMUDO
 2003 "The Age of Protest: Internet-Based 'Dot Causes' and the 'Anti-Globalization' Movement", en John D. Clark (ed.), *Globalizing Civic Engagement. Civil Society and Transnational Action*, Londres, Earthscan Publications.
- CONTRERAS IBÁÑEZ, Carlos César; Fredi Everardo CORREA ROMERO y Luis Felipe GARCÍA Y BARRAGÁN
 2005 "Participación política no convencional: culturas de protesta vs. culturas institucionales", en *Polis. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, vol. 1, núm. 1, primer semestre, México, UAM-I.
- DELLA PORTA, Donatella y Lorenzo MOSCA
 2005 "Global-Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movement", en *Journal of Public Policy*, Cambridge University Press.
- JACOBS, Lawrence R. y Robert Y. SHAPIRO
 2011 *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*, Oxford, Oxford University Press.
- MARSH, Alan y Max KAASE
 1979 "Background of Political Action", en S.H. Barnes y M. Kaase *et al.*, *Political Action*, Beverly Hills, Sage Publications.
- MCALLISTER, Ian y Stephen WHITE
 2009 "Conventional Citizen Participation", en W. Christian Haerper, Patrick Bernhagen, F. Ronald Inglehart y Christian Welzel, *Democratization*, Oxford, Oxford University Press.
- MILANI, Lorenzo
 2000 "Carta a los jueces", en *Educación(nos)*, núm. 11, julio-septiembre, Salamanca, MEM, pp. 3-8 y 21-27.
- MULLER, Edward N.
 1979 *Aggressive Political Participation*, Princeton, Princeton University Press.
- OLMO BAU, Carlos S.
 2006 "Desobediencia civil", en *Daimon. Revista de Filosofía*, núm. 39, Murcia, Universidad de Murcia.

- REICHER, Stephen
1990 "Conductas de masa como acción social", en J. Turner *et al.*, *Redescubrir el grupo social*, Madrid, Morata.
- SAMUEL, Alexandra
2004 *Hactivism and the Future of Political Participation*, Cambridge, Harvard University Press.
- THOREAU, Henry David
1849 "Resistance to Civil Government", en Elizabeth Peabody (ed.), *Aesthetic Papers*, Boston, El Editor.
- VAN LAER, Jeroen y Peter VAN AELST
2009 "Cyber-Protest and Civil Society: The Internet and Action Repertoires in Social Movements", en Yvonne Jewkes y Majid Var, *Handbook of Internet Crime*, Londres, Routledge Taylor & Francis Group.
- VERBA, Sidney y Norman NIE
2009 Citado en Ian McAllister y Stephen White, "Conventional Citizen Participation", en W. Christian Haerpfer, Patrick Bernhagen, F. Ronald Inglehart y Christian Welzel, *Democratization*, Oxford, Oxford University Press.

Celulares como megáfonos de vida en comunidades: proyecto artístico de Antoni Abad

Mónica Francisca Benítez Dávila*

El arte que decide trabajar con comunidades y nuevos medios permite difundir formas de vida. La presencia del ciudadano o de las comunidades en ciertas obras artísticas-tecnológicas posibilita la creación de nuevas plataformas y proyectos poco explorados. Artistas como Ricardo Domínguez, Fran Ilich, Rafael Lozano-Hemmer y Antoni Abad intervienen sobre el espacio comunitario de acción y comunicación (físico y digital) para dar voz y nuevas posibilidades de vida. Todos ellos han alterado, a través de distintas formas expresivas, las lecturas de espacios de acción preestablecidas para crear otras nuevas.

En el artículo "Cruzando fronteras: arte y (des)obediencia civil" (Argüello, Benítez y Fernández, 2012) se analiza la obra "Herramientas transfronterizas para inmigrantes" (HTI). Ahí se muestra y describe cómo el dispositivo poético/artístico/tecnológico HTI recrea formas estéticas de desobediencia civil de actuación capaces de sacar a la luz condiciones de injusticia social a través del uso de celulares. Dicho proyecto aún está abierto ya que, debido a las condiciones sociales y políticas adversas, no se ha podido llevar a cabo en su totalidad. Ahora toca el turno describir un proyecto artístico/tecnológico/social que lleva funcionando casi diez años, con resultados ricos y diversos en varias partes del mundo: Megafone.net, del artista catalán Antoni Abad (Abad, 2003).

* Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma. Jefa del Departamento de Artes y Humanidades de la misma Universidad.

LA OBRA

Megafone.net (antes zexe.net) es una pieza artística cuyo concepto fue diseñado en 2003 por el artista catalán Antoni Abad (1956). En su página electrónica el proyecto es definido como sigue:

Invita a grupos de personas en riesgo de exclusión social a expresar sus experiencias y opiniones en reuniones presenciales y a través del uso de teléfonos móviles. Éstos, que permiten a los participantes crear registros de sonido e imagen y publicarlos inmediatamente en la web, se convierten en megáfonos digitales que amplifican la voz de personas y grupos a menudo ignorados o desfigurados por los medios de comunicación predominantes (Abad, 2003:1).

Zexe.net (hoy Megafone.net) nació en 2003. Es el primer proyecto a nivel mundial en utilizar teléfonos celulares y comunidades excluidas (presenciales y digitales) en un proyecto artístico. En esas épocas, la información que se transmitía de los celulares hacia la página web en tiempo real era una novedad tecnológica; esta obra además tenía la posibilidad de interactuar directamente en la red y crear comunidad digital y artística al mismo tiempo. Lo anterior funcionaba en una época en que Twitter y Facebook no existían.

Megafone.net ha evolucionado desde entonces y se han desarrollado hasta hoy 12 proyectos en distintas partes del mundo con las siguientes comunidades:

- Taxistas de México D.F., 2004.
- Jóvenes gitanos en Leida, 2005.
- Jóvenes gitanos en León, 2005.
- Prostitutas en Madrid, 2005.
- Inmigrantes nicaragüenses en San José, Costa Rica, 2006.
- Personas con movilidad reducida en Barcelona, 2006.
- Mensajeros en motocicletas (motoboy) en São Paulo, 2007.
- Personas con movilidad reducida en Ginebra, 2008.
- Personas desplazadas y desmovilizadas en Colombia, 2009.

- Jóvenes de los campamentos de refugiados saharauis cercanos a Tinduf en Argelia, 2009.
- Inmigrantes en Queens, Nueva York, 2009.
- Personas ciegas en Barcelona, 2010.

El proyecto, como se ha mencionado, está diseñado para que grupos, colectivos, asociaciones o comunidades específicas proyecten, narren y describan su visión de la realidad, contrastándola con los estereotipos preestablecidos. No es fácil definirse como un grupo de personas con elementos comunes, como un colectivo específico. Es por ello que el inicio de los proyectos en Megafone no es sencillo, poco a poco los colectivos logran encontrar su propia voz y personalidad como comunidad mediante el diálogo de grupo. Las reuniones presenciales son fundamentales para conseguir que la dinámica del proyecto digital sea un éxito. Lo real es fundamental para la creación de lo virtual. La obra artística incluye, por lo tanto, reuniones presenciales semanales para permitir la comunicación constante entre los miembros de la comunidad. En esos espacios de convivencia cada grupo decide lo que la comunidad digital dará a conocer al mundo y publicará en su página web. El medio que posibilita dicha acción comunitaria es la tecnología de la comunicación digital.

Veo varios elementos entrelazados en esta obra tecnológica-artística y comunitaria: la tecnología, la obra artística y el papel del artista como creador y coordinador de proyectos. El artista tecnológico es hoy capaz de interactuar virtuosamente con interfaces complejas en las que el conocimiento técnico, la inventiva y la exploración psicológica, política y estética de efectos, inducidos o producidos a través del dispositivo técnico, coinciden en regiones que palabras como interdisciplina, transdisciplina y multidisciplina perfilan. Describo a grandes rasgos sus elementos.

ELEMENTOS TECNOLÓGICOS

El instrumento tecnológico mediador de la acción creativa es el teléfono celular (móvil) y la página web. El modelo de los teléfonos ha ido evolucionando, ya que con los años estos aparatos móviles se han

vuelto sofisticados. Este proyecto se inició con los primeros celulares con cámaras integradas. Hoy se utilizan celulares con tecnología multimedia y GPS integrados que han permitido realizar proyectos cada vez más ambiciosos, como veremos más adelante. Cada ejercicio artístico de esta naturaleza requiere un programador que lo acompañe: inicialmente fue el mexicano Eugenio Tisselli (2003-2010), posteriormente Lluís Gómez (2008-2010) y desde 2011 es Matteo Sisiti. El celular manda una señal en tiempo real que permite publicarla en una página web para su difusión. La programación y toda la infraestructura informática —tanto de los celulares como de la página web— es adaptada, corregida, monitoreada y mantenida en marcha por el programador del proyecto en turno, que mantiene actualizada toda la información que es enviada desde el ciberespacio por los integrantes de cada proyecto. Cada obra artística desarrollada es distinta, tiene sus propios retos que resolver. El trabajo del programador puede ser realizado a distancia, desde cualquier lugar del mundo, siempre y cuando se tenga una computadora y red. Tisselli, en su artículo “Tags y mapas, espejos fragmentados”, describe majestuosamente la tecnología desarrollada del proyecto que aquí describiré muy a grandes rasgos (Tisselli, 2008).

Los primeros celulares con cámara integrada (Nokia 7650) que fueron utilizados en 2003 eran considerados un lujo. Con éstos se permitió tomar fotos y mandar mensajes en tiempo real a la página web, que es la que deposita todos los datos y permite difundirlos al mundo. Actualmente Megafone.net está utilizando teléfonos con sistemas de localización integrados GPS que permiten tomar fotos de alta resolución, las cuales son enviadas directamente a una página web en la que aparecen ubicadas en el lugar exacto en donde ésta fue tomada; además los videos y la voz transmitidos por los celulares modernos son de más larga duración.

La tecnología de telecomunicación utilizada en este proyecto es viable, ya que las redes de telefonía celular permiten transmitir no solamente voz sino también datos codificados como señales digitales, además de mensajes de texto (SMS) o multimedia (MMS) siempre y cuando se tenga acceso a una red de datos y a una dirección de correo electrónico.

¿Cómo se logró enviar información del celular a la página web? Se creó la aplicación megafone.net (antes zexe.net) utilizando todos los elementos que un celular ofrece, además de tomar en cuenta los elementos del correo electrónico: dirección del remitente, destinatario, fecha, texto y archivos adjuntos. El programa se desarrolló de tal manera que al recibir los correos electrónicos enviados por los participantes desde sus teléfonos (texto, imagen, sonido o video) fuera posible separar todos sus elementos. Dicho programa fue capaz de colocar la información de cada destinatario, según el remitente, en su lugar correspondiente en una base de datos, para luego poder ser desplegada en el sitio web.

La página web ha mantenido una estructura básica desde el inicio del proyecto. Está dividida en canales (que son contenedores de información temáticos). Cada canal temático contiene la información digital (texto, imagen, sonido y videos) que los participantes han decidido mandar a un canal determinado, vía red a través de correo electrónico. Cada colaborador tiene su propio canal cuyo contenido es individual. La información que cada participante envía a su propio canal, como miembro de la comunidad del proyecto, no tiene censura alguna ni temática determinada: cada uno es libre de publicar cualquier cosa como miembro.

También existen canales colectivos temáticos: varios participantes mandan información de un tema específico a un canal determinado. Los canales colectivos son definidos por los miembros de la comunidad participante durante las reuniones semanales, la idea es reflejar los intereses e inquietudes comunes. Los taxistas, por ejemplo, decidieron transmitir la crucifixión de Iztapalapa en Semana Santa, como veremos más adelante.

Cuando se inició el proyecto la página web desplegó las imágenes que cada participante enviaba. Se programó, además, que las imágenes pudieran ser desplegadas en un apartado especial con cuatro grandes temas, un tipo de categorías que eran usadas por los sociólogos: seres, actividades, espacios, y objetos específicos. De esta manera, cada participante, al momento de tomar una imagen tenía que incluirla en una de esas cuatro categorías predeterminadas. Pero eso a la larga no funcionó, ya que generó mucha confusión (una imagen

podía ser clasificada en varias categorías). Para solucionar dicho problema y evitar conflictos y confusiones, Tisselli incluyó en proyectos posteriores lo que él denomina como “descriptores”, que son temas específicos que cada miembro de la comunidad va definiendo libremente conforme el proyecto se desarrolla. Así, además de mandar la información (fotos, sonido, video, mensajes) cada participante asocia a cada elemento palabras claves o *tags* (#amigos, #accidentes, etc.) que ellos mismos tienen que definir y que mejor describa lo que han enviado para su registro a su canal individual. Como resultado se puede observar que han surgido libremente temas comunes de forma más ágil. Los *tags* son individuales y no tienen un vocabulario controlado, se puede inclusive inventar palabras. Lo interesante de estos *tags* es que llegan a evolucionar y converger hacia vocabularios comunes, hoy conocido como “folksonomía”. Los *tags* más exitosos pueden ser localizados en la página electrónica del proyecto en lo que se llama nube de *tags*. Lluís Gómez, también programador del proyecto, incluyó lo que denominó GeoZexe, que permite a los participantes elegir el *tag* correspondiente de una lista de *tags* incluidos en el programa o incluir uno nuevo al momento de enviar la información al canal. Esta misma aplicación también permite ubicar el lugar en donde fue tomada cada una de las fotografías en un mapa digital común del proyecto que puede consultarse en la página web. Los videos hoy en día han tomado particular relevancia debido a que son de mayor duración, a diferencia de los de 2004, que solamente se podía tomar unos cuantos segundos.

