



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS

TESIS:

INTELIGENCIA CONECTADA PARA LA POLÍTICA.

**El impacto del uso de las Redes Sociales en la campaña de
Enrique Peña Nieto 2012**

PRESENTA: JESÚS ALDUCIN SANDOVAL

ASESOR: DR. JUAN CALVILLO BARRIOS

Prólogo

Introducción

CAPITULO UNO	1
Antecedentes del Problema	1
1.1 Tecnología, internet y su impacto en la sociedad.....	2
1.2 Origen y Evolución de las Redes Sociales	5
1.3 Importancia de redes sociales en México.....	12
1.4 Movimientos sociales.....	13
1.5 Las nuevas formas de hacer política vs formas tradicionales.....	15
1.6 Medios de comunicación tradicional: TV y Radio en Campañas Políticas. (Kennedy).....	18
CAPITULO DOS.....	20
Redes Sociales y Política.....	20
2.1 Campañas y Redes Sociales	21
2.2 Redes Sociales y Barack Obama	22
2.3 El Uso de las TIC en México	24
2.4 Tecnología política.....	26
2.5 ¿Qué es inteligencia conectada?.....	28
2.6 ¿Cómo usar la Inteligencia Conectada?	30
CAPITULO TRES	32
El uso de las Redes Sociales en la Campaña de Enrique Peña Nieto.....	32
3.1 ¿Cómo utilizo redes sociales en su campaña EPN?	32
3.2 Participación de televisión en campaña de EPN	36
3.2.1 Medición de Redes Sociales en Campaña de EPN.....	37
3.3 Percepción ciudadana en redes sociales de EPN.....	39
3.4 Importancia de Redes Sociales en el resultado electoral.....	40

CAPITULO CUARTO.....	44
Conclusiones	44
BIBLIOGRAFIA.....	49
ANEXOS	56

Prólogo

El interés que me llevo a realizar esta investigación fue el término “inteligencia conectada” da mucho que decir, por ejemplo la tecnología aplicada en cuestiones políticas es muy importante y mucho más en campañas políticas eso ocurre porque el político quiere simpatizar a los ciudadanos usando redes sociales (cibernautas) y obtendrá de formas más rápida no sólo la atención sino también la simpatía de la sociedad y obviamente más votos a su favor.

Las cuestiones de la tecnología política digital es muy importante porque facilita las tareas diarias del humano, las plataformas que aplican las instituciones de cualquier tipo de gestión gubernamental son creadas por esta cuestión “tecnología” tal es el voto electrónico, es valioso porque ahorra muchos gastos tanto económicos como ecológicos y surge en base a estrategias que solo la tecnología puede inventar, lo cual es el ejemplo más evidente que puedo explicar.

El tema de la “inteligencia conectada” surge mediante el registro de trabajar en grupo con intereses en común y en el tema político no cabe duda que deberá abrir nuevos horizontes para que los políticos puedan llevar su campaña a toda la sociedad que utiliza algún tipo de red social, este interés de los políticos sin duda impactara a sociedades en México.

Muchos plantean que las redes sociales tienen mucho peso en las candidaturas políticas porque son las que postulan a los nuevos políticos, y olvidaron a la televisión y la radio, esa opinión se está perdiendo en con el tiempo puesto que estos medios de comunicación son los más antiguos y vistos en la población mexicana lo cual no es fácil olvidar y al mismo tiempo tiene mucho peso en cuestión de difusión de información lo más visto en México es la televisión, lo cual para las campañas políticas o para los candidatos porque llevan su mensaje a todo México e involucran a los mexicanos a generarles algún tipo de interés a favor del partido político que se esté anunciando.

Cuando se usan redes sociales nuevas aplicaciones pueden mantener unidos a personas en el mundo e inventan nuevos mecanismos de conexión, eso fue lo que pensó Randy Conrads y que en base al tiempo su invento se postuló en la semilla que a futuro se colocaría en las redes sociales más utilizadas por el humano en el mundo.

Finalmente la parte más importante de esta investigación es comprender porque inteligencias de los ciudadanos se conectan a redes sociales y como los políticos hacen lo posible para impactar más en mitin políticos, y al mismo tiempo los mismos políticos evolucionan también con la tecnología, son estrategias que ponen en práctica para obtener el voto a su partido, son muchas cuestiones que intervienen en tecnología política en este caso hablaremos de “inteligencia conectada”. La inteligencia colectiva y la responsabilidad social y política del investigador. “Del yo al nosotros y del nosotros al todo.

Introducción

Esta investigación tiene como objetivo descubrir ¿por qué las redes sociales son importantes en campañas políticas?, el uso adecuados de las redes sociales de parte de los candidatos para obtener el voto de parte del pueblo, llevar sus campañas a nivel digital para quienes están más activos en alguna red social les pueda llegar el valor de la campaña, es por ello que las redes sociales hoy en día son importantes muchas personas usan redes sociales y más la población de entre 18 y 50 años de edad es por ello que las campañas políticas deben comunicar sus ideas a ese tipo de población que es la mayoría, no obstante las redes sociales ahora son las que son ideales para comunicar sus campañas de los candidatos y candidatas los políticos se interesan por simpatizar a los cibernautas quienes utilizan redes sociales eso crea que se estime el candidato o candidata, las redes sociales.

Grandes naciones están implementando el uso de redes sociales para hacer campaña y que mejor ejemplo de Barack Obama quien se distinguió por sus uso adecuado en redes sociales para simpatizar a su nación y obtener votos para su partido y obtener también la presidencia de los Estados Unidos de América el uso de redes sociales está contendiendo con tv, radio, diarios, quien en su momento eran los medios de comunicación más importantes para comunicar, la población a nivel mundial esta cada más activa en redes sociales es decir las población cada dia abre su cuenta para mantener comunicación con sus amistades en todo el mundo, las redes sociales son tema importante porque son mecanismo que llevan datos de cualquier tipo y que en campañas políticas es ideal para platicar con ya población que está activa en este tema.

En la campaña distinguimos dos focos básico: la presencia propia del partido y del candidato, y lo que se genera en torno de estos fuera de su control en la red.

Dicha campaña de Obama fue destacada en medios de comunicación digital porque dio nuevas formas de gestionar campañas políticas en el 2008, lo cual puso en práctica redes sociales, portales web verticales y generalistas, acciones de mayor influencia online, campaña de medios online, Obama se distinguió por utilizar el marketing político adecuado, preciso, eficiente y alineado en su estrategia tradicional o también llamada offline.

También el tema del marketing digital político es importante esta cuestión es la presencia propia en internet del candidato y de marca de partido fuerte, presencia pensada, interactiva, planificada, que genera engagement, atractiva y con unos contenidos de calidad y valor.

Es importante pensar en los variados tipos de votantes, perfiles y de distintas zonas geográficas ellas darán resultado plataformas, mensajes y slogans múltiples para ellos, esta idea es muy importante porque cada área a que los candidatos o candidatas les llame la atención hablar no hablaran lo mismo para todos porque cada área es distinta a las demás y los ideas que lleven obviamente son adecuadas para ellos y las demandas que sean factibles para ellos.

También hablaremos de ¿qué es blog de partido, de candidato?, página oficial y páginas de Facebook, Twitter, listas propias, canal de YouTube, páginas de Google entre más temáticas de redes sociales.

Tecnología de seguimientos, es imprescindible “escuchar el ruido online” relacionado con el candidato, el partido, el slogan de campaña, y los mensaje de campaña. Cuando se utilizan redes sociales se debe trabajar en, valorar los sentimientos positivos, neutros o negativos de los contenidos, clasificar las fuentes donde se publica el contenido, los argumentos son de carácter positivo, neutro o negativo, como estos contenidos influyen en la mesa y en los influenciadores, también esto se trabaja a los competidores.