Actualmente la forma de presentar la página web está cambiando e intenta desplegar más riqueza en los datos para quien lo mire. Hoy, por ejemplo, es posible ver desplegada en la pantalla una lista de *tags* con temas de diferentes tamaños de letras. El tamaño más grande es el *tag* más usado por la comunidad (y no por un individuo). Si se le da clic a una palabra en esa sección de la web se desplegarán todas las imágenes, sonidos, videos o frases asociados a ese tema, a ese *tag*, independientemente del individuo que haya enviado la fotografía, la imagen, el video o el mensaje. De esta forma es posible descubrir cómo se va desarrollando el proyecto temáticamente y en tiempo real a lo largo de todo el proyecto comunitario.

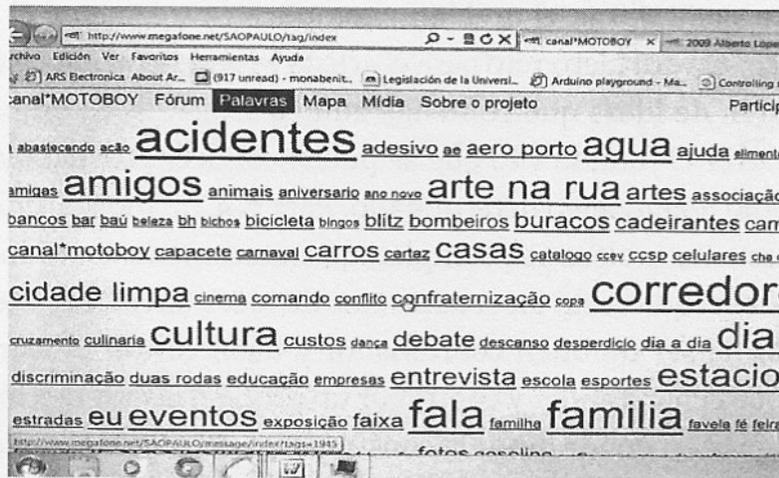


Imagen de pantalla. Búsquedas de imágenes con palabras generadas del proyecto.

Este tipo de desarrollo tecnológico permite ser mediador en la construcción de una mejor convivencia social y humana. Ayuda a desarrollar procesos creativos que toman en cuenta la pertenencia a una comunidad a la que hay que aprender a respetar. Materialidad técnica que le da voz a una comunidad. Es tecnología social, tecnología para la vida.

ARTISTA COMO COORDINADOR Y CREADOR DEL PROYECTO

Antoni Abad es el artista creador, coordinador y gestor del proyecto y el que determina y define las comunidades con las que decide trabajar. Es él mismo quien negocia con todo tipo de instituciones (museos, galerías, patrocinadores, comunidades) y colaboradores (equipo de trabajo como el programador, sociólogos, etc.) para llevar a cabo cada propuesta. En resumen, cada proyecto se compone de varios elementos tecnológicos, creativos y sociales que se tienen que echar a andar para el éxito de la obra artística.

En un trabajo anterior describí el papel del artista tecnológico que utiliza los nuevos medios como un proceso creativo complejo de la siguiente manera (Benítez, 2010):

[...] el reto principal que un artista de esta naturaleza enfrenta, desde mi punto de vista, no es únicamente la generación de la tecnolo-

gía que va a utilizar, el problema tampoco es solamente el mensaje artístico. El verdadero reto para el artista es la generación de un tejido e hilación de ideas que contenga ambos aspectos. Es un problema de conocer el mundo y lo que se puede conocer artísticamente con un medio tecnológico determinado. Para que un mecanismo artístico de esta naturaleza sea completado exitosamente en todos sus aspectos se requiere de un constructor de ideas (artísticas y técnicas), además de ser un buen coordinador y hábil gestor. El tecnoartista tiene que echar a andar y coordinar un proceso de interacción multidireccional en donde dirige la construcción del objeto técnico y vigila y orienta la creación de contextos para su experimentación, es finalmente el gran coordinador de interacciones técnicas, sociales y artísticas.

Reyes Palma describe el proceso creativo de Megafone.net como:

[...] una mezcla de recursos diversos que pone en operación un sistema multiforme de estructuras reticulares cuyo signo es la movilidad: la trama gregaria de una comunidad (choferes, prostitutas, moto-boys, etc.) en estado permanente de desplazamiento, los sistemas de intercomunicación telefónica, los mecanismos de recolección informativa (mensajería y recados de voz), e incluso una instancia final: la red cibernética (Reyes-Palma, 2004).

Antoni Abad sabe hilar fino con cada elemento que conforma la pieza. Sabe encontrar y trabajar con los detalles y espectros tanto de la parte artística y social, como de la tecnológica y logística. Abad se descoloca del mundo del arte para experimentar con situaciones inéditas, él mismo describe lo que hace con sus propias palabras (Abad, 2003).

Lo que estoy haciendo es desviar fondos destinados al arte y a la cultura hacia otro territorio, más amplio, en el que ciertos colectivos puedan autorrepresentarse. Tengo esa posibilidad a partir de mi trayectoria como artista, así que, cuando recibo invitaciones para reali-

zar proyectos, propongo estos experimentos. Ése es mi papel: por una parte, desviar financiamientos destinados al arte a un territorio que me parece socialmente más amplio y, por otra, actuar como facilitador: enseñar a los colectivos a usar esas herramientas, modelar el dispositivo. Una vez que los grupos conocen el dispositivo y saben cómo usarlo, entonces puedo marcharme a trabajar con un nuevo colectivo. Porque, al final, el mayor éxito para mí es cuando, una vez agotado el patrocinio que viene del mundo del arte, del mundo de las compañías, de las operadoras de telefonía, el colectivo se organiza para dar continuidad al proyecto.

En Megafone.net el artista se aparta de la pantalla principal para dejar que la comunidad accione el proceso creativo. La comunidad, por otro lado, se moviliza en el espacio real y virtual, entrelaza lo social con los medios (digitales y tradicionales) comunicativos contemporáneos para realizar sus propios fines. La dinámica de ese proceso la describo a continuación. El artista se convierte en un inductor de situaciones intensificadas de encuentro y socialización de experiencias inéditas, en donde la comunidad y su forma de expresión se vuelven la columna vertebral del proceso creativo; así lo ha demostrado en cada uno de los proyectos desarrollado con las comunidades en Megafone.net.

LA DINÁMICA

El proyecto comienza con una convocatoria lanzada por el propio artista a una comunidad con características específicas. Cada miembro asiste voluntariamente. La primera reunión es presidida por Abad, él mismo plantea el proyecto y enseña el manejo del celular y el uso y contenido de la página electrónica correspondiente. Abad deja claro desde la primera reunión que el celular que utilizarán es una herramienta tecnológica, un medio cuyo uso “los compromete” a sí mismos y a la comunidad que han decidido representar, ya que desde el momento en que se empiecen a lanzar imágenes y contenido sin censura y en tiempo real, éstas serán publicadas en la página web y estarán a la vista en cualquier parte del mundo. El contenido que

decidan transmitir acabará definiéndolos como grupos y como individuos, aunque sea de manera parcial y en un contexto concreto y determinado. Cuando el proyecto artístico comunitario toma forma y los participantes lo definen por completo, el artista se retira y el proyecto puede o no seguir su rumbo. El creador ha trabajado paralelamente en cada proyecto con algún antropólogo, sociólogo o especialista en trabajo comunitario, que asesora con aspectos conceptuales de la propuesta a los miembros de la comunidad. Este papel tampoco es específico y puede variar según la comunidad participante, ya que la idea general es que la comunidad misma sea independiente y pueda tomar sus propias decisiones y acciones. Ellos serán sus propios cronistas.

Una vez que se realizan las arduas gestiones con las instituciones y las instancias patrocinadoras, el proyecto artístico toma vida cuando se inician las transmisiones de datos (imagen, video, voz, etc.) hacia la página web. El público que visita la página del proyecto tiene la posibilidad de dejar mensajes, ánimos, saludos, etc., creándose además un diálogo digital con el público: la comunidad digital y la real se comunican, interactúan. El artista en este tipo de proyectos, a pesar de ser el creador, el que siembra la semilla, decide desdibujarse: desaparece para abrir la posibilidad de que el público, la comunidad, experimente y sean ellos los que encarnen las experiencias creativas que son, al mismo tiempo, la obra misma. El público pasa a ser el actor de la obra y el que desarrolla la acción, el que muestra, el que se exhibe, el que comparte y reparte. Es una obra que posibilita la creación y la experiencia colectiva, una experiencia comunitaria digital y presencial para mostrar crónicas de vida de aspectos no necesariamente conocidos. Son comunidades generadoras de narrativas, de reconocimientos mutuos. Veamos ahora resultados concretos.

El proyecto en el que me centraré en esta ocasión es *Sitio Taxi desarrollado en la ciudad de México, el primero. Se describirá a detalle para una mejor comprensión de las metodologías y formas de trabajo empleadas y descritas en párrafos anteriores.

Posteriormente describiré a grandes rasgos otros proyectos, acotando sus propias características y resultados. Es imposible narrar cada uno de ellos debido a la riqueza y enorme publicación de imágenes, mensajes, videos y sonidos expresados en cada uno.

Comunidad digital: *Sitio Taxi

El primer proyecto de Antoni Abad fue desarrollado en la ciudad de México en 2004. Se publicó una convocatoria en prensa y radio durante el mes de febrero. La experiencia colectiva se llevó a cabo del 13 de marzo al 14 de abril de ese mismo año con 17 taxistas, Rosa María López fue la única participante femenina.

El Universal publicó el 22 y 23 de febrero de 2004 el siguiente anuncio (en Abad, 2004).

Si eres taxista, navegas por internet y conoces teléfonos celulares. Comunícate ahora. Puedes participar en un proyecto artístico. Teléfonos 1253-9499 ext. 1217, horas hábiles. 55388307 por las noches. Centro Multimedia, Centro Nacional de las Artes.

El 12 de marzo acudieron los primeros seis taxistas al Centro Multimedia (sede del evento) y posteriormente, gracias a una convocatoria en radio se unieron los 11 restantes. Dos tipos de colectivos voluntarios participarían en el evento artístico: taxistas, talleristas (estudiantes universitarios) y un sociólogo. Se acordó en la primera reunión que los talleristas acudirían a la sede el miércoles y el viernes, y que la asamblea general con los taxistas sería los sábados. Se realizó además una exposición del proyecto en el Centro Cultural España y un folleto con formato periódico para la distribución y difusión del proyecto.



Formato original de la página web en 2004.

Foto: *cocodrilo (Abad, 2004).



Se muestra el folleto que se distribuyó al público y el modelo del celular utilizado.

Foto: *cocodrilo (Abad, 2004).

El sitio de trabajo fue instalado en la galería del centro multimedia del CNA. Ahí se colocó el centro de operaciones, con mesas, sillas, sofás y computadoras. También participaron un asistente de cómputo y uno administrativo, además del programador principal del proyecto Eugenio Tisselli. Los teléfonos utilizados fueron 30 aparatos Nokia 3650 con servicio GMS y GPRS, memoria de 16 mb y un sistema operativo de 4 mb. Estos aparatos fueron donados por Movistar. Toda la logística, como se mencionó anteriormente, estuvo coordinada por el propio artista.

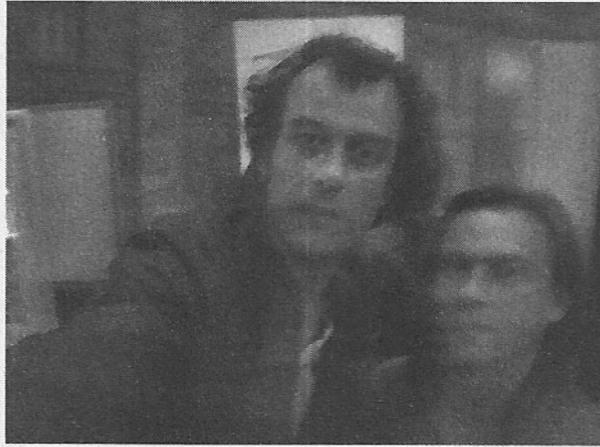
Es importante señalar que se organizó una conferencia de prensa con varios medios de comunicación. Antoni Abad planeó que dicho evento se llevara a cabo en una mesa redonda, de tal forma que los periodistas, el artista y los taxistas no tuvieron un lugar privilegiado. El resultado fue muy positivo y los medios entendieron el sentido del proyecto, lo que permitió a los involucrados que fueran invitados tanto a la radio como a la televisión para difundir sus acciones. Esto fue fundamental, ya que lograron miles de entradas a la página web en unos cuantos días: se inició un foro activo de comunicación con la sociedad en México y en el mundo. De esta forma los medios de comunicación tradicionales y los digitales se mezclan y son utilizados exitosamente para la realización de un fin artístico comunitario.