CAPITULO UNO

Antecedentes del Problema

Hoy en día todo el mundo está inmerso en cuestiones digitales, ello deja en evidencia que los avances que ha dado la ciencia a la sociedad para poderse comunicar han sido trascendentes, que bueno que brinden comodidad y facilidad a todos los cibernautas activos en una cuenta de red social.

Sabemos que la sociedad evoluciona y debe encontrar formas de comunicarse más fácil y rápidamente, pero si durante gran parte del siglo XX el mundo se comunicaba por los medios de comunicación tradicional, Radio y TV, ¿qué ha sucedido los últimos años? ¿Cuáles son los avances tecnológicos que permitieron esta revolución en los medios de comunicación? ¿Qué es el internet? ¿Qué son las redes sociales? ¿Para qué han servido y para que pueden servir? ¿Qué es el homo twitter? ¿Qué es inteligencia conectada?

Es necesario explicar estos conceptos porque han llegado a configurar un mecanismo de comunicación global, lo que le debería interesar a las personas porque se quieren (se deben) involucrar en un nuevo sistema de comunicación que permite unir y coordinar a personas en el mundo.

Si bien es cierto que internet puede beneficiar a todo los ciudadanos que se involucren en una red social, también puede afectarlo, pues son varias las cuestiones que los cibernautas enfrentan en este espacio por lo que debería conocer los elementos básicos para navegar en este mar de información disponible en internet.

Como señalan los memes de apple, no es que los niños sean unos genios, sino que los ingenieros informáticos son tan capaces que logran que cuando nosotros usamos los medios de comunicación digital lo hagamos con un mínimo esfuerzo, y día a día crean nuevas aplicaciones que puedan utilizar los usuarios del internet para poder comunicarse con el mundo.

Esto ha logrado que podamos subir cualquier tipo de información a la red sin contratiempos, excepto los que establecen los cánones legales sobre el acceso a la información pues aunque las redes sociales son espacios públicos que todos podemos usar, en las que encontramos gran variedad de aplicaciones comunicarnos con familiares y amigos, y familiares, obviamente esto debe estar reglamentado.

De tal modo, los sistemas de comunicación digital, que permiten interactuar a los seres humanos a través de una computadora, son la señal de nuestro tiempo. A partir de ellos se crearon las redes sociales, aunque el correo electrónico, que fue el primero que se inventó, hasta hoy sigue utilizándose.

Ante ellas, los medios de comunicación tradicional están perdiendo peso. Es interesante ver como las sociedades se transforman y como transforman sus formas de comunicación, hasta donde llegará esta transformación no lo sabemos, lo que si es cierto es que es algo que no podemos parar y que debemos adecuarnos a ello. Es lo que debemos hacer los politólogos, ver de qué manera las transformaciones en las formas de comunicación transforman la manera de hacer política, para ello analizaremos el último proceso electoral federal que vivimos, la elección de Enrique Peña Nieto.

1.1 Tecnología, internet y su impacto en la sociedad

Fue en Europa donde la revolución tecnológica creó herramientas como la Web 2.0 (Subirats y Parés, 2007, p. 107-110), así como las redes sociales.

Vamos a iniciar explicando que es tecnología, que es una disciplina científica enfocada en el estudio, desarrollo de técnicas y procedimientos y herramientas que son empleados para transformar a materias primas en objetos o bienes de utilidad práctica. (Significados, 2017).

En tanto que el internet, es un neologismo del inglés que significa red informática descentralizada de alcance global. Se trata de sistema de redes informáticas interconectadas mediante distintos medios de conexión, que ofrece una gran diversidad de servicios y recursos, como por ejemplo, el acceso a plataformas digitales. (Significados, 2017).

Respecto a las Tecnologías de la información y comunicación (TIC's) son todos aquellos recursos o herramientas utilizados para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego. (UNAM, 2013) el uso de TIC en campañas políticas es un sistema de computadoras que permiten el orden entre candidatos y cibernautas es decir facilitan el comunicarse entre partidos y votantes (Monge, 2012, p. 11) ahora no sólo es importante el comunicar, sino que también ahora lo importante es informar, es necesario que el candidato pueda investigar qué es lo que su ciudadanía pide y de ahí en base a lo que piden

hacer soluciones para dichos conflictos e inducir su interacción mediante el uso TIC. Poner esto mismo en Cap.Uno, primera parte

Eso produce que el solucionar los conflictos mediante los informes que se hicieron previamente dicho candidato deberá enviar un mensaje al votante por medio de coaliciones electorales con intereses diversos para que pudieran recibir mensajes diversos.

Cuando los partidos políticos usan TIC a su favor lo hacen para protestar, también pueden informar sus acciones que están haciendo en su periodo de gobierno.

Incluso puede llegar hacer un informe usando TIC y medios de comunicación tradicional.

El uso de TIC es más necesario para los políticos que para los ciudadanos, es por eso que en el país se ha estudiado el uso de TIC en campañas políticas o incluso en gestiones gubernamentales para el buen uso de políticas públicas de parte de los políticos hacia su sociedad.

El uso de tecnologías ayudan a comunicarse entre los cibernautas usando el internet, el cual el anglicismo que se utiliza en su abreviatura del termino Internacional Network of Computers, en español se traduciría a Red Internacional de Computadoras o Red de Redes, su origen se inicia en 1969, con el objetivo de conectar computadoras de varias universidades de Estados Unidos.

Sin duda podemos pensar que el uso de redes sociales especialmente contribuido al internet comunica a todos los cibernautas que están de forma coordinada en redes sociales para enterarse de cualquier información de lo que pasa en su entorno social, sin embargo el uso de este medio que produce en todos los medios de comunicación tradicional y digital puede informar desde sonidos, fotografías, videos, etc., por lo que se vuelve parte importante en los medios de comunicación este invento tecnológico el internet, es creado por parte del departamento de comunicación de los militares del gobierno de Estados Unidos con el objetivo de comunicarse en todos los países, pero su creación tuvo un pequeño contribuir a universidades de Estados Unidos por el cual dejo de ser red privada del departamento de comunicación, sino que ahora comunicaba a universidades locales que permitían el libre acceso a nuevas formas de comunicación social.

Acerca del impacto de internet, podemos señalar que hoy en día el uso de internet, pero especialmente el de redes sociales, es parte importante de la comunicación política ya que la información disponible en internet nos permite conocer más que con los medios de comunicación tradicionales.

En el ciberespacio, cibernautas y ciudadanos cuestionan cada vez más al gobierno, lo que abre nuevas puertas de comunicación y participación en política. En base a ello podemos decir que internet y las redes sociales han creado una forma distinta de relacionarse, de informarse, de movilizarse o simplemente de vivir.

Obviamente que el uso de internet tiene pros y contras, pero no debemos ni podemos situarnos en uno de esos lados porque si bien por un lado la política está tratando de usarlo en su beneficio, para lo cual intenta mostrar una cara agradable para cibernautas y ciudadanos, por el otro, un grupo de ciudadanos piensan que la política es lo peor, destacando como uno de los temas más criticados el uso inapropiado de recursos públicos por parte de los funcionarios. Esta es una ventaja que destacan algunos del internet, un espacio de la sociedad que por este medio puede vigilar, denunciar y hasta castigar a los políticos que no cumplan adecuadamente sus funciones.

Ante este dilema, algunos autores como Subirats y Parés (2007: 109-110) se preguntan ¿por qué si el internet es una herramienta útil para las cuestiones políticas, por qué los políticos no hacen cosas buenas que ayuden a la su política a recuperarse? Y la respuesta que plantean es que pareciera que los políticos actuaran bajo un molde, que ignora o no entiende este medio de comunicación.

Ello ha provocado que ante graves problemas sociales, algunos ciudadanos u organizaciones exploten la capacidad que tiene internet de comunicar para organizarse y movilizarse en la defensa de intereses comunes a través de procesos de inteligencia colectiva como difusión de convocatorias, recopilación de firmas on line o mensajes masivos (Subirats y Parés, 2007: 115-120).