Conferencia de prensa. Centro multimedia 2004.
Foto: *Gerardo (Abad, 2004).

En la primera reunión Antoni Abad echó a andar la maquinaria del entramado artístico-expresivo-comunitario-tecnológico. La dinámica se inició con la explicación general del proyecto y con un curso del uso del programa del celular para transmitir la información a la página web. Al entregar los aparatos, cada taxista firmó una carta institucional de Conaculta-Cenart (sede del evento) en donde decía que no estaban comprometidos con nada, únicamente a entregar el aparato al término del evento. Los taxistas participantes eran de distintas generaciones, algunos tuvieron problemas con el manejo del aparato, sin embargo al final todos los participantes lograron utilizar el celular como una extensión de sus oídos, de sus ojos, de su mente. “Antoni fue un instructor de lujo, capaz de explicar el funcionamiento del equipo una y otra vez, con derroche de paciencia y sin perder la energía ni el entusiasmo. El proyecto se abrió paso poco a poco [...]” (Abad, 2004).

El papel de los talleristas (estudiantes universitarios de arte, comunicación y relaciones internacionales) era amplio: supervisar y ayudar



Antoni Abad (artista) y Eugenio Tisselli (programador).
Foto: *cocodrilo (Abad, 2004).

en todo momento la rutina de los taxistas; dar mantenimiento al equipo, además de apoyar en la edición de las páginas colectivas de la web, y como proyecto universitario, investigar cuál es la capacidad que el uso tecnológico (el celular) brinda a los usuarios para ampliar la calidad y la frecuencia de la comunicación humana. Todo era trabajo voluntario, colectivo, comunitario y tecnológico, y sobre todo libre y sin censura. No habría control sobre lo publicado, característica fundamental del proyecto artístico. Es importante señalar que al principio no estaba contemplado dentro del proyecto artístico que hubiera estudiantes, sin embargo tuvieron que incluirse para que el CNA otorgara el financiamiento. Se tomó la decisión anterior debido a que *Sitio Taxi era un proyecto pionero y no estaba previsto que taxistas pudieran ser financiados para un proyecto artístico. Antoni Abad al inicio no estaba de acuerdo con esa "imposición", pero al final se generó un gran equipo y estudiantes y taxistas se apoyaron con gran entusiasmo. Abad terminó encantado con esa dinámica. Todos salieron beneficiados.

Cada participante inventó un seudónimo de participación: *cocodrilo fue el seudónimo del sociólogo Jorge Morales, quien trabajó en el proyecto para la realización de un estudio de caso. El artista Antoni Abad se hizo llamar *talachas, previendo el trabajo futuro del proyecto. Los taxistas realizarían crónicas de su trabajo y de su mirada diaria; su objetivo: quitar el estigma de que son gente agresiva y que asalta.

Todavía es posible ingresar y ver el trabajo de este colectivo. En el espacio de cocodrilo, por ejemplo, hay una crónica muy interesante de cómo se fue desarrollando el proyecto. Es posible escuchar algunas grabaciones, hay frustraciones y éxitos.

El público de cualquier parte del mundo puede ingresar a <<http://www.megafone.net/mexicodf>> para ver, escuchar y leer la información que cada participante incluyó en su espacio. En el foro digital también se le podían escribir mensajes a cada taxista participante. En algunas ocasiones se generó un intercambio intenso: felicitaciones, sugerencias, diálogos y agresiones. Se puede leer de todo.

Cabe hacer notar que tanto el taxista como los participantes podían subir sus intervenciones usando seudónimos para tener mayor libertad de interacción.

Así inicia el proyecto Rosa María en su página:

Ésta es su servidora, espero encontrármelos alguna ocasión brindándoles el mejor servicio, haciendo todo lo que esté en mi trabajo...
*rosamaría (Abad, 2004).

Uno de los primeros mensajes recibidos del público,



Fotografía de *Rosa María (Abad, 2004).

Hola Rosy, es bueno ver que las mujeres como tú aparecen como trabajadoras de un oficio tan peligroso como el que desempeñas, y eso nos da confianza a los usuarios para confiar en el servicio, recibe un abrazo y un beso (aparte estás guapa) cuídate y cuídanos. Chao covacha (Abad, 2004).

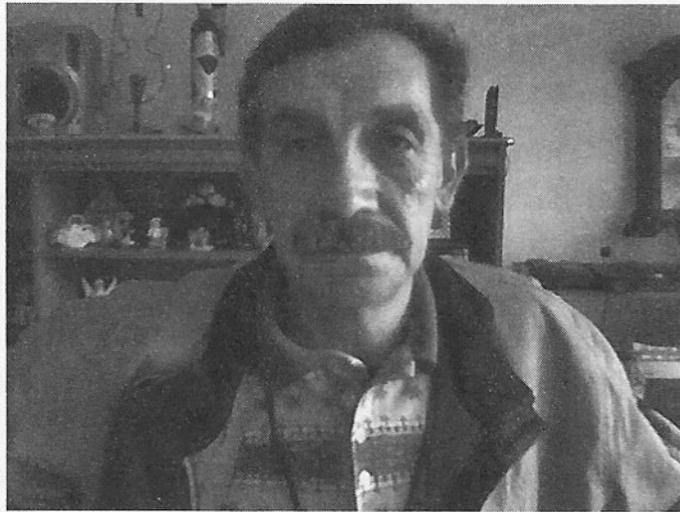
Cientos de mensajes digitales con buenos deseos fueron enviados a las crónicas de Rosa María vía digital.

La comunidad de taxistas estaba consciente de que sus mensajes podrían ser leídos en cualquier parte del mundo, muchos de los cuales están dirigidos a los que no viven o no conocen la ciudad de México. Cada sábado, en las reuniones presenciales se decidía cuáles fotografías serían publicadas en la red. Es importante hacer notar que los taxistas no contaban con internet en sus casas, por lo tanto, toda la edición de imágenes y videos se realizaba una vez a la semana en el centro multimedia, en donde contaban con todo lo necesario. Este tipo de dinámica digital generó un diálogo internacional fructífero entre la comunidad participante del proyecto y la retroalimentación del público. La televisión mantuvo el interés en el proyecto, hicieron una entrevista con César Costa en Televisa en la que estuvieron presentes Rosa María y Antoni Abad, como se puede ver en el registro digital de la página. Además el proyecto fue difundido en el programa de radio "De una a tres", con Jacobo Zabłudovsky. Todo esto hizo que las entradas a la página web aumentaran día a día.

Otro participante muy especial del proyecto fue *Don Facundo (nombre verdadero Miguel Ángel Ortiz).

A diferencia de *Rosa María, estableció un diálogo muy intenso con el público de algunas partes del mundo utilizando como medio el sitio web del proyecto artístico. Es decir, *Don Facundo contestó los comentarios y preguntas a los internautas, mientras que Rosa María sólo recibió los mensajes, no contestó ninguno, prefirió mantenerse fuera de esa dinámica.

Se puede apreciar que se llevaron a cabo dos tipos de diálogos con el internauta: el del mismo gremio (entre taxistas) y el del público en general. Dentro del gremio del taxi se proporcionaron datos muy interesantes y situaciones de los taxistas en distintas partes (Venezuela y



* Don Facundo. Autorretrato (Abad, 2004).

varias provincias de España, entre otras); por ejemplo, en la ciudad de México (datos de 2004) existen 300 mil taxistas; 450 mil familias dependen de ellos; generan más de 50 mil millones de pesos, en promedio un taxista tiene contacto con 30 pasajeros al día, etc. Y aun así los consideran subempleados, no tienen derecho a ninguna prestación laboral ni seguro social. Facundo soñó con hacer una organización mundial del gremio.

En Venezuela un taxista comentó:

Saludos Don Facundo de un taxista que comparte en todo criterio imposible su manera de pensar por este sector de profesionales como somos los taxistas y que lamentablemente nos hemos dejado arrastrar por el conformismo egoísta e individualista de conformarnos con el pan diario para cada uno de nuestros hogares; a tal punto de competir deslealmente entre nuestro colegas vejándonos, humillándonos idolatrándonos de ser mejor que nuestro compañero pero el resultado es uno solo desunión lo cual han sabido aprovechar los políticos de turno para marginarnos del sistema social al cual como clase trabajadora nos merecemos. En mi país Venezuela sólo somos sinónimo de hijo de p [...] taxistas sin ningún derecho más de que impongamos a lo macho [...] Considero llego el momento de demostrar nuestra capacidad de luchar con la razón y conocimiento de causa, nuestros derechos para garantizar nuestra existencia en el tiempo y hacer dig-

na esta linda profesión. Saludos nuevamente a todos los taxistas del mundo. Isasejose (Abad, 2004).

En el sitio de *Don Facundo hubo todo tipo de intervenciones, agresiones fuertes hacia su persona y hacia el gremio, lo que comprueba que los taxistas son una comunidad poco entendida por el ciudadano de a pie. La mayoría de los mensajes, sin embargo, eran de confianza, ya que se preguntó sobre México, su seguridad y forma de vivir. Quizás esa confianza se generó debido a la cara artística del proyecto y a que se desarrollaba dentro de un espacio cultural. En un mensaje se comenta que un internauta visitó el Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla y que le gustó tanto el proyecto que tomó nota del sitio web para poder ingresar en casa e interactuar con él. Niveles distintos de público interactuaron con *Don Facundo.

Su sitio también incluye al menos tres crónicas maravillosas como experiencias de taxista.

El proyecto también desencadenó importantes reacciones entre los propios taxistas del proyecto: *Don Facundo, por ejemplo, tomó este proyecto como una forma de vida. En 2005 logró forjar “uno de sus sueños hecho realidad” al constituir legalmente la Fundación Iberoamericana del Taxi, A.C. Todo este esfuerzo fue porque se le dio a un taxista la oportunidad de expresarse con libertad e imaginación.

El Centro Cultural de España en México organizó, junto con el artista, una exposición/clausura del proyecto que incluía fotografías, terminales de internet y hasta un taxi para su exhibición.

En suma, cada taxista fue narrando diferentes experiencias ciudadanas, de tal forma que nos informaron el día a día de la ciudad y sus acontecimientos; el producto resultó como un *collage* de acciones en vivo. Esta experiencia nos ayuda a entender más la ciudad donde vivimos, además de las costumbres personales por la mañana, el día y la noche.

El fin y el reinicio del proyecto

La fundación telefónica que facilitó los celulares les retiró a los taxistas los aparatos el día en que Antoni Abad regresó a Barcelona, esto impidió que la comunidad siguiera con la transmisión de sus cróni-

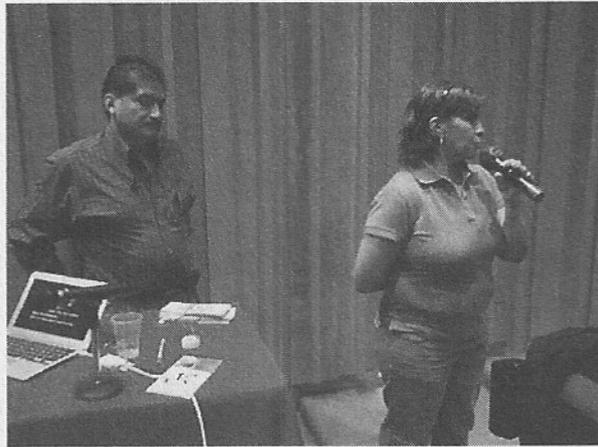


Clausura del proyecto el 29 de abril de 2004 en el Centro Cultural de España (Abad, 2004).

cas. El artista trató de evitarlo pero no ganó esa batalla. Algunos siguieron transmitiendo con otros celulares ocasionalmente hasta que el proyecto poco a poco llegó a su fin.

Después de ocho años de ausencia en la ciudad de México, Antoni Abad regresó del 9 al 19 de septiembre de 2012 y logró contactarse con cuatro taxistas. Sólo dos —Gerardo y Rosa María— pudieron reiniciar con las transmisiones. Antoni Abad les regaló un celular de nueva generación y volvió a enseñarles el uso del aparato y de la nueva plataforma web. El proyecto volvió a transmitir a partir de septiembre de 2012 con dos miradas renovadas y entusiastas. El público podrá volver a interactuar con ellos. Hoy *Gerardo y *Rosa María ya transmiten en tiempo real sus imágenes con nueva tecnología.