Es por todo este potencial que Castells define al internet como una tecnología de libertad (2001:1).

El internet también provoca que cada cibernauta se haga más autónomo pero ese individualismo no significa aislamiento sino que genera una comunidad en base a individualismos y diálogos con personas en común comunicadas por el ducto de comunicación (online) con interacción (offline) en el ciberespacio.

En palabras de Castells, se genera un espíritu emprendedor, audiencias activas, un usuario creativo, un consumidor informado y proactivo, lo que redundará en alumnos informados con pensamiento crítico (Castells, 2001, p. 15-20).

¿Qué más evolucionará en internet? No lo sabemos, lo que sí sabemos es que estos medios están creciendo día a día pues cada día un usuario crea un nuevo perfil o revisa alguna noticia por

internet y cada día la nueva tecnología lo hace más atractivo para los internautas que están activos en cualquier tipo de redes (Morales, 2004, p. 1-10).

Por otro lado, si los medios de comunicación cambian, también los individuos cambian (Subirats, 2011: 57).

1.2 Origen y Evolución de las Redes Sociales

Los antecedentes de las Redes Sociales parecen estar en las ideas de Comte, quién decía que todo sistema está compuesto por elementos de la misma naturaleza que el sistema vivo (Freemann, 2012, Cap 2) y lo único que se hace es extender la idea a los usuarios de internet como reflejo de un sistema social conectado, un reflejo de la historia de la sociedad planteada desde los griegos: individuos forman familias, familias se convierten en tribus, tribus en naciones (Freeman, 2012, Cap 10) aunque ahora aplicada a aquellos individuos que forman sociedades en línea de forma análoga al sistema social aprovechando los avances tecnológicos como internet.

A los lazos individuales que tiene una familia, regidos por derechos y obligaciones universales, Maine los nombró Status (Freemann, 2012, Cap 2), para las redes sociales podemos decir que los lazos que los unen son de facilidad, de comodidad, para un sistema (humanidad) pues como él mismo señaló (Maine), todo tiene un orden, por lo cual podemos decir que estas redes sociales y aplicaciones también tiene uniones y conexiones igual que una familia.

Este orden y evolución nos llevan a tener más conocimientos de diferentes especialidades, pues internet nos brinda información en cualquier ámbito (big data), cultural, político, económico, social, religioso, deportivo, generando innovaciones en grandes áreas como comercio, educación, sanidad y movilidad, por citar algunos.

Los efectos disruptivos que genera, según algunos autores, están produciendo un efecto peligroso (Subirats: 2016), porque la postura de egoísmo e ignorancia por parte de los gobernantes, el interés de gobernar solo en interés personal los lleva a querer controlar este medio, lo que coloca en el centro del debate el tema de la soberanía tecnológica, preservar el acceso y participación libre como derecho a poder informarse.

La soberanía tecnológica implica, en palabras de Subirats, preservar el bienestar social no importando las desventajas gubernamentales en cualquier espacio lo que también implica la diferenciación entre beneficio público y beneficio privado.

Sin embargo, un hecho visible es que mucha gente está limitada al acceso de información lo que cuestiona la congruencia en este tema ¿Por qué? Porque entre menos avanzada está una nación, menos el acceso a internet e información, y más fácil mantener el control, y esto es responsabilidad de la política y de los políticos.

Como señala Žižek, en la evolución de estos mecanismos, cada vez surgen más intentos de control de cualquier índole, publicitarios, políticos, culturales, al grado que esto se vuelve “moda” (Žizek, 2013: 148-173). Sin embargo, los individuos también pueden interactuar en estos medios, lo que significa acabar con el consumo pasivo, de un texto o de una obra de arte, ya no solo se ve en monitor sino que también se interactúa con él.

Lo que es innegable es que estas tecnologías han cambiado el mundo.

Dado que las redes sociales están hechas para un objetivo, conectar amigos y/o familiares, es importante conocer cada una de ellas así como su evolución:

Iniciaremos con la red social más famosa entre todas las existentes, Facebook, señalando también que cada una es única porque sus características son diferentes.

Facebook es muy importante porque es la que más se usa para socializar. En ella se puede encontrar lo que es el marketing de publicidad, es decir, que cualquier persona o empresa puede publicitar su negocio para reconocerse a nivel mundial y ganar amigos o clientes.

Facebook se creó el año 2004, pero tardó unos años más para lanzarse al mercado (2006). Fue creada por el estudiante norteamericano Mark Zuckerberg y su equipo de trabajo Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin, Andrew McCollum y Chris Hughes (Fernández, 2015, p 1).

La espera fue porque se buscaba ofertarlo en todos los idiomas del mundo, para que cada nación pudiera entender en su lenguaje en qué consistía esta red social.

Actualmente tiene más de 500 millones de usuarios a nivel mundial aunque en sus inicios buscaba sólo comunicar a los alumnos de Harvard.

Tiene diferentes opciones para editar el perfil, entre los que podemos identificar “Acercas de mi”, donde se muestran los datos de la biografía, como relaciones, empleo, formación académica, etc. En “Chat” podemos desarrollar pláticas con amigos o familiares en tiempo real. “Me gusta” se usa cuando te gusta alguna publicación o información emanada de alguno de tus amigos o familiares. “Comentar” se usa para escribir algún comentario acerca de alguna información

publicada. “Compartir” es para postear alguna información emanada de amigos o familiares pero ahora en tu cuenta de Facebook.

WhatsApp fue creada por Brian Acton y Jan Koum, dos ex trabajadores de Yahoo y fue lanzada en el año 2008. Es diseñada para teléfonos inteligentes y su función es mandar información a través de mensajes entre los mismos teléfonos, aunque también se pueden enviar videos, audios, etc., (Android, 2015, <http://www.androidsis.com/historia-de-whatsapp-origen-evolucion-y-logros/>).

En México esta aplicación es muy utilizada el termino de WhatsApp es acrónimo de “What’s Up” (¿Qué pasa?, en inglés) y App. Este nuevo sistema de comunicación instantánea en envío de información por medio de textos entre dos o más teléfonos inteligentes sería a futuro lo más usado por los usuarios de WhatsApp, sin embargo tenía algo más atractivo esa aplicación, era que podía actualizarse y espiar a demás personas por lo cual se creó intereses para los usuarios activos, antes de que esa aplicación tuviera sus actualizaciones ya cumplía con sus 250.000 usuarios. Sus creadores vieron su desarrollo de su creación lo cual se vieron obligados por cobrar ya que su demanda era mucha para que frenaran dicha expansión. Sus creadores se veían obligados a buscar nuevos inversionistas para que su red de WhatsApp no se viera afectada en distintos lugares. En el 2003 ya tenía 400 millones de usuarios pero intervino Facebook por el miedo a perder peso en redes sociales el cual compro WhatsApp por 21 millones de dólares en febrero del 2014. Entonces el equipo de especialista de Zuckerberg hizo algunos cambios en WhatsApp por ejemplo, ver tu estado de perfil, desactivar el doble check azul, etc. Eso a su vez Zuckerberg cambio dichas reglas de juego porque implemento nuevos patrones de seguridad para uso de WhatsApp. El nuevo propietario de WhatsApp hizo nuevos ajustes a su nueva aplicación, por el cual sería el primero en poner videollamadas y servicios de voz IP, en redes 2G actualmente para 3G y 4G, el objetivo es usar menos datos para aplicar los nuevos caracteres de su aplicación.

Twitter se integra al campo digital en el año 2006 y su creador es Dorsey (Polo, 2009,). Esta red sirve para que los usuarios expongan sus ideas en un mínimo de palabras y decir lo que pensamos en menos caracteres y más espontáneo.