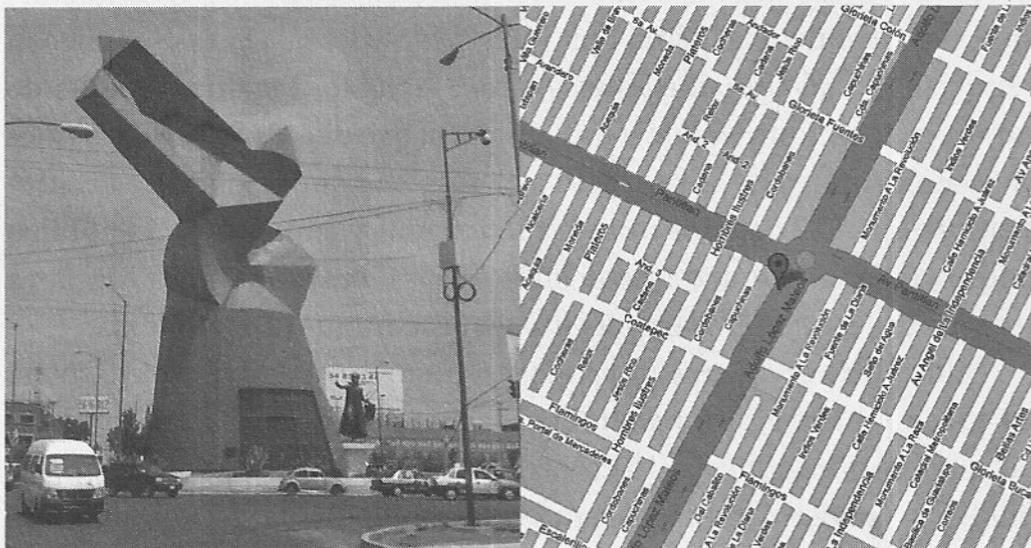
*Sitio Taxi comienza por lo tanto una nueva etapa. Vale la pena darle seguimiento a los resultados, ya que dos experimentados taxistas que conocen el proyecto como la palma de su mano tienen la posibilidad de poder volver a dar una crónica renovada. Ni el mundo, ni la ciudad de México, ni el artista, ni los taxistas son los mismos que hace ocho años.



Gerardo y Rosa María hablan de sus experiencias en la conferencias de Antoni Abad. 18 de septiembre de 2012. Foto: *Talachas (Abad, 2004).



a) Rosa María es asesorada por Antoni Abad; b) Gerardo experimenta con el nuevo equipo con la asesoría de Antoni Abad. Foto: *Gerardo y *Talachas, respectivamente, 2012 (Abad, 2004).



*Gerardo. Imagen tomada el 23 de septiembre de 2012. "Coyote, emblema del municipio de Nezahualcóyotl, Estado de México" (Abad, 2004).

Colombia

En Colombia (Manizales, 2009), en dos consejos de redacción por separado se trabajó con dos colectivos denominados *Desplazados: “Hombres, mujeres, niños, niñas, jóvenes, ancianos, la mayoría campesinos que por causa del conflicto interno armado en Colombia y de manera forzada han tenido que dejar sus tierras, comunidades indígenas y lugares de origen para proteger sus vidas”; y los **Desvinculados:

Hombres, mujeres, niños, niñas, jóvenes, adultos, ancianos, la mayoría de origen campesino y que anteriormente pertenecieron a los diferentes grupos armados ilegales en Colombia, han decidido dejar la vida armada para incorporarse a la actividad civil a través de procesos de incorporación social y laboral (Abad, 2009).

Al principio el artista quería trabajar con ambas comunidades juntas, pero debido a las posiciones antagónicas y por la seguridad de cada persona lo hicieron por separado. La idea de ambos grupos fue trabajar con temas que expresaran su historia, su cotidianidad y sueños a futuro. Son particularmente interesantes las entrevistas que los miembros de cada comunidad realizaron al público en general y que todavía pueden leerse en la página web. Se proporciona información colectiva que complementa la vida y el pensamiento del entorno en que viven los colectivos participantes.

En este caso la institución que apoyó el proyecto fue la Universidad de Caldas, a través de la Facultad de Artes y Humanidades, en colaboración con el Centro de Estudios de Desarrollo Alternativo en Territorios, Conflicto y Violencia Social. La programación de los celulares fue realizada por Lluís Gómez de Hangar Barcelona y la programación de megafone.net por Eugenio Tisselli.

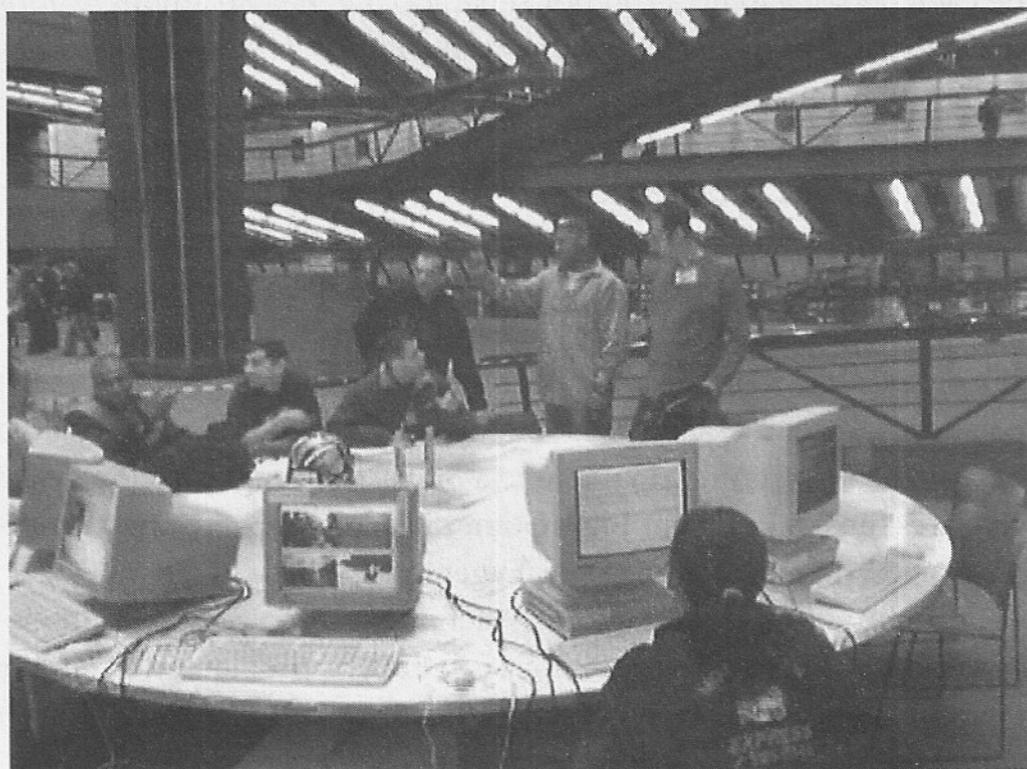
La motivación de los actores y del público a la acción es un elemento de este arte. Se posibilita visibilizar la problemática de una comunidad. Es posible la obtención de una crónica de ciudad libre y sin metodologías académicas de por medio. Con la creatividad se logran generar alternativas en una ciudad.

Un logro fundamental y específico del artista en este proyecto colombiano es que logró sensibilizar a ambas comunidades sobre el poder del diálogo. Consiguió sentar a ambos grupos “antagónicos” en la misma mesa para que conversaran entre ellos. Al final se dieron cuenta de que tenían mucho en común. El arte sirvió como herramienta de unión.

*Brasil, São Paulo. *Motoboy*

A diferencia de otros proyectos, desde mayo de 2007 el *Canal Motoboy nunca ha dejado de transmitir y ellos siguen reuniéndose semanalmente (Abad, 2007). El Centro Cultural de España en esa ciudad fue el encargado de apoyar el proyecto. Los motoboys son personas que recorren la ciudad en motocicleta para hacer entregas y recados de todo tipo en la ciudad de São Paulo. Un dato escalofriante: dos motoboys mueren cada tres días.

Los motoboys son de alguna manera la columna vertebral de los envíos de correos y documentos de la ciudad. Trabajan bajo mucha



Lugar de reunión en São Paulo. Foto *Neca, 2007 (Abad, 2007).

presión de tiempo y tienen que manejar rápido entre coches, todo con muy bajos salarios y prestaciones. Es por eso que la sociedad los considera peligrosos y maleantes. En el sitio web hay crónicas visuales colectivas muy valiosas, ya que transitan y conocen lo que pasa por la ciudad mejor que nadie. A partir de este proyecto los comprenden mejor. Ahora las reuniones semanales son fundamentales para la vida colectiva, ya que los mantiene unidos como gremio, como grupo, y como comunidad, una comunidad que transmite en digital para poder sobrevivir en lo real. Puede encontrarse un video que hace la crónica de este proyecto.

*Barcelona. Canal *Accessible*

En Barcelona (2005) se formó un colectivo de 40 personas discapacitadas de todas las edades y condiciones sociales y culturales. La institución cultural involucrada fue el Centro de Arte Contemporáneo Santa Mónica y sus patrocinadores Nokia, amena, y el Departamento de Cataluña (Abad, 2005).

El proyecto colectivo consistió en mapear los obstáculos a través de fotografías geolocalizadas que se encuentran en las calles de Barcelona, así como fotografiar lo que les impide realizar alguna acción cotidiana indispensable: pasar por una calle, utilizar un cajero automático, no poder acceder a un baño público, etc. El resultado se plasmó en un mapa de la ciudad de Barcelona. Más tarde, en sus reuniones semanales decidieron incluir también los espacios que están bien diseñados para las sillas de ruedas, de tal forma que en un mismo mapa se pudiese obtener la información de los restaurantes, espacios públicos, aceras, cajeros automáticos, entre otros, que son adecuados y no adecuados para su condición de vida: lo que puede y no puede ser usado en la ciudad de Barcelona por un ciudadano que se desplaza en silla de ruedas. A las fotografías las separaron en varias categorías: WC, transportes, incívicos, escaleras, aceras, no funciona, escalones.

Las acciones de documentación hicieron que el mismo ayuntamiento se viera forzado a subsanar muchos de los obstáculos arquitectónicos sobre los que los miembros de canal *Accessible habían

rios, investigadores, técnicos, programadores, gestores, empresas, instituciones, centros culturales y museos, entre muchos otros) que forman parte de una red compleja de interacción con otras culturas digitales, que a su vez interactúan y se complementan con culturas no digitales de estructuras igualmente complejas. La intención de este artículo fue mostrar en la medida de lo posible, a través de un estudio de caso arte/tecnología/comunidad, la complejidad de acción de esta red y la capacidad de producción de conocimiento que de ello se puede derivar en otros campos del conocimiento.

Los taxistas en México (2004), los jóvenes gitanos en Leida y León (2005), las prostitutas en Madrid (2005), los inmigrantes nicaragüenses en San José, Costa Rica (2006), las personas con movilidad reducida en Barcelona y Ginebra (2006, 2008), los motoboys en São Paulo (2007), las personas desplazadas y desmovilizadas en Colombia (2008), los refugiados saharauis en Argelia (2009), los inmigrantes en Queens en Nueva York (2009) y las personas ciegas en Barcelona (2010) han permitido mapear, reportar situaciones, vidas, problemáticas, necesidades, deseos, sueños de una multiplicidad de comunidades a lo largo de casi diez años de arduo trabajo artístico/tecnológico/comunitario. Todo a través de la toma de fotos, videos y mensajes geolocalizados, y a través de una página de internet multimedia para su difusión. Estos proyectos de ventanas abiertas, de escaparates de vida de comunidad, dan cuenta de los intersticios de vida poco conocidos. Permiten activar inéditos mecanismos sociales y libres de cualquier atadura política. Asimismo, como dice López Cuenca (2009):

En su funcionamiento hacen manifiesto todo tipo de restricciones, ya sean las impuestas por las costumbres y la administración patriarcal del poder o por las legislaciones de las telecomunicaciones e inmigración o por la arquitectura urbana. Pero no se trata sólo de revelar, de hacer visible la traslúcida red que ordena la vida social (desde las relaciones entre adolescentes al uso de un celular o al desplazamiento en la ciudad) sino que en su práctica abren espacio para relaciones sociales inesperadas y reconfiguradas. Ésta es una cuestión central en la medida en que “el tema” de estos proyectos no es la elaboración de la representación de grupo sino la activación de la

agencia y la producción de relaciones sociales. Es decir, el tejido mismo de la existencia colectiva e individual.