Al igual que Facebook tiene muchas opciones, entre las más importantes tenemos “@”, signo de “único” y “privacidad” y que todos los usuarios tienen en sus cuentas después de su nombre o dirección, “follow”, término en inglés que significa “seguir” y que identifica a Twitter y lo diferencia de otras redes sociales, “Retwittear” es poner alguna información emanada de amigos o familiares en tu perfil privado, “Me gusta” dar simpatía a cierto informe o publicidad de algún

amigo o familiar, “Hablar en privado” tener una conversación con algún amigo o familiar desde cualquier parte del mundo. Falta más Un tweet es cuando se escribe en cuentas de los usuarios de Twitter, es continuar el escribirse con amigos en cuantas de Twitter, también se les conoce actualización o update. Tweetear es cuando se escribe o envía un texto, un tweet.

El uso de este nuevo medio de comunicación digital permite su comunicación entre tuiteros sea adecuada y profesional, es red social que es creada con el objetivo de que sus usuarios sean profesionales y en mayoría y empresarios eso a su vez produce que los comentarios de quienes usan dicho medios de comunicación sea de precisión y dicha red social sea de personas preparadas académicamente para el debate sustentable con demás usuarios.

Sin embargo el Twitter es distinto a los demás en su número de caracteres es restringido y por consecuencia es más claro y simple en su redacción es por eso que lo construyen para personas profesionistas, el número de caracteres es de 140 caracteres y que en ese número de caracteres según sus creadores es el pensamiento para escribir algún pensamiento que pudiera comunicar cualquier informe en donde se quisiera explicar y los usuarios serian aptos para comprender dicho informe.

Correo electrónico, inventado en 1971 por Ray Tomlinson, es utilizado para mantener comunicación virtual, enviar y recibir información como archivos, de textos, datos o presentaciones, imágenes, audios, videos, (Computerworld, 2012). El correo electrónico es un medios de comunicación digital que es el mas antiguo por ser el primero en comunicar dos computadoras en coordinación junto a científicos expertos en dichas computadoras, el correo electrónico comunica textos que sólo sus usuarios pueden entender, es decir, cumple con ciertos parámetros de confiabilidad que el correo electrónico le proporciona al usuario, primero tiene que llevar un registro de dirección a quien va ir dirigido, eso debe de llevar nombre de quien es dicha cuenta o como se pueda ubicar en dicha dirección, seguido de @ que es identidad del usuario, entonces seguido de a donde se dirigirá Hotmail, Gmail, Yahoo, el correo electrónico es el más usado para conferencias, presentaciones de oficina, incluso para exponer en tiempo preciso temas de universidades o tareas de usuarios, entonces se descubre que el correo electrónico puede ser red social que a su vez compite con los demás competidores que proporcionan el diálogo entre usuarios en redes sociales.

Google Plus es otra red social, es utilizada para trabajar en equipo o atender a clientes en remoto, con él puedes mantener videoconferencias, mostrar una presentación o incluso un escrito.

Es un nuevo sistema de red social que proporciona a los usuarios buscar en el buscador de google cualquier interés que ellos busquen, ese buscador es el más usado por los usuarios desde el 2011, google se interesó por dar nuevas expectativas de resolución para su búsqueda de información a través de computadoras y dispositivos inteligentes, Google plus es nueva red social que de forma gratuita te proporciona el espacio de no perder comunicación con tus amigos y de forma profesional te ayuda con video conferencias que en objetivo tuvo este nuevo Google plus.

Uno de los países donde surgen es Estados Unidos, que también es uno de los más avanzados en cuanto a temas de tecnología, y de los primeros en utilizarlas en política, ya que Barack Obama supo aplicar las nuevas tecnologías y las redes sociales en su campaña para poder ganar la presidencia de la nación más poderosa del mundo (Castro, 2012: 209-222).

La imagen siguiente sintetiza la evolución de las redes sociales.



Tipos de redes sociales: Podemos identificar los siguientes:

1. Redes sociales horizontales: este tipo de red no tiene un número específico de seguidores, sino que invita a que participen los cibernautas para una buena y responsable interacción entre sus simpatizantes, un buen ejemplo es Facebook, Twitter, Google + etc. (Enciclopedia de clasificaciones, 2016,).
2. Redes verticales: este tipo de red va dirigido a un tipo de usuarios en específico, son especializadas, y el usuario acude a esta red debido a su interés en común, por ejemplo:
 - a) profesionales, su interés es establecer un vínculo de interacción entre distintos profesionales, esto es porque opinan en cuestión a su especialidad, lo cual hacen interacción en su entorno social, por ejemplo LinkedIn o blogs temáticos.
 - b) Verticales de ocio, su interés es reunir a amigos para compartir actividades como deportes, música, videojuegos, por ejemplo: Wipley, Dogster, etc.
 - c) Verticales mixtas, su interés es combinar los incisos anteriores con el objetivo de contribuir a profesionales y personales, por ejemplo: unience.
3. Redes sociales humanas: este tipo de red su interés es que los internautas interactúen a base a sus gustos, intereses y gustos en general, por ejemplo: Dorppl y Tuenty.
4. Redes sociales de contenido: este tipo de red lo que le importa es el contenido es su lo que lo sostiene, los usuarios deberán tener ciertos archivos de comunicación para poderlos subir a esta red y compartirlos, por ejemplo: Flickr.
5. Redes sociales sedentarias: este tipo de red es conocida entre los usuarios de 15 a 18 años, es decir opinan y crean sus propias conclusiones de archivos, amistades, eventos, etc., por ejemplo: Blogger y Plurk.
6. Redes sociales nómades: este tipo de red social es parecida a redes sociales sedentarias, sólo se suma un nuevo elemento sugerido en ubicación geográfica del sujeto, es probable que el usuario se beneficie en lugares visitados, por ejemplo: Fire Eagle.

Sin duda el tipo de red social que usemos depende del interés de usuario, de su nivel de identificación.

1.3 Importancia de redes sociales en México.

Un buen número de mexicanos se han interesado por comunicarse a través de redes sociales porque es una forma más cómoda de interactuar con sus semejantes a través de computadoras, celulares, tablets y otros medios de inteligencia artificial.

Pero, ¿hasta qué grado es importante en el país? Según Caldevilla (2011: 3-6), el país está cambiando, está transformando su comunicación, y el internet no solo sirve para chatear con amigos, aunque con ese objetivo se hicieron Facebook y Twitter, sino que también sirve para involucrarse más participativamente, para hacer críticas constructivas a cualquier tipo de información con lo que se supera el monopolio informativo.

Según la Encuesta Nacional de la Juventud 2010 (Meneses, Ortega y Urbina, 2012: 153) tiene acceso limitado a internet un total de 36.2 millones de jóvenes en todo el país, entre 18 y 34 años, un 69.5% tiene competencias mínimas de uso, acceso y aprovechamiento de recurso en red, un 8.6% tiene antigüedad como usuario en los últimos cinco años, un 42.3% tiene internet en su casa, pero esto depende de cada entidad o región del país pues son cifras redondeadas.

De los 120 millones de habitantes que tiene país, el 47.3% tiene acceso a internet, según el INEGI (Excélsior, 2016, <http://www.excelsior.com.mx/hacker/2016/03/14/1080806>) de esos 47.3% que el 100% el 76.5% son jóvenes de entre 18 y 34 años en su mayoría esos jóvenes se conectan a través de dispositivos móviles, en cuestiones de PC ha dejado de estar en los primeros lugares, entonces sí es interesante que los movimientos sociales apliquen estos medios de comunicación para hacer contrapeso en algún sistema de gobierno, y que más en el país si el interés lo tienen los jóvenes y eso jóvenes son quienes tiene ventaja en distintos movimientos sociales ya está el ejemplo de #YoSoy132 se movilizaron en sistemas de nueva tecnología y que son buenos hasta cierto punto porque no tienen el control los monopolios y el gobierno y atacan de forma eficiente y contundente siempre con su mismo interés el de un bien común.

Sin embargo, como dice Castells (2011: 16) aunque una persona se ponga a navegar en internet no cambia su personalidad, si esta persona tiene amigos tendrá amigos en internet, pero si no los tiene, no los tendrá en internet, es decir cambia porque utiliza un sistema digital pero eso no significa que cambien sus costumbres.

En otras palabras, aunque estemos en la era internet, muchos mexicanos no lo saben o no les interesa porque están ocupados trabajando o porque simplemente no les interesa.

Lo que nos importa saber es ¿Por qué es importante usar redes sociales en el país?

Los mexicanos se distinguen de todo el mundo, del mismo modo que los americanos o los chinos, sin embargo, al conectarse a internet tienen un interés común, como crear grupos, chatear con amigos, ver algún programa en específico, entonces, nos damos cuenta que comparten un interés común, por ello podemos decir que las redes sociales están vivas, y a través de ellas nos podemos dar cuenta del cambio cultural de los mexicanos (Castells, 2011: 18).

El interés de comunicarse a través de redes sociales es importante para los mexicanos, pero al mismo tiempo, el sistema político mexicano pretende controlar estos nuevos sistemas de comunicación y hasta grupos que se mueven en la ilegalidad lo usan para cometer delitos como secuestro, extorsiones, venta de artículos robados, etc.

Pero también puede usarse para establecer un diálogo entre los políticos y la sociedad. ¿Por qué es importante esto? Porque si no existe un contrapeso ciudadano, no puede haber avance, no puede haber desarrollo, no puede haber democracia. Como dice Subirats (2010:6-10) los ciudadanos deben crear un vínculo de participación social (Subirats, 2010, p. 6-10).

Esto es lo verdaderamente importante, que los ciudadanos entiendan que tienen una gran herramienta que pueden usar para organizarse y exigir un estado de derecho.

1.4 Movimientos sociales.

Si entendemos al movimiento social como un grupo de personas dirigidas hacia un interés común para contribuir a un cambio social (Fernández y Paniagua, año: 10) entonces podemos entender que son mecanismos de participación social que explotan las ventajas de la comunicación instantánea como la que proporciona internet y redes sociales.

Un buen ejemplo es el movimiento social #YoSoy132 que en el desarrollo de su identidad colectiva, objetivos, explotó las redes sociales (López y Tamés, 2012: 107-108) para llegar a los estudiantes y transformar lo que para ellos era un abuso del poder.

Porque si bien los movimientos sociales son mecanismos de cambio en una sociedad necesitan de una buena comunicación, este tipo de comunicación es la comunicación digital, el uso de internet, y a este tipo de sistema de operación se le da el término de “ciberactivismo” (López y Tamés, 2012: 12).

Cuando se utiliza el término “ciberactivismo” es por el hecho de publicar algún tipo de información y lo más importante que se vuelva viral entre amigos y conocidos porque al mismo

tiempo que lo comparten en redes sociales abre un espacio en donde depositar sus opiniones e iniciar un debate social (swarming) para su mayor integración.

Nos damos cuenta así que internet y redes sociales tienen un gran peso en distintas sociedades, esto lo podemos ver como una nueva forma de vivir una democracia entre comunicación digital, usar redes sociales es por sí misma una revolución social.

Cuando un movimiento social sabe que tiene una ventaja para comunicarse, ese movimiento social tiene organización, coordinación, diálogo entre sus integrantes por lo que en consecuencia contribuirá a los cambios sociales, al progreso de su sociedad (Castells, 2011: 6)

En internet cada cibernauta tiene un criterio y lo puede compartir en estos sistemas de comunicación, en consecuencia se siente libre para poder publicar lo que siente sin limitaciones y las críticas pueden variar según el interés de cada lector.

En los movimientos sociales los jóvenes son ingrediente indispensable porque tienen el apego a redes sociales y como hemos dicho el uso de redes sociales es el nuevo sistema de comunicación del futuro (Cabalín, 2014)

Estos sistemas de revolución tecnológica de medios de comunicación tradicional es una forma de pensar de los ciudadanos que se vuelven cibernautas por utilizar medios de comunicación digital en un universo internet, se transforman en una vida más complicada y simple a su vez ¿Por qué? Es simple los ciudadanos, el humano, es pensante, e inventar nuevos sistemas de comunicación es resultado de su inteligencia hacer más cómodo su entorno en donde habita, comunicarse con nuevos sistemas de interacción entre máquinas y humanos es un avance que implica dedicación, orden, disciplina y que todo esto es para un objetivo en común siempre el cibernauta le interesará el bien común

De acuerdo a los movimientos sociales es presión para el Estado, pero lo que quiere el Estado es ser autónomo y capaz de contribuir a cuestiones sociales, uno de los especialistas más importantes que ha sido capaz de explicar el comportamiento de los movimientos sociales es el politólogo norteamericano Sidney Tarrow él explica que los movimientos sociales como “desafíos colectivos planteados por personas que comparten el mismo interés en común y solidaridad en una interacción mantenida con las elites, los oponentes y las autoridades” (Tarrow, 1998, 225) entonces los movimientos sociales tienen dos preguntas importantes que se hacen, ¿Cómo? Y ¿Por qué? Son dos cuestiones del interés en común que se caracteriza el movimiento social, tiene gran ventaja porque cuando se inicia un movimiento social es porque se hacen un espacio libre que el Estado

no puede cubrir es ahí donde los movimientos sociales entran para criticar al Estado y cuestionar el ¿Por qué? No cumple con sus intereses de preservar el orden social, los movimientos sociales tienen un espacio en la historia, por eso son reconocidos a nivel nacional por lo que luchan y por lo que pelean, por lo que su interés en común lo hacen distinguir con distintos movimientos sociales del mundo, sus intereses deben ser considerados para corto plazo, los movimientos sociales pueden interactuar con autoridades competentes y con sociedad civil, pero en el objetivo de los movimientos sociales es preservar los derechos para un buen sistema de gobierno.

1.5 Las nuevas formas de hacer política vs formas tradicionales.

Si los medios de comunicación digitales evolucionaron es por motivo también de sociedades en conjunto, entonces, si los políticos se han dado cuenta que ahora los ciudadanos se informan en base a un medio de comunicación ajeno a lo que conocían comúnmente, como la radio o el televisor, también se deberán especializar en nuevas formas de comunicación digital como redes sociales.

Por ejemplo, los nuevos medios de comunicación de parte de los gobiernos incluyen un correo electrónico donde puedes enviar información para un trámite institucional, o bien, tienes una página web donde explican en que consiste cada secretaria de algún sistema de gobierno.

El marketing digital (Sagrado, 2014) consiste en construir soluciones para todos los problemas que se presenten en campaña política, es decir que el partido político y el candidato deberán construir instrucciones que les serán útiles en su campaña política usando redes sociales de acuerdo a sus intereses por ocupar un cargo público. En este sistema de redes sociales se debe tener una buena imagen del candidato y del partido, que sea fuerte, atractiva y que contenga contenidos de calidad.

Hoy en día son importantes temas como blog de partido, blog del candidato, página oficial, grupos en Facebook, Twitter, listas propias y videos de 6 segundos en Vine, canal de YouTube, Vimeo o DailyMotion, un sitio en Google+, una acción de microblogging con Tumblr, cercanía personal mediante Mobile marketing con WhatsApp, WebChat, Line, GQ, Instagram, Flickr, Pinterest.

Esta forma de publicitar a los candidatos en campañas políticas es radicalmente distintas a las formas tradicionales. Por ejemplo, en 1990 por el interés de anunciarse a todos los ciudadanos el

candidato prefería utilizar el televisor, mediante el cual anunciaban sus propuestas y lo que harían si ganaban elecciones, inclusive, si tenían carrera política presumían sus logros.