Megafone.net “no se limita a ejercer una visión crítica desde la tribuna invulnerable del arte, sino que, contrariamente, se inserta [en] unas grietas y unas demandas ya existentes en el cuerpo social, de forma que estimula su acción y potencia las expectativas de llegar a puerto” (Torres, 2006). Este proyecto es tan rico y engloba infinidad de elementos en su espectro que puede ser estudiado desde varias trincheras: como arte comunitario, activista, arte relacional, arte de movimiento, arte social, relato multimedial, performance social, arte político, etc., un arte que toma como horizonte teórico la esfera de las interacciones humanas y su contexto social; un arte que se centra en la participación del usuario en la medida en que posibilita resultados inesperados, abiertos. Son plataformas artísticas/tecnológicas diseñadas para establecer nuevas narrativas y resultados fuera del control del artista, basadas en una experiencia social en un lugar determinado.

Otro elemento fundamental de estos proyectos tecnológicos es que, al utilizar plataformas digitales, se generan repositorios, archivos. Es decir, esas experiencias y resultados multimedia quedan grabados y almacenados. El material digital recopilado, el producto artístico generado por este tipo de proyectos es un diamante en bruto.

En las expresiones artístico-tecnológicas contemporáneas que utilizan comunidades como parte de la obra, se recopilan distintos tipos de resultados que normalmente los artistas registran y prácticamente no han sido analizados por nadie. Estos productos (audio, filmaciones, escritos, etc.) han sido poco estudiados por la historia y la estética del arte como otra forma de recopilar información inédita de la sociedad, de la comunidad. Estos archivos son importantes tanto para la definición de estas piezas como para entender su impacto e influencia mutua con las comunidades digitales que ayudan a construirlos. Son importantes para entender resultados y consecuencias que deberían estar abiertas al análisis continuo para su constante revisión como actores de una sociedad a la cual pertenecemos.

Megafone.net es un repositorio originado por una comunidad digital de libre expresión, es una historia sociológica, arqueológica, política y genealógica de las relaciones comunitarias digitales, a veces lineales, a veces discontinuas, entre arte, tecnología y archivo digital. Un archivo abierto que no es un espacio inerte para futuras consultas, sino que se convierte en un sistema vivo y relacional activo que posibilita, tanto en lo estético, lo tecnológico, como en lo social y político, nuevas relaciones de temporalidad entre el pasado y el presente. Y brinda nuevas posibilidades al futuro.

Estos registros digitales de obras artísticas con un enfoque comunitario son el resultado de metodologías distintas a las utilizadas por los sociólogos, antropólogos, etnógrafos e historiadores. Tienen un potencial analítico enorme, dado que hasta ahora no han sido explotados como dispositivos generadores de conocimiento. La posibilidad de ser analizados como documentos inéditos permite profundizar en el registro del intercambio entre la memoria individual y la memoria pública del espacio cultural al que pertenece la comunidad que se involucra en el proceso de generación de la obra.

Estos productos, por lo tanto, son necesarios como tema de investigación, no sólo como el resultado de una metodología inédita en las ciencias sociales y humanidades que aporta conocimiento, sino también como un producto artístico que nos permite profundizar en la comprensión estética de la obra que utiliza dispositivos tecnológicos y de registro de la misma en el marco del arte contemporáneo.

NOTAS FINALES ACLARATORIAS

1. La resolución de todas las fotografías incluidas en este capítulo se presenta según las características del celular en que fueron tomadas. La intención es mostrar cada imagen con la resolución original.
2. Parte de la información presentada se deriva de una entrevista personal con el artista en septiembre de 2012, cuya publicación está pendiente.

3. Este artículo forma parte del proyecto de investigación “Arte digital y comunidad” apoyado por el Promep UAM-PTC-330 y la UAM-Lerma.

BIBLIOGRAFÍA

ABAD, Antoni

- 2003 “Megafone Proyecto”, en <www.megafone.net/INFO/index.php?/espanol/2007-vinicius-spricigo/>.
- 2004 “Megafone.net: sitio taxi”, en <http://www.megafone.net/MEXICODF/message/index?date=2004-03-21&autor_id=506>.
- 2005 “Megafone.net: personas con movilidad reducida”, en <http://www.megafone.net/barcelona/barcelona.php?can_actual=74&qt=8>, Barcelona.
- 2007 “Megafone.net: motoboys en São Paulo”, en <<http://www.megafone.net/saopaulo>>.
- 2009 “Megafone.net: desplazados y desmovilizados en Colombia”, en <<http://www.megafone.net/temporal/intro.php>>.

ARGÜELLO, Gemma; Mónica BENÍTEZ y Karla FERNÁNDEZ

- 2012 “Cruzando fronteras: arte y desobediencia civil”, en *Veredas*, año 13, núm. 24, primer semestre, México, UAM-X, pp. 151-176.

BENÍTEZ DÁVILA, Mónica

- 2010 “Mecanismos en el arte: avatares inútiles de la tecnología”, en <<http://tdx.cat/handle/10803/51497>>, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.

LÓPEZ CUENCA, Alberto

- 2009 “*Sitio TAXI: colectivos, subjetividad y trabajo no capitalizado en México, D.F. en la construcción de lo propio en un mundo globalizado”, *Proceedings 53th International Congress of Americanists*, México, D.F.
- 2007 “La ruta está siendo recalculada. El motoboy y la economía política del afecto”, en <<http://www.megafone.net/info/files/pdf/maquinasespanol.pdf>>, São Paulo, Centro Cultural de España.

REYES PALMA, Francisco

- 2004 "De redes, enjambres y conglomerados: *Sitio Taxi", en *Currare*, núm. 23, enero-julio, México, disponible en <<http://www.megafone.net/info/index.php?/espanol/2004-francisco-reyes-palma/>>.

TISSELLI, Eugenio

- 2008 "Zexe.net: un cartographie numérique du monde", Ginebra, Centre d'Art Contemporain Genève y Seacex.

TORRES, David

- 2006 Entrevista a Antoni Abad, en <<http://www.megafone.net/info/index.php?/portugues/david-g-torres/>>.

A manera de conclusión

Alejandro Natal

Mónica Benítez

Gladys Ortiz

INTRODUCCIÓN

El encuentro de los medios electrónicos —en especial internet— con el espacio público ha generado innumerables y sustanciales transformaciones en nuestra forma de comunicarnos e interactuar como sociedad; se han modificado muchas actividades sociales, culturales y modalidades de organización. En este volumen intentamos mostrar cómo los nuevos medios han cambiado la manera en que pensamos en lo público, la política y en el ejercicio de nuestra ciudadanía. En los artículos que integran este libro, se analizan estas nuevas manifestaciones en la web y se exploran qué elementos tienen en común y qué nueva información nos podían aportar sobre cómo los ciudadanos están utilizando los medios electrónicos para ejercer su ciudadanía. Así, nos interesamos en estudiar los alcances que han tenido en México estas nuevas plataformas y herramientas, en particular en el ejercicio de lo que aquí hemos llamado *ciudadanía digital*. Para hacer este análisis, los trabajos presentados exploran, desde las más diversas ópticas, tres preguntas básicas: ¿dan las nuevas tecnologías herramientas a los activistas que éstos pueden luego socializar y a partir de la cuales pueden construir acción colectiva en el mundo real?; ¿generan los medios electrónicos nuevas condiciones para que cada vez más ciudadanos participen en temas públicos?; ¿es la participación en medios digitales una novedad que perderá vigencia o, por el contrario, es una transformación definitiva de las formas en que nos involucramos en lo público?

Lo que encontramos fue de lo más ilustrativo y muestra no sólo que efectivamente los nuevos medios digitales están transformando nuestra forma de pensar en lo público, sino que los casos presentados pueden estar entre los pioneros de lo que podría ser una nueva ruta para apropiarse de lo público, hacer política “desde abajo” y relacionarse con el poder. En este sentido, creemos que los casos presentados, en su mayoría formas de expresión, manifestación o incluso de protesta, inauguran un repertorio alternativo e innovador de acción colectiva a través del cual los ciudadanos pueden ejercer su ciudadanía.

Ciertamente, para que esto se extienda como una nueva forma de diálogo entre autoridades y ciudadanos es necesario que las autoridades sean sensibles a estas formas de expresión, un tema que aún está por verse pero que comienza a darse a contracorriente (véase Natal e Ibarra, en este volumen). Pero incluso si las autoridades siguen insensibles, este nuevo repertorio de acción colectiva puede crear nuevas formas más baratas y efectivas para la participación ciudadana que las que tenemos hoy, y es muy probable que esto estimule a los ciudadanos a *tomar* la red en lugar de las calles. De hecho, las convocatorias a marchas llegan ya por correo electrónico y las manifestaciones comienzan a darse ya en una página, blog o chat. De la misma manera, en la red cada vez más sitios son tomados por *hacktivistas*, tal como hoy algunos ciudadanos deciden tomar una oficina de gobierno o el Congreso. Si los casos presentados se vuelven tendencia, es probable que cada vez más los activistas sean *medioactivistas*, y que la información y contrainformación sobre lo público dejen de ser propiedad del gobierno y se tuitee o transmita en tiempo real.

Ciertamente, los avances de nuestras investigaciones pueden verse como una serie de eventos aislados y a muchos podrían parecerles prematuras nuestras conclusiones. Sin embargo, todos los casos presentados son de éxito y es evidente que en internet y en otros medios se realizan cotidianamente una infinidad de convocatorias, *hashtags*, mensajes, tuits, correos y páginas web que no siempre logran organizarse y menos producir acción colectiva. Conscientes de ello, creemos que los casos que aquí analizamos podrían estar abriendo una

nueva ruta de comunicación sociopolítica que queremos presentar a discusión.

DIFERENCIA ENTRE LA ACCIÓN COLECTIVA TRADICIONAL Y LA DIGITAL

La acción colectiva tradicional requiere mucho tiempo, energía y recursos, de tal manera que los individuos deben dedicarse a conseguir información relevante, socializar, discutir y finalmente cimentar consensos, amén de desarrollar propuestas, organizarse y construir opinión colectiva. Como hemos señalado antes, esto impone tan altos *costos de cooperación* a los participantes (Natal, 2011) que pueden incluso inhibir la acción colectiva (Bacow, 1980; Frideres *et al.*, 1992). A diferencia de la anterior, la acción colectiva digital trajo la inmediatez de la información y reciprocidad en la participación colectiva, y abarató los costos de comunicación. Lo mismo sucede con la facilidad para agregar información sobre preferencias, la cual permite que los emprendedores sociales puedan, en tiempo real, explorar el apoyo que puede tener su causa. Más aún, la simplicidad de las formas en que el ciudadano puede acceder a información sobre una causa, involucrarse y sentirse parte de un movimiento, hace que le sea extremadamente fácil simpatizar o participar en acciones sociales. Las nuevas tecnologías permiten que ciudadanos atomizados espacialmente, pero que comparten intereses comunes o tienen preocupaciones similares, puedan encontrarse, construir y articular una comunidad de intereses. Otro tema central que hace que sea más fácil para un ciudadano involucrarse en una causa de manera digital es la horizontalidad de estos nuevos movimientos digitales. La horizontalidad se da porque en los nuevos medios el poder está descentralizado, ya que la transmisión de la información otorga la misma capacidad de producción y comunicación a todos los individuos. Esto amplifica las posibilidades técnicas para la generación de información y contrainformación, así como la interacción entre individuos. En la medida en que la información es conocimiento en potencia, lo que se transfiere a través de los medios electrónicos es conocimiento que permite a los in-

dividuos apropiarse de su realidad y entender que tienen el derecho y la posibilidad de transformarla.

Evidentemente la facilidad que los nuevos medios presentan está cambiando la forma en que el ciudadano se apropia de su entorno, se interesa por lo público y se organiza para transformarlo. Esto ha llegado al punto que, para algunos autores, internet se ha convertido en el espacio mediático más influyente en el activismo, de tal suerte que existe una correlación entre un mayor uso de los medios electrónicos y la participación ciudadana por esta vía (García Luengo, 2006).

Cuando en 1984 Norberto Bobbio pensaba en la democracia y su futuro en relación con los medios electrónicos, sostenía:

La democracia representativa, que es la única forma de democracia existente y practicable es en sí misma la renuncia al principio de libertad como autonomía. Es pueril la hipótesis de que la futura computocracia, como ha sido llamada, permita el ejercicio de la democracia directa, es decir, que dé a cada ciudadano la posibilidad de transmitir su voto a un cerebro electrónico (Bobbio, 1984:20).

Los casos presentados en este volumen no pueden, en sí mismos, contradecir al autor, pero lo que sí muestran es que su estudio adquiere nueva relevancia ya que la participación política a través de medios digitales ha dejado de ser pueril. Si bien no creemos en una “computocracia”, como refería Bobbio, sí pensamos que los medios digitales permiten un más efectivo ejercicio de la contrademocracia, como señala Rosanvallon. Así, lo que hemos presentado en este volumen es cómo las nuevas herramientas tecnológicas le dan a los ciudadanos un set innovador de mecanismos para observar, obstruir e incluso hacer “juicios” a las autoridades cuando sienten que sus derechos, intereses o expectativas son vulnerados. Varios artículos de este volumen dan cuenta de cómo las nuevas tecnologías aumentan la capacidad de los ciudadanos de usar estos *poderes de control* (véase Natal, Ortega y Martínez, en este volumen), lo que —sin duda— es presión sobre las autoridades. De tal suerte que, como se lee en los trabajos aquí presentados, es increíble observar lo que pueden lograr un tuit, un perfil en Facebook, o incluso una página web.