En el caso del radio, los candidatos se anunciaban sólo por voz, era más simple y sencillo porque se sentaban a grabar en cabina lo que para ellos les interesaba de sus propuestas. En estos medios de comunicación el tiempo era casi ilimitado, pues no había interés en poner orden. En televisión pasaba lo mismo. En prensa era un poco más limitado el asunto porque sólo se anunciaba en páginas principales del diario para que los ciudadanos se dieran cuenta del tipo de candidato que establecía dialogo a través del medio de comunicación.

Es hasta el 2007 que se empezó a corregir los tiempos de uso de medios de comunicación en campañas políticas estableciendo sanciones económicas por no respetar las leyes.

Para el año 2012 los medios de comunicación digitales configuran un panorama distinto pues el uso de aplicaciones digitales como redes sociales son parte importante en campañas electorales. Si se sigue al pie de letra estas instrucciones es lógico que el candidato deberá ocupar el “escuchar online”, esto se debe a que debe de llevar una serie de pasos precisos en red:

- 1.- Primero se debe de estudiar qué es lo que se dice en red.
- 2.- Opiniones que sean de provecho, neutras o negativos del contenido.
- 3.- Estudiar de donde viene dicho contenido.
- 4.- Contenido positivo, neutro y negativo
- 5.- Estudiar de qué forma reacciona una masa y sus influenciadores.
- 6.- Competencia entre personajes.

Cundo se usan los medios de comunicación digital en cuestiones de política se debe de entender que en campañas políticas siempre se cuestiona el que ¿Qué se dice? ¿Quiénes lo dicen? ¿Cuándo se dice? ¿Cómo se dice? ¿Dónde se dice? y es preciso que se debe de hacer de acuerdo en idiomas y zonas geográficas.

Si este orden de instrucciones se sigue de acuerdo a lo especificado proporciona:

- 1.- Buena efectividad en campañas.
- 2.- Comunicación de mayor impacto y rentabilidad.
- 3.- Control 24 horas de tiempo de campaña.
- 4.- Identificar cuál es su percepción de los candidatos y partidos en los cibernautas.
- 5.- Sitios de red que generan más valor.

Para deducir lo que redes sociales puede llegar hacer en este sistema de comunicación digital es simple con el uso de cualquier red social se puede obtener en tiempo real lo que se dice, conversaciones, comunicación, usuarios, en espacios exactamente establecidos.

Son el medio de comunicación digital más preciso para llevar una campaña política, entonces si el uso de redes sociales ayuda al candidato y al partido es importante que los políticos utilicen redes sociales para simpatizar con los cibernautas en sistemas electorales.

Es muy importante el uso adecuado de los medios de comunicación digital porque es lo innovador es lo que los cibernautas piden, más comunicación, más cómoda, más simple, es por eso que los medios de comunicación modernos deben ser utilizados responsablemente para poder dialogar con usuarios de distintos intereses pero que no se pierda el respeto y el estado de derecho. Seguirán evolucionando estos medios de comunicación digitales, pero, si los medios de comunicación tradicionales en su momento fueron los que informaban a los usuarios en una campaña política y tuvo mucho control el sistema político en comunicar sus mensajes a los usuarios para simpatizar en campañas políticas, sin embargo el uso de estos medios no eran para siempre y tenían que transformarse en un espacio y saber dialogar con los usuarios que los veían, no obstante en su momento medios de comunicación tradicional fueron utilizados por intereses de los políticos en todos los ámbitos, los medios de comunicación tradicional son importantes para cuestiones de diálogos políticos, esto no es nuevo pero si es de mucha importancia el saber dialogar de acuerdo con los mensajes que quieran enviar los políticos con sus usuarios o cibernautas en los medios de comunicación, en 1930 a 2000 los medios de comunicación tradicional eran usados por los ciudadanos en su gran mayoría de tiempo era el tiempo de esos medios de comunicación, tanto el televisor que anunciaba en forma de visualización y sonido lo que los candidatos querían que supieran los usuarios, en radio se podía anunciar sólo en audio, en prensa cuestiones escritas, eran los medios de comunicación más utilizados por los ciudadanos, pero, no podemos de decir que ya no se usen el televisor es todavía el medio de comunicación más visto por los usuarios, tal vez es el que se ocupa el número uno en interés social en cuestiones de comunicación, a pesar de eso los medios de comunicación tradicional son importantes para comunicar, es base importante por lo que después se informara tal vez más rápida o cómoda, eso depende de cuestiones entre medios de comunicación, los medios de comunicación tradicional no pierden interés en lo social, tal vez están menos usando por los usuarios porque ya no cumplen ciertas características, que quizás son simples pero que cuentan mucho, por ejemplo un anuncio en televisión es costoso, de radio, en

prensa, es por eso que los usuarios ya no les puede interesar lo que puedan llegar hacer, sino que ahora es donde cueste menos el anunciarse y el comunicarse.

1.6 Medios de comunicación tradicional: TV y Radio en Campañas Políticas. (Kennedy)

No podemos olvidar que el uso de los medios de comunicación tradicional, televisión, radio, diario, fueron la base de la transformación de los medios de comunicación modernos.

Si los medios de comunicación tradicionales en su momento fueron los que informaban a los usuarios en una campaña política y tuvieron mucho control del sistema político, lo mismo puede pasar con los modernos.

Tampoco podemos decir que ya no se usen, pues el televisor es todavía el medio de comunicación más visto por los usuarios, tal vez es el que se ocupa el número uno en interés social en cuestiones de comunicación.

Lo que podemos señalar es que ellos solo pueden informar, es decir, se convierte en un emisor y el individuo un receptor, mientras que en las nuevas tecnologías mantienen una relación de interacción, el individuo no sólo escucha sino que también es participe en un diálogo, entonces los medios de comunicación tradicional pierden ventaja (Sala, 2013).

En 1960, la contienda política en Estados Unidos entre Jhon F. Kennedy y Richard Nixon fue un ejemplo del uso de los medios de comunicación tradicional, en ese momento modernos, que transformaron las formas de comunicación política, cuando debatieron en televisión, el primero en su tipo haciendo diferente el enfoque a lo que sus usuarios estaban acostumbrados. Según las cifras disponibles, ese día los usuarios que estaban al pendiente del debate eran 70 millones.

El debate consistió en preguntas periodísticas y declaraciones finales, duro una hora, los candidatos se centraron en política doméstica, pero también lo más importante de este nuevo contenido de hacer política era que los candidatos por primera vez adaptaban el lenguaje y códigos del televisor, y es ahí donde Kennedy le gano a Nixon (ABC, 2012).

Esto nos da una idea de cómo puede influir el poder de los medios de comunicación pues son indispensables para poder impactar a los usuarios y que después ayudaran a conseguir un objetivo específico.

Kennedy aplicó lo que es el telemarketing, es decir, ocupó todo lo que tenía que ver con medios de comunicación tradicional, pasó lo mismo con Obama pues ocupó el medio de comunicación más efectivo en la actualidad, las redes sociales, con las que logró simpatizar a su audiencia y consiguió su interés, ocupar el puesto de presidente de los Estados Unidos.

Como señala Caldevilla (:2011, 111) la televisión en su momento revolucionó las formas de comunicación e incluso modificó nuestros hábitos domésticos y hasta el momento tiene peso en los individuos y su forma de comunicarse.

El paso de la comunicación tradicional a la comunicación digital se conoce como Web 2.0, es más cómoda para que los internautas puedan ocuparla desde su computadora o desde su teléfono inteligente en cualquier lugar que deseen.

CAPITULO DOS.

Redes Sociales y Política.

Si la comunicación digital es el nuevo sistema de diálogo, es obvio que los políticos se verán en la necesidad de utilizar esta forma de comunicación, una de estas formas son las redes sociales. Esta es una nueva forma de hacer marketing político, usar las redes sociales en las campañas políticas (Maquiavelo & Freud, 2014,).

Sin embargo, no debemos dejar olvidados los medios de comunicación tradicional, pues siguen siendo un complemento importante de las campañas políticas, igual que el uso de los suvenir y tácticas tradicionales de convencimiento electoral.

Sin embargo, el marketing político se ha vuelto un elemento central de las campañas políticas, el uso de redes sociales es importante en el resultado electoral.

Algunos de los mensajes en este tipo de redes pueden ser más fragmentados, aunque más populares, más breves pero más profundos, más personalizados y más emocionales, entonces para diseñar un buen marketing político en redes sociales se debe estudiar y preparar un buen discurso.

A quién se va dirigir, cómo viven y se comunican los cibernautas, cuáles son sus problemas, y de qué manera el uso de las redes sociales puede contribuir a buscar una solución.

El uso de redes sociales es una buena manera de movilizar al electorado blando pues genera motivación, genera emociones y organización, sin embargo, debemos ser precavidos pues no todos los que usan redes sociales están conectados a un mismo interés.

Por ejemplo, los usuarios de Twitter están más involucrados en cuestiones políticas, son más activos, a diferencia de quienes usan Facebook, pues son un público más amplio y menos interesados por cuestiones políticas. Algo semejante pasa con quienes prefieren Google+ .

Sabemos que el uso de redes sociales tiene dos grandes participantes en política el caso Barack Obama y el caso Donald Trump son dos grande políticos que usan redes sociales, y en campañas políticas en su momento los candidatos pudieron comprender el interés de usar redes sociales y poder simpatizar con los ciudadanos estadounidenses, sin embargo el caso más actual que podemos encontrar del candidato y presidente de Estados Unidos es Donald Trump quien en sus cuentas de redes sociales expresa lo que él siente y produce a su vez el interés entre sus simpatizantes y ciudadanos estadounidenses y no siempre es el caso de simpatía sino que desacuerdo por lo mismo que puede escribir en sus cuentas, eso genera movimientos en los intereses que para Donald Trump

son importantes, posteriormente hablaremos del uso de redes sociales en campañas de Obama para entender más este apoyo que puede contribuir redes sociales en campañas políticas.

2.1 Campañas y Redes Sociales

Dado el riesgo de que en redes sociales se ventilen asuntos que quizás los políticos no quieren que sepan los cibernautas, ¿Por qué se utilizan redes sociales en campañas políticas? Siguiendo a Castells (2004: 2), podemos pensar que es para comunicar asuntos de poder, asuntos de dominación y de contra dominación.

Es sabido que en la comunicación, los políticos siempre imponen sus intereses, pero los cibernautas luchan contra este interés. Los cibernautas se comunican subiendo información de estos personajes, por eso a los políticos les interesa simpatizar con los usuarios de redes sociales.

Cuando el Estado tiene el poder suficiente (Hamilton, 2016, p. 650), sus instituciones tienen el control de las sociedades, sus actos de gobierno son incuestionables, pero cuando existe democracia, el uso de las redes sociales contribuye a erosionar el poder del Estado porque los cibernautas difunden información que el Estado no quiere que se sepa, como los acuerdos que establece el Estado con ciertos grupos, como los empresariales, políticos de oposición o grupos extranjeros.

No sólo los políticos utilizan métodos para simpatizar a las sociedades, éstas mismas se comunican entre sus integrantes para tener poder.

No se puede decir que los medios de comunicación actúan solos, es sabido que el poder maneja los medios de comunicación, los políticos ejercen poder sobre los medios de comunicación, sin embargo, también los medios de comunicación ejercen poder sobre la política.

Algo semejante pasa con el cibernauta, no todos tienen el mismo interés, por eso los cibernautas siempre están investigando en tiempos diferentes y lugares diferentes, es por eso que los medios electrónicos son eficientes y eficaces para poder simpatizar o criticar campañas políticas.

Los periodistas siguen siendo utilizados por los políticos para impactar sus sociedades, sin embargo, este medio de comunicación es visto como incondicional del gobierno y absorbe poca atención de los cibernautas para formar sus opiniones. Lo mismo pasa con el televisor, medio que sigue teniendo más audiencia y seguidores pero que privilegia la figura de los candidatos.

Frente a ellos, el marketing digital busca sensibilizar a los cibernautas para que voten hasta por el que no quieren y los que están indecisos por el que ellos decidan. Aunque es deseable, en este nivel, que los valores asociados a los candidatos sean la base de sus estrategias, ya que los cibernautas casi no leen textos, oyen más lo que el candidato les dice, y esto se ve reflejado en el sentido de sus votos.

Sin embargo, las políticas de escándalo siempre irrumpen en las campañas políticas en detrimento de la política, de los políticos y hasta de los gobiernos.

En estos casos es deseable que los cibernautas le den un seguimiento a las campañas electorales, conozcan a los candidatos y a los partidos políticos, sus trayectorias, sus acciones, sus resultados.

Los medios de comunicación tradicionales sólo informan lo que los candidatos hacen para poder ganar simpatizantes y votar por su partido, en el ámbito digital se busca conocer más de los personajes políticos para saber si es confiable, si produce simpatía, entendimiento, comprensión, en síntesis, los nuevos medios de comunicación buscan producir un diálogo inteligente entre cibernautas y candidatos.

2.2 Redes Sociales y Barack Obama

Por aprovechar las modernas tecnologías de comunicación, Barack Obama se vuelve el primer presidente que pone en acción a este medio de comunicación.

En 2008 Obama contendía para ocupar el puesto de presidente de los Estados Unidos. Es el primer candidato en ocupar redes sociales para su campaña electoral, también ocupaba el primer lugar en donaciones y en redes sociales. Podemos decir que Obama cumplió con un perfil adecuado en redes sociales, por eso cada vez ganaba más simpatizantes. (Zenith, 2013, p.11).

Aunque en realidad el uso de este medio fue circunstancial, ya que en 2007 Obama creó un comité para valorar sus opciones a la presidencia, fue cuando un estudiante universitario, seguidor del candidato, creó un grupo en Facebook registrado como “One Millon Strong for Barack”. En unos cuantos días la página registró 270.000 usuarios.

La importancia de las redes sociales superaba lo que ellos pensaban y esto lo aprovecharon sus asesores para promover su candidatura en todo lo ancho de las redes sociales y así ganar más seguidores que le ayudarían a ganar las elecciones.

Empezaron con MySpace en cada estado, en LinkedIn construyeron preguntas para los votantes, le siguieron Facebook y Twitter, después YouTube y Flickr le sirvieron para promover sus videos multimedia entre sus simpatizantes o seguidores.

Las redes sociales le brindaron oportunidades que podía usar sin invertir dinero., en cambio, los medios comunicación tradicional si le costaron. Los videos en medios de comunicación digital se reprodujeron durante más de 14.5 millones de horas, siempre gratis, mientras que el uso del televisor tuvo que pagarlo.

De este modo entendieron que usar este espacio les podría generar intereses importantes, así, crearon su propio espacio social, My.BarackObama.com, desde donde podían crear perfiles para conversar con sus seguidores y hasta sacar fondos para la campaña.

La cuenta ya no está activa pero fue uno de los grandes elementos de estrategia del 2008, que muchos otros candidatos quisieron reproducir sin lograrlo. Quien diseño la estrategia política es un importante personaje en redes sociales, nos referimos a Chris Hughes, uno de los creadores de Facebook.

Obama entendió que el uso de redes sociales era importante para su campaña porque usaba mensajes que vinculaban a su persona y que de forma instantánea impactaban en el público convirtiéndose así en el primer candidato del social media o del mass media.

Durante la campaña por su reelección en 2012, Obama intento reeditar el sistema que había usado en 2008 pero encuentra que el uso de redes sociales se intensificó y de los 200.000 seguidores que había tenido en 2008 los usuarios habían crecido a millones, además, ya no sólo él utilizó las redes, también las usaron otros políticos, celebridades del entretenimiento, empresarios, así, los mensajes de Obama pasaron a ser mas en saturados medios sociales.