**¿LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS LES DAN HERRAMIENTAS
A LOS ACTIVISTAS QUE LUEGO PUEDEN SOCIALIZAR
PARA CONSTRUIR ACCIÓN COLECTIVA EN EL MUNDO REAL?**

En general nuestros artículos muestran que las nuevas herramientas tecnológicas son más utilizadas por activistas como académicos, artistas, periodistas o escritores que ya están informados y tienen una posición sobre los asuntos públicos que les conciernen. De esta forma, los medios digitales sólo les ayudaron a impulsar de manera constante y con menos presencia física sus temas, lo mismo que generar y difundir información y contrainformación. Igualmente estos activistas tenían mejor disposición de trasladar las agendas del espacio virtual al real, debido a que contaban con un capital social, especialmente en términos de relaciones, que les permitió tener poder de convocatoria y mayor influencia en algunos círculos de decisión.

En este sentido, si bien los medios digitales son relativamente democráticos, hasta hoy no todos los usuarios asumen un papel protagónico en la producción de mensajes y eso lleva a que existan miembros más influyentes que otros. Sin embargo, algunos se vuelven más influyentes a causa de los “efectos de reputación”, porque otros usuarios han encontrado que la calidad de la información que generan o de la opinión que presentan son útiles y valiosas. Pero estos activistas digitales cumplen también una función, la de servir como vigías en la manada (véase López, este volumen).

Sin embargo también hay que reconocer que varios movimientos digitales han surgido de la iniciativa de ciudadanos que no estaban involucrados en causa alguna y quienes por motivos circunstanciales han asumido un liderazgo no protagónico. En varios de los casos estudiados, los iniciadores de la acción colectiva virtual y los individuos que se integraron luego y actuaron como nodos, no fueron ni académicos ni analistas ni figuras públicas, sino individuos comunes y corrientes que utilizan los medios electrónicos como megáfonos para contar sus historias, como los taxistas (véase Benítez, en este volumen), o el caso de la guardería ABC (véase Natal e Ibarra, en este volumen) o los jóvenes estudiantes del M132 (véase Ortiz y Nájera, en este volumen). Así, varios de nuestros estudios coinciden en que

las acciones colectivas virtuales o reales 1) no estuvieron organizadas en torno a un líder específico, 2) en la mayoría de los casos estaban compuestas por grupos diversos de personas, desde activistas hasta grupos vulnerados y usuarios que nunca antes se habían involucrado (Blásquez, en este volumen), y 3) los movimientos estaban desvinculados de líderes políticos y surgían más bien de una agenda ciudadana que no era compartida por el gobierno o la clase política. Así, en las diversas formas de acción colectiva resalta la participación de un público nuevo que busca formas alternativas de participar en asuntos de su interés y en los que la *expertise*, si bien es importante, no es una condición *sine qua non*.

Creemos que la incorporación de nuevos individuos interesados en participar es, en buena medida, el resultado del potencial que tienen los medios electrónicos para ampliar los márgenes de participación ciudadana. Los distintos artículos de este libro dan cuenta de cómo una masa crítica de ciudadanos ha utilizado internet, las redes sociales y los celulares para apropiarse de su realidad, convencer a otros, construir nuevos espacios públicos y/o favorecer las causas ciudadanas. Los logros obtenidos por los más diversos grupos de los que da cuenta este volumen, muestran el enorme potencial del medio en cuanto a la construcción de ciudadanía.

¿GENERAN LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS NUEVAS CONDICIONES PARA QUE CADA VEZ MÁS CIUDADANOS PARTICIPEN EN TEMAS PÚBLICOS?

Uno de los problemas recurrentes de la sociedad contemporánea es que para que un individuo pueda tomar decisiones y actuar con eficacia primero necesita contar con información relevante a un costo accesible. No obstante, sabemos que la información está distribuida de manera desigual y aleatoria en la sociedad (Marsden, 1994). En la esfera pública, la información es un recurso básico para tomar decisiones y el principal problema es que en la mayoría de los casos el ciudadano carece de información relevante y no sabe dónde está o no puede acceder a ella.

Una de las grandes ventajas de los medios digitales es que reducen costos de transacción, en particular aquellos relacionados con la información, como se ha discutido en otros espacios (Natal, 2011). En este sentido, los medios digitales reducen los costos de acceso a la información, ya que suplen la información que no es proporcionada por las instituciones públicas; permiten un flujo constante de información y contrainformación, sobre todo cuando se ubican en una plataforma de libre acceso; facilitan la agregación de información al concentrar y sumar opiniones similares o distintas de manera automática; reducen los costos de *emprendedurismo* o emprendimiento, ya que sirven como promotores de ideas e iniciativas ciudadanas. Además, los medios electrónicos permiten explorar la aceptación y viabilidad de iniciativas y propuestas ciudadanas, anticipando cuáles tendrían más resonancia pública como para lograr impacto y cuáles no. En otras palabras, los medios digitales ayudan a predecir el comportamiento de otros, o en su caso, la capacidad de una causa para persuadir. En otras palabras, ayudan a “tomarle la presión” a la opinión pública. Esto es crucial para adelantarse a los adversarios y dar viabilidad a una iniciativa ciudadana o incluso a un proyecto político.

Pero además de reducir los costos de información, los medios digitales ayudan a resolver otros problemas de la acción colectiva.

Otra característica importante de los medios digitales es la horizontalidad. Como señalamos, en estos medios cualquier individuo puede ser productor y al mismo tiempo receptor de mensajes lo que hace que la información fluya horizontalmente, sin filtros, centralización o control. Esto resuelve un problema clásico planteado por la teoría de la acción colectiva (Olson, 1965), ya que puede generar en los individuos la percepción de que su participación no es marginal para la acción, sobre todo cuando en tiempo real recibe un mensaje en su celular, o ve que su contribución aparece en línea, o su mensaje es retuiteado, o reconoce inmediatamente el producto de su participación como parte de un trabajo colectivo (véase Benítez, en este volumen). Así, al contrario de lo planteado por la teoría de la acción colectiva clásica, que ha sido central para muchos análisis de la acción social, en los movimientos de medios digitales el individuo se apropia de la causa y participa como productor, da una opinión que

se socializa en muchos casos en tiempo real, por lo que no necesariamente percibe que su participación sea marginal.

Otra de las razones que tiene un individuo para sostener su participación, es la facilidad con que puede involucrarse. La reducción de costos de transacción permite a los individuos realizar pequeñas contribuciones que al agregarse van configurando el esfuerzo colectivo. Esto es lo que muchos autores han llamado *slacktivism*, un activismo sin demandas o “residual” que se realiza en el tiempo que sobra. En términos de costos de oportunidad, es “lo que dejamos de hacer” sin que nos represente un costo importante, por el contrario, los costos de los medios digitales son marginales y, más aún, muchos de éstos se dan fuera de la comunidad que participa, ya sea porque son absorbidos por otros grupos sociales o por la tecnología misma. Por todo ello, los incentivos para la participación son mayores.

Otra razón por la que los ciudadanos participan más a través de los nuevos medios es —como esperamos haber mostrado en los casos analizados— porque perciben que colaboran en la construcción de bienes comunes. A diferencia de la participación en las organizaciones corporativistas o neocorporativistas que sobreviven en el México actual, que persiguen bienes para sus propios miembros, las acciones colectivas de las que aquí damos cuenta han tenido como mira beneficios que impactan a la sociedad en su conjunto. En otras palabras, no se persiguen bienes de club sino bienes comunes. Aunque la teoría clásica de la acción colectiva nos diría —en contraargumento— que precisamente por ser más difusos los beneficios de los bienes comunes, los incentivos para participar decrecen, lo que observamos fue diferente. Nuestros casos sugieren que al participar en su comunidad virtual, los ciudadanos persiguen beneficios que van en el interés del grupo, pero que al mismo tiempo impactan a la sociedad en su conjunto y por ello “enganchan” a otros actores, como en el caso de la guardería ABC (véase Natal e Ibarra, en este volumen). Así, la participación a través de los medios digitales rinde beneficios concentrados en el interior del grupo, pero también puede conciliarlos con intereses comunes, con lo que incrementa los incentivos para participar.

Otro elemento importante es que, a diferencia de la acción colectiva tradicional, a través de los medios digitales, ya sea Twitter, inter-

net, las redes sociales o los celulares, cada individuo puede elegir no sólo el medio y sus herramientas, sino también su papel, el nivel de compromiso con el que participará y el tiempo en que lo hará. La inmediatez y la horizontalidad de la información de los medios permiten también que si un individuo que forma parte activa en un movimiento digital se retira, su lugar pueda ser ocupado rápidamente por otro que pueda dedicar el tiempo y compromiso a tareas específicas que la comunidad conoce. Esto permite que naturalmente la acción social se distribuya y se vayan llenando vacíos de participantes que salen por otros que entran.

Finalmente, otro de los problemas planteados para la acción colectiva radica en el conocimiento de información y en la confianza en que un individuo tiene sobre la respuesta colaborativa del otro. Esto está ejemplificado en el muy conocido dilema del prisionero (véase Axelrod, 1996). Aunque estos medios han sido calificados de impersonales, permiten a los usuarios una interacción directa con los promotores de las ideas, con activistas y otros miembros de la comunidad con quienes en cualquier momento se puede iniciar un diálogo. Si bien la interacción no es cara a cara, todos sabemos hoy que atrás del mensaje, la página o el perfil hay una persona. Incluso es fácil saber si esa persona es un *troll* o saboteador, y se puede distinguir con relativa claridad cuando se está siendo engañado. En otras palabras, a diferencia del dilema del prisionero, entre los medios electrónicos hay posibilidad de tener una relación *directa* en los participantes, lo que hace que haya más información, confianza en la interacción, y que cada uno tenga mayor disposición de involucrarse suponiendo que el otro responderá a la interacción virtual. Esto reduce el miedo al oportunismo (*free-riding*) porque asume que siempre habrá alguien del otro lado de la pantalla listo a participar, ser recíproco y continuar con la causa emprendida.

Todo esto presenta un reto al planteamiento de incentivos positivos y negativos sobre el que construye la teoría olsoniana de la acción colectiva. El resultado, como muestra la literatura reciente, es que efectivamente hay una relación causa-efecto entre la existencia de plataformas digitales y una mayor participación ciudadana. En otras palabras, a mayor número de ciudadanos con mayor información relevante, con mejor acceso y más interconectados a través de las nuevas

tecnologías, habrá más interacción e involucramiento de éstos en asuntos públicos no electorales (véase García Luengo, 2006). Esto porque, como hemos mostrado a lo largo de este volumen, los medios electrónicos: *a*) reducen los costos de transacción y de oportunidad; *b*) abonan en la percepción de los ciudadanos de que hay alguien al otro lado de la pantalla que va a ser recíproco y que no serán defraudados por el colectivo. En la medida en que haya más historias de éxito en el ejercicio de la ciudadanía digital, que los ciudadanos tengan logros con consecuencias públicas que le den solución a un problema concreto, y que sean conocidas y valoradas por otros usuarios, más y más ciudadanos estarán dispuestos a cargar con los costos de transacción que implique su participación, ya que percibirán que sus metas son efectivamente alcanzables.

**¿ES LA PARTICIPACIÓN EN MEDIOS DIGITALES
UNA NOVEDAD QUE PERDERÁ VIGENCIA,
O POR EL CONTRARIO ES UNA TRANSFORMACIÓN
DEFINITIVA DE LAS FORMAS EN QUE NOS INVOLUCRAMOS
EN LO PÚBLICO?**

Los casos analizados en este volumen muestran que los medios electrónicos están construyendo a través de distintos espacios virtuales, una nueva plaza pública (Vega y Merino, 2011), en la que justo como un ágora ideal cualquiera puede acercarse, escuchar, expresar su opinión y deliberar con otros. Éste es un espacio de encuentro horizontal, directo e inmediato, de tal forma que cuando en esta ágora se encuentran los funcionarios públicos o los representantes ciudadanos con la ciudadanía, si bien la interacción no es *tête-à-tête*, en estricto sentido, sí son encuentros personalizados.

Esta ágora digital existe, primero, porque hay un flujo de información relevante en torno de los temas de interés ciudadano, y segundo, porque esta información permite el diálogo entre ciudadanos y entre ellos y la función pública. Pero el ágora digital es mucho más que un espacio de diálogo, ya que también es un espacio de difusión efectivo donde los congresistas cabildean sus iniciativas, la clase po-

lítica debate entre sí, algunas autoridades difunden su agenda e incluso reaccionan ante ciertas coyunturas, y se recuperan algunas de las agendas ciudadanas expresadas en los medios electrónicos (véanse Castillo y Natal e Ibarra, en este volumen). Si estos cambios siguen permeando la manera en que interactuamos con la autoridad, es muy probable que los medios electrónicos transformen nuestra relación con quienes hoy toman decisiones sobre lo público.

Por otro lado, cuando los ciudadanos que se engarzan en acciones colectivas a través de las nuevas tecnologías y aprenden que pueden usarlas estratégicamente, entonces éstas se convierten en un poderoso mecanismo para pasar del simple apropiamiento inmediato del entorno o de unirse a causas y ser solidarios con otros de manera *slacktivista*. Así, los medios se convierten en un arma particularmente útil para organizar la expresión del descontento, denunciar, introducir un tema ausente de la discusión pública, reaccionar contra políticas públicas, agregar preferencias en torno a un tema de interés común, generar información y contrainformación, o incluso generar acción colectiva. En otras palabras, para que los ciudadanos ejerzan los contrapoderes.

Esto es particularmente relevante en un país como México, donde, como hemos discutido en otros espacios, los ciudadanos están aprendiendo a participar, ya que las formas en que podían involucrarse en lo público estuvieron durante décadas reducidas al ámbito electoral, y esto incluso era mera pantalla (Natal, 2010). El Estado controlaba prácticamente todas las expresiones sobre asuntos públicos, incluyendo las manifestaciones o plantones, y admitía algunas otras mientras se dieran en el marco “institucional” aceptado por el régimen. Así, las huelgas de hambre, boicots y otras formas de expresión política tendían a ser cooptadas o reprimidas. La alternancia política introdujo cambios notables y amplió relativamente la libertad de expresión, pero hasta la llegada de los medios digitales muchas formas de expresión del descontento no tenían consecuencias concretas para los destinatarios del reclamo. Fueron las nuevas tecnologías las que potenciaron la acción social, particularmente por su capacidad de generar acción colectiva y tocar fibras sensibles de la clase política y las autoridades. Los activistas sociales han sido particularmente efecti-

vos en México para atingir a los funcionarios o autoridades precisas, donde radica la toma de decisiones. Los activistas, en muchos de los casos reportados por este volumen, han aprendido también a dialogar y negociar, o en su caso a utilizar eficientemente los contrapoderes que pueden producir los cambios que buscan.

En este uso estratégico quizá el elemento de aprendizaje social más importante, como lo hacemos notar en varios de los casos estudiados en este volumen, es que los ciudadanos se dieron cuenta de que, en buena medida, el éxito de una discusión, debate o reacción digital se relaciona con la capacidad de su comunidad virtual de 1) organizarse en línea, pero también 2) de llevar la movilización ciudadana al mundo real y 3) de permear los medios tradicionales que sirven, como bien dice Benítez, como megáfonos de sus mensajes. De tal manera que estos puentes con el mundo real muestran que la ciudadanía digital empieza en línea pero no termina ahí, sino en la interacción real con las autoridades, empresas u otros colectivos sociales con los que se busca interactuar.

La interacción con los medios tradicionales, en particular, es compleja, ya que éstos en su mayoría son poco críticos en el mejor de los casos, o tienden a reproducir información oficial o sirven a intereses de grupos específicos. Así, el ciudadano tiene poco acceso a confirmar los hechos y se vuelve un receptor pasivo. Por el contrario, los medios electrónicos permiten que cualquier ciudadano no sólo pueda corroborar lo que dicen los medios tradicionales —más aún, la inmediatez de los medios electrónicos hace que las causas sociales estén a un *link* de distancia— y les permite conocer las propias versiones de los protagonistas. Además, la posibilidad de la multiautoría y el relativo anonimato de los usuarios permiten con mayor facilidad la difusión de contrainformación y la generación de agendas alternativas (véase Natal y Perera, en este volumen).

LIMITACIONES Y RETOS DE LA CIUDADANÍA DIGITAL

Si el ejercicio de los contrapoderes a través de los medios electrónicos ha de tener éxito es necesario que, como toda acción colectiva, sus

acciones tengan éxito. Para ello, los ciudadanos que intentan ejercer la ciudadanía digital tienen que ser capaces de involucrar a una mayor masa crítica ciudadana que vaya generando acción política distribuida y abierta cada vez a más sectores de la población, en otras palabras, democrática. Sin embargo, hoy en día los medios electrónicos constituyen un espacio conformado por un conjunto de guetos informáticos, lo que nos impide hablar a cabalidad de una *sociedad de la información* (Castells, 2002). En México, como lo ha discutido Lara (en este volumen), el problema de conectividad, acceso a la tecnología y los altos costos reales de los medios electrónicos, hacen que muchos ciudadanos no puedan tener acceso a las TIC o se queden sin cobertura. Más aún, muchos ciudadanos quedan excluidos por su poca capacidad de adaptación, que no es atendida por la educación tradicional, que poco contribuye al uso de las tecnologías. Así, si a esto le agregamos que en nuestro país existen marcadas brechas sociales, tenemos una sociedad en la que las TIC pueden actuar como mecanismos que acentúen la exclusión social. Por el contrario, una sociedad de información sería “una sociedad informada, que construye conocimiento gracias a la asimilación de la tecnología por parte de todos sus ciudadanos, de forma que quede incorporada a sus vidas diarias” (Galindo, 2009:168).

Otro reto de la ciudadanía digital es la reflexión. La masa crítica de ciudadanos que hoy da vida a los medios electrónicos y ejercita sus poderes de contrademocracia a través de ellos, debería de ser capaz de crear opinión pública en otros ciudadanos. Este tema sigue siendo una de las mayores críticas al *medioactivismo*. Más aún, la propia participación de algunos ciudadanos *puede ser* meramente mecánica y convertirse en un mediactivismo flojo u ocioso de baja demanda e intensidad, que consiste en firmar una petición, o decir “me gusta”, y donde no siempre es claro si el participante está realmente involucrándose en una causa que lo o la inspire, y si el presentar un avatar, retuitear un mensaje o reenviar correos en realidad es apoyar una acción social o un acto para “matar el tiempo”. Este activismo residual, o *slacktivism*, puede ser más bien un divertimento o una participación de poco esfuerzo, que no necesariamente implica “luchar por una causa”. Por ello creemos que los *slacktivistas* no podrán ser

autores del cambio por el solo hecho de “estar conectados” reenviando irreflexivamente mensajes sobre causas cuyas implicaciones y efectos no entienden a cabalidad o con los que no están comprometidos realmente.

En este mismo sentido, otro reto es cómo pasar de que los ciudadanos digitales conformes con participar enviando o reproduciendo mensajes breves y cortos en lenguaje simple en un blog o *hashtag* a que hagan una reflexión social y política que realmente sustente un cambio de largo aliento. Con toda razón se puede cuestionar si estos mensajes breves y en muchos casos hasta frívolos pueden ser considerados acciones ciudadanas. De seguir así, los medios electrónicos no serían más que otra forma de expresar la irritación que compartimos en la sobremesa por la corrupción de una autoridad o la falta del Estado de derecho, y definitivamente un grupo de *geeks*, por más activos e interesados en lo público que estén, no podrán construir suficiente reflexión ni masa crítica para la transformación social. Ciertamente los mensajes sencillos son útiles, pero deben ser apenas el primer paso de un proceso que permita construir objetivos con claridad y ayude a los ciudadanos a ser capaces de entrar en deliberación con otros actores para construir consensos y articular demandas o propuestas.

No obstante, como en este volumen hemos intentado mostrar, pese a que reconocemos estas limitantes y retos, también creemos que la restricción numérica no necesariamente se traduce en poca capacidad de influencia frente a los medios de comunicación masiva, la clase política o empresarial o la opinión pública. Varios de los logros documentados en los capítulos anteriores muestran lo contrario. Además, es necesario apuntar que para muchos ciudadanos en México, participar sigue siendo una experiencia nueva que estuvo vetada por más de 70 años. Incluso aún existen restricciones legales y materiales para la participación política de ciudadanos independientes. Quizá por ello participar esporádicamente en actos que se mezclan con la diversión de las redes y que son muy enfocados puede ser una experiencia que convenza a varios ciudadanos de que “se puede”, y que los anime a participar cada vez más. Lo innegable es que, independientemente de las razones de su afiliación o de que hagan ami-

gos en estas *causas.com*, los medios electrónicos están facilitando una gama de formas de participación en lo público que no sólo sirven para ampliar el descontento social ante un hecho, sino también para dejar una experiencia de participación y, en el mejor de los casos, una experiencia organizativa en los ciudadanos que se involucran. Esto, como lo ha mostrado Putnam, con equipos de futbol y coros en el norte de Italia (2003), en el largo plazo puede probar ser invaluable.

Otro tema menos atendido pero más importante que los anteriores, y que definitivamente merece mayor atención de la academia, es la *lobbyización* o parcelización de intereses de la sociedad. Al integrarse en comunidades de intereses los ciudadanos pueden presionar para producir bienes de club, es decir, bienes y servicios que favorezcan a su comunidad pero que no necesariamente puedan ser disfrutados o beneficien al resto de la población. La ciudadanía digital, en este sentido, sólo puede ser tal si, como en los casos aquí descritos, produce bienes comunes.

TEMAS DE INVESTIGACIÓN PENDIENTES

Los trabajos presentados en este volumen son meramente reflexiones o análisis exploratorios, en su mayoría no parten de estudios anteriores, ni de datos suficientes que nos permitan, por ejemplo, construir el perfil sociopolítico y económico de quienes ejercen la ciudadanía digital. Tampoco partimos de un cuerpo teórico preciso que permita medir el potencial de impacto o la utilidad pública o política de los logros ciudadanos. Lo que hemos intentado hacer aquí es presentar avances de investigación, reflexiones y algunos casos que muestran cómo los ciudadanos que utilizan los medios electrónicos han usado plataformas y herramientas para ejercitarse en la contrademocracia, y hemos resaltado el potencial que pueden tener estos medios frente a determinadas coyunturas. Con estos trabajos queremos dejar en la mesa una serie de preguntas a las que, consideramos, aún es necesario darles mucho seguimiento y observación para conocer a cabalidad los alcances de la ciudadanía digital.

Entre las preguntas pendientes de contestar en futuros trabajos están, por ejemplo, determinar si la *expertise* de los participantes puede ser un factor determinante para el éxito de los ejercicios de ciudadanía digital. En otras palabras, si sólo aquellos que ya ejercían su ciudadanía en el mundo real son capaces de utilizar efectivamente las herramientas del mundo virtual o si, como varios de nosotros hemos encontrado, las herramientas —al reducir los costos de transacción— permiten que nuevos y más ciudadanos se apropien de los poderes de control y al ejercitarse en la contrademocracia se vuelvan ciudadanos digitales. Esta línea de trabajo presenta también otra pregunta interesante: ¿hasta qué punto el *slacktivism* hace reflexionar al individuo y lo vuelve más consciente del problema interesándolo realmente en lo público? Otro tema de análisis es saber qué plataformas sirven para qué y cómo evolucionan los usos que los ciudadanos deciden darles. Ciertamente es que no todas las plataformas electrónicas se han usado para los mismos fines y que parecería que redes como Facebook son más usadas para socializar y que Twitter, por ejemplo, es más efectivo para el cabildeo (López, en este volumen). Sin embargo, esto aún tiene que explorarse sustancialmente porque si bien es cierto que Natal e Ibarra (en este volumen) muestran el valor de Twitter como herramienta de acción política, Blásquez (en este volumen) enseña cómo Facebook puede servir también para reaccionar a causas sociales.

Finalmente, cierto es que las TIC en muchos casos promueven el consumo. Sin embargo, facilitar que las comunidades se vinculen y actúen colectivamente no los hace necesariamente globalizantes, sino que los puede convertir en herramientas altermundistas, identitarias y de acción colectiva especialmente eficientes para construir lo *glocal*. Éste es un tema sobre el que queda mucho por estudiar.

COMENTARIOS FINALES

En este volumen hemos analizado, desde varias ópticas y perspectivas disciplinarias e interdisciplinarias, lo que aquí hemos llamado la ciudadanía digital. Tres ejes rectores que vincularon a la mayoría de

los trabajos discutidos en este volumen fueron 1) si las nuevas tecnologías aportaban herramientas a los activistas con las que se pudiera construir acción colectiva en el mundo real; 2) si los medios electrónicos aquí analizados generan nuevas condiciones para que cada vez más ciudadanos participen en temas públicos, y 3) si la participación en medios digitales es una novedad que perderá vigencia o si por el contrario es una transformación definitiva de las formas en que nos involucramos en lo público.

Los casos presentados muestran que las TIC, internet, las redes sociales y los teléfonos celulares pueden ser un instrumento muy efectivo como plataforma para la acción social. Estos casos relatan historias incipientes de cómo el ciudadano ejerce sus *poderes de control* (Rosanvallon, 2007) que tiene a la mano para apropiarse de su realidad y construir una nueva forma de ciudadanía, la ciudadanía digital.