El rival de Obama, Romney intentó innovar los instrumentos en redes sociales para poder impactar más, intentó alguna aplicación en dispositivos móviles para posicionar su figura pero la respuesta no fue a esperada generando críticas negativas a su campaña electoral.

En oposición a él, Obama siguió generando críticas positivas en redes sociales y se convirtió en el primer presidente que dio una entrevista con los cibernautas directo en Reddit, generando más de 24.000 comentarios y 5 millones de visitas.

Lo anterior demuestra que con un uso adecuado, las redes sociales pueden ganar elecciones y pueden movilizar a los cibernautas, por ello es visto como el nuevo sistema de comunicación y el principal medio de comunicación de personajes públicos.

Cuando Obama hizo campaña en redes sociales utilizando Facebook, Twitter, YouTube, entre otras, ganaba simpatizantes por sus campañas voluntarias de apoyo a los necesitados, lo publicaba en sus cuentas y al mismo tiempo pedía el apoyo de los ciudadanos para unirse a su causa y ayudar. Obama sabía que era un buen mecanismo de ganar simpatizantes, no como un proyecto de interés personal sino como proyecto de participación social con interés común, que siendo comunicada mediante redes sociales sumaba simpatizantes con lo que sus poco más de dos millones de seguidores se dieran cuenta de lo importante que era participar conjuntamente en buenas acciones.

De este modo, Obama se convirtió en el primer presidente en usar redes sociales para llegar a millones de americanos durante campañas electorales, y el hecho de que publicara imágenes con su esposa, Michelle Obama, y sus hijas, además de links generaba el sentimiento de familia unida, lo que lo ayudaba a subir su rating y se ubicara como el candidato más seguido en redes.

2.3 El Uso de las TIC en México

El uso de las Tic's en México, como veremos más adelante, aún es limitado, aunque los partidos políticos las utilizan, generalmente lo hacen para protestar, cuando también podrían hacerlo para informar sus acciones como gobierno y para campañas políticas.

Es por eso que los estudios sobre el uso de las TIC en campañas políticas o incluso en gestiones gubernamentales para su buen uso en políticas públicas son contados.

Mediante el uso de TIC's, se puede generar más confianza hacia las instituciones, hacia el gobierno porque se manda el mensaje de que el gobierno del país se interesa en la transparencia de todos sus órdenes de gobierno, en que su ejercicio es más ágil y más seguro.

Sin embargo, hasta el año 2000 los intentos por generar en los usuarios de las TIC's esta imagen, de una buena Administración Pública, de una gestión eficiente y eficaz, no han resultado pues muchos cibernautas no tienen interés por informarse de cuestiones políticas o de gobierno, y entonces se genera un problema porque como dice Quintanilla (2017, p. 1) de nada sirve inventar tecnologías sino se utilizan en beneficio de la comunidad (Quintanilla, 2017, p. 1)

Otro uso que se da en México a las TIC's es intentar hacer más rápidos los trámites de los ciudadanos ante las instituciones, pero en esto también se ha fracasado.

En otros países se ha incorporado el voto electrónico, con lo que se ahorran grandes cantidades gastadas en impresión de boletas electorales y se preserva la ecología, en México se tienen dudas sobre ello y no se ha impulsado lo suficiente.

Hoy en día a un buen porcentaje de gente ya no le interesa usar medios de comunicación tradicionales como tv, radio, diario, sino que prefieren comunicarse digitalmente mediante teléfonos inteligentes, computadoras, tabletas, etc. En suma, le interesan las nuevas TIC por ser más sencillo su uso.

Sin embargo, si bien los medios de comunicación digital son los más usados, también se crea un tipo de usuario más inapto para entender y trabajar de forma conjunta frente a los viejos usuarios, porque el usuario de medios de comunicación digital es menos trabajador, el comunicarse ahora por redes sociales genera a sociabilidad, aislamiento, podemos decir que los nuevos usuarios están acostumbrados a comunicarse desde la comodidad de su hogar sin preocuparse de nada.

Esto es algo que las nuevas TIC están construyendo, el dejar de ser humanos y funcionar como máquinas que sólo dialogan en redes, seres que por no estar en contacto con el mundo ya no se interesan por él, sino que ahora se interesan en crear su propio hábitat, su mundo feliz como decía Huxley (2014, p. 10)

El uso de PC en el usuario activo en redes sociales es su nuevo mecanismo de interacción con demás usuarios online, sin duda el uso de computadoras quienes son ahora los que se ponen en diálogo con los usuarios son indispensables para poder comunicar el sentimiento social, es decir ahora el uso de redes sociales son como humanos pero que se desenvuelven en el sistema online y producen sentimientos que el humano escribe en sus cuentas de redes sociales como si su misma computadora tuviera sentimientos y que esos sentimientos se comunican con otras computadoras pero que son humanos quienes están enfrente de esa computadora, entonces no se está siguiendo lo mismo que antes es decir, no son conversaciones entre personas que se saludan al pasar sino que ahora es a través de su computadora, esto se puede decir que es el nuevo diálogo de comunicación entre humanos que surgen de nuevas eras tecnológicas eso a su vez produce cambios sociales en nuevas épocas de comunicación, sabemos que redes sociales es ahora el nuevo vínculo de participación social que produce el usuario activo en cuantas sociales, el INEGI hizo sondeo y dice que si usan 62.4 millones de personas 57.4% y que no usan 46.3 millones de personas 42.6% eso en cuestiones de internet (Inegi, 2016, p. 2) entonces el país está en buen camino para contender con lo demás países que tienen un gran índice de participación digital y de uso de redes sociales,

sin embargo se requiere de solidaridad y apoyo en los usuarios para que los nuevos usuarios en redes sociales puedan contribuir a los nuevos cambios que los humanos están por participar, eso puede ser en cuestiones políticas, económicas, etc., el uso de tecnologías puede ayudar a contribuir a nuevas iniciativas con el propósito de hacer democracias buenas y buen vivir.

2.4 Tecnología política

Si entendemos que la moderna forma de comunicación utiliza las TIC's, esto es, que la moderna forma de comunicación se realiza mediante un sistema de comunicación de computadoras que adaptan lo que son las sociedades, que sabe de sus gustos, y que un solo poder tiene el control para su dialogo, podemos entender el peso de la tecnología en las sociedades modernas.

Si adaptamos estos medios de comunicación digital y nuevas tecnologías al uso de la política generamos lo que se conoce como Tecnología política.

Entonces, ¿Qué es la tecnología política? Es el uso de medios de comunicación digitales que permiten comunicar mensajes de parte de un gobierno, partido, candidato, o de una sociedad con el objetivo de criticar y construir un entorno social más adecuado para su bien común. Muchos son los investigadores que han tratado de estudiar la relación entre ciencia o tecnología y la idea del bien común (Gil, 1996).

Cuando un ciudadano usa el teléfono móvil está utilizando tecnología porque su dispositivo usa una red que le permiten estar comunicados (Bonillas, 2011, p. 15), esto es lo que ven los políticos, la forma de poder comunicar sus iniciativas usando estos medios.

¿Quién usa más los medios de comunicación política en los países? En Asia 8 de cada 20 usuarios usan una red social, 5 de cada 20 en Europa, 3 de cada 20 en Norteamérica, 2 de cada 20 en Latinoamérica, y 1 de cada 20 en África. Esto explica que no todos usan tecnologías por igual pero quien usa más son los países con más desarrollo y lo que usan menos son los países con menos desarrollo. (Bonilla, 2011, p. 16).

El uso de tecnologías produce un cambio en sociedades que a su vez es requerido para su nuevo desarrollo en diálogos políticos, eso provoca que los políticos