Como discutimos, éste no es un tema menor en un país en donde la participación se ha visto históricamente como membresía (Aguilar, 2002), y sólo se ejercía a través de la participación en sindicatos, cámaras o alguna otra organización del corporativismo. Más aún, el tema cobra especial importancia en un entorno en el que la clase política evade muchas de sus funciones sociales asignándolas a otros actores, o las cumple mal y sin rendición de cuentas, y donde la regresión a conductas autoritarias e irresponsables es una tentación latente. En los medios digitales, por el contrario, los usuarios son individuos con nombre y apellido que tienen posturas definidas ante lo público, en donde no hay jerarquías y la participación no sólo es horizontal, sino que el liderazgo se mueve transversalmente, es decir, no está centralizado ni es estático.

Así, el hecho de que cualquier ciudadano pueda decir lo que piensa y descubrir que hay muchos otros que piensan igual que él o ella, y que además están dispuestos a “hacer algo” por pequeño que sea, genera un gran subproducto de los medios electrónicos. Esto puede resultar en experiencias organizativas que a la larga pueden —en su conjunto— probar ser importantes. Ciertamente, organizarse sigue siendo complicado, pero cuando se logra efectivamente, como lo muestran varios de los casos analizados en este documento, los resultados son alentadores. Aunque reconocemos que la ciudadanía digital

en México es aún incipiente, estamos convencidos de que el ejercicio de los poderes de control a través de los medios electrónicos y su ulterior impacto en la apropiación de lo público, rendición de cuentas y acción colectiva, será un tema que seguirá creando malestar en la clase política.

En México los nuevos medios están teniendo un crecimiento exponencial, lo que es esperanzador y puede ser una señal de que, atendiendo la brecha digital, cada vez más usuarios contarán con más plataformas libres desde las cuales ejercitar la ciudadanía digital. No obstante, como señalamos en este volumen, no hemos considerado en ningún momento que la ciudadanía digital sustituirá a la ciudadanía en el mundo real, en ninguna de sus dimensiones. Tampoco pensamos que el activismo social termina en las redes sociales o que la acción política finaliza al apagar la computadora. En este mismo sentido, ninguno de los autores sostiene tampoco que internet o alguna de las otras TIC vayan a sustituir a los medios de comunicación convencionales. Por ello no esperamos que los trabajos de este libro se consideren como una apología a los medios electrónicos o como recomendaciones para trasladar el ejercicio de la ciudadanía o el activismo a internet.

Lo que varios de los trabajos aquí presentados sí señalan es que, en los casos analizados, los medios electrónicos permitieron a los individuos apropiarse de lo público, apuntalaron las estrategias de acción colectiva y el ejercicio de la contrademocracia de manera decisiva. Creemos que los medios digitales son ya una constante en la acción social y que cada vez ganarán más espacio en los procesos de diálogo entre ciudadanía y gobierno en este país.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Luis F.

- 2002 "New Social Agent: Civil Society Organizations, Social Responsibility and Citizen Participation", en *IMS DOSOC*, año 10, núm. 1, enero-marzo, México, pp. 32-42

- AXELROD, Robert
 1996 *La evolución de la cooperación*, Madrid, Alianza.
- BACOW, Lawrence S.
 1980 *Bargaining for Job Safety and Health*, Cambridge/Londres, MIT Press.
- BOBBIO, Norberto
 1984 *El futuro de la democracia*, México, FCE.
- CASTELLS, Manuel
 2002 *La era de la información. Tomo I, Economía, Sociedad y Cultura*, México, Siglo XXI.
- FRIDERES, James S.; Usher FLEISING, Sheldon GOLDENBERG y Joseph DISANTO
 1992 "Community Participation: Natural Resource Development in Rural Alberta", en J. S. Frideres (ed.), *A World of Communities: Participatory Research Perspectives*, North York, Canada, Caotus University Publications, pp. 191-203.
- GALINDO, Jairo Alberto
 2009 "Ciudadanía digital", en *Signo y Pensamiento*, vol. XXVIII, núm. 54, enero-junio, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 164-173.
- GARCÍA LUENGO, Óscar
 2006 "E-Activism: New Media and Political Participation in Europe", en *Confines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, núm. 2, agosto-diciembre, disponible en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63320405>>, consultado el 9 de octubre de 2012.
- MARSDEN, David
 1994 "Indigenous Management and the Management of Indigenous Knowledge", en S. Wright (ed.), *Anthropology of Organizations*, Londres/Nueva York, Routledge.
- NATAL, Alejandro
 2010 "La sociedad civil mexicana como actor de cambio social. Un recuento de su contribución a la transición democrática", en Henio Millán, Marta Gloria Morales y Luis Alberto Fernández (eds.), *Cambio político y déficit democrático en México*, México, Miguel Ángel Porrúa.

- 2011 *To Cooperate or Not? That is the Question. The Costs of Cooperation in Community Participatory Development*, Londres, Lamberth Academic Publishing.
- OLSON, Mancur
- 1965 *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*, Harvard, Harvard University Press.
- ROSANVALLON, Pierre
- 2007 *La contrademocracia. La política en la era de la desconfianza*, primera edición en español, Buenos Aires, Manantial.
- VEGA , Ana Francisca y José MERINO
- 2011 *Ciudadanos.mx, Twitter y el cambio social en México*, México, De Bolsillo.

Ciudadanía digital
se terminó en febrero de 2014
en Imprenta de Juan Pablos, S.A.,
2a. Cerrada de Belisario Domínguez 19,
Colonia del Carmen, Del. Coyoacán,
México 04100, D.F.
<juanpabloseditor@gmail.com>

1 000 ejemplares









Celulares como megáfonos de vida en comunidades: proyecto artístico de Antoni Abad

Mónica Francisca Benítez Dávila*

El arte que decide trabajar con comunidades y nuevos medios permite difundir formas de vida. La presencia del ciudadano o de las comunidades en ciertas obras artísticas-tecnológicas posibilita la creación de nuevas plataformas y proyectos poco explorados. Artistas como Ricardo Domínguez, Fran Ilich, Rafael Lozano-Hemmer y Antoni Abad intervienen sobre el espacio comunitario de acción y comunicación (físico y digital) para dar voz y nuevas posibilidades de vida. Todos ellos han alterado, a través de distintas formas expresivas, las lecturas de espacios de acción preestablecidas para crear otras nuevas.

En el artículo “Cruzando fronteras: arte y (des)obediencia civil” (Argüello, Benítez y Fernández, 2012) se analiza la obra “Herramientas transfronterizas para inmigrantes” (HTI). Ahí se muestra y describe cómo el dispositivo poético/artístico/tecnológico HTI recrea formas estéticas de desobediencia civil de actuación capaces de sacar a la luz condiciones de injusticia social a través del uso de celulares. Dicho proyecto aún está abierto ya que, debido a las condiciones sociales y políticas adversas, no se ha podido llevar a cabo en su totalidad. Ahora toca el turno describir un proyecto artístico/tecnológico/social que lleva funcionando casi diez años, con resultados ricos y diversos en varias partes del mundo: Megafone.net, del artista catalán Antoni Abad (Abad, 2003).

* Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma. Jefa del Departamento de Artes y Humanidades de la misma Universidad.

LA OBRA

Megafone.net (antes zexe.net) es una pieza artística cuyo concepto fue diseñado en 2003 por el artista catalán Antoni Abad (1956). En su página electrónica el proyecto es definido como sigue:

Invita a grupos de personas en riesgo de exclusión social a expresar sus experiencias y opiniones en reuniones presenciales y a través del uso de teléfonos móviles. Éstos, que permiten a los participantes crear registros de sonido e imagen y publicarlos inmediatamente en la web, se convierten en megáfonos digitales que amplifican la voz de personas y grupos a menudo ignorados o desfigurados por los medios de comunicación predominantes (Abad, 2003:1).

Zexe.net (hoy Megafone.net) nació en 2003. Es el primer proyecto a nivel mundial en utilizar teléfonos celulares y comunidades excluidas (presenciales y digitales) en un proyecto artístico. En esas épocas, la información que se transmitía de los celulares hacia la página web en tiempo real era una novedad tecnológica; esta obra además tenía la posibilidad de interactuar directamente en la red y crear comunidad digital y artística al mismo tiempo. Lo anterior funcionaba en una época en que Twitter y Facebook no existían.

Megafone.net ha evolucionado desde entonces y se han desarrollado hasta hoy 12 proyectos en distintas partes del mundo con las siguientes comunidades:

- Taxistas de México D.F., 2004.
- Jóvenes gitanos en Leida, 2005.
- Jóvenes gitanos en León, 2005.
- Prostitutas en Madrid, 2005.
- Inmigrantes nicaragüenses en San José, Costa Rica, 2006.
- Personas con movilidad reducida en Barcelona, 2006.
- Mensajeros en motocicletas (motoboy) en São Paulo, 2007.
- Personas con movilidad reducida en Ginebra, 2008.
- Personas desplazadas y desmovilizadas en Colombia, 2009.

- Jóvenes de los campamentos de refugiados saharauis cercanos a Tinduf en Argelia, 2009.
- Inmigrantes en Queens, Nueva York, 2009.
- Personas ciegas en Barcelona, 2010.

El proyecto, como se ha mencionado, está diseñado para que grupos, colectivos, asociaciones o comunidades específicas proyecten, narren y describan su visión de la realidad, contrastándola con los estereotipos preestablecidos. No es fácil definirse como un grupo de personas con elementos comunes, como un colectivo específico. Es por ello que el inicio de los proyectos en Megafone no es sencillo, poco a poco los colectivos logran encontrar su propia voz y personalidad como comunidad mediante el diálogo de grupo. Las reuniones presenciales son fundamentales para conseguir que la dinámica del proyecto digital sea un éxito. Lo real es fundamental para la creación de lo virtual. La obra artística incluye, por lo tanto, reuniones presenciales semanales para permitir la comunicación constante entre los miembros de la comunidad. En esos espacios de convivencia cada grupo decide lo que la comunidad digital dará a conocer al mundo y publicará en su página web. El medio que posibilita dicha acción comunitaria es la tecnología de la comunicación digital.

Veo varios elementos entrelazados en esta obra tecnológica-artística y comunitaria: la tecnología, la obra artística y el papel del artista como creador y coordinador de proyectos. El artista tecnológico es hoy capaz de interactuar virtuosamente con interfases complejas en las que el conocimiento técnico, la inventiva y la exploración psicológica, política y estética de efectos, inducidos o producidos a través del dispositivo técnico, coinciden en regiones que palabras como interdisciplina, transdisciplina y multidisciplina perfilan. Describo a grandes rasgos sus elementos.

ELEMENTOS TECNOLÓGICOS

El instrumento tecnológico mediador de la acción creativa es el teléfono celular (móvil) y la página web. El modelo de los teléfonos ha ido evolucionando, ya que con los años estos aparatos móviles se han

vuelto sofisticados. Este proyecto se inició con los primeros celulares con cámaras integradas. Hoy se utilizan celulares con tecnología multimedia y GPS integrados que han permitido realizar proyectos cada vez más ambiciosos, como veremos más adelante. Cada ejercicio artístico de esta naturaleza requiere un programador que lo acompañe: inicialmente fue el mexicano Eugenio Tisselli (2003-2010), posteriormente Lluís Gómez (2008-2010) y desde 2011 es Matteo Sisiti. El celular manda una señal en tiempo real que permite publicarla en una página web para su difusión. La programación y toda la infraestructura informática —tanto de los celulares como de la página web— es adaptada, corregida, monitoreada y mantenida en marcha por el programador del proyecto en turno, que mantiene actualizada toda la información que es enviada desde el ciberespacio por los integrantes de cada proyecto. Cada obra artística desarrollada es distinta, tiene sus propios retos que resolver. El trabajo del programador puede ser realizado a distancia, desde cualquier lugar del mundo, siempre y cuando se tenga una computadora y red. Tisselli, en su artículo “Tags y mapas, espejos fragmentados”, describe majestuosamente la tecnología desarrollada del proyecto que aquí describiré muy a grandes rasgos (Tisselli, 2008).

Los primeros celulares con cámara integrada (Nokia 7650) que fueron utilizados en 2003 eran considerados un lujo. Con éstos se permitió tomar fotos y mandar mensajes en tiempo real a la página web, que es la que deposita todos los datos y permite difundirlos al mundo. Actualmente Megafone.net está utilizando teléfonos con sistemas de localización integrados GPS que permiten tomar fotos de alta resolución, las cuales son enviadas directamente a una página web en la que aparecen ubicadas en el lugar exacto en donde ésta fue tomada; además los videos y la voz transmitidos por los celulares modernos son de más larga duración.

La tecnología de telecomunicación utilizada en este proyecto es viable, ya que las redes de telefonía celular permiten transmitir no solamente voz sino también datos codificados como señales digitales, además de mensajes de texto (SMS) o multimedia (MMS) siempre y cuando se tenga acceso a una red de datos y a una dirección de correo electrónico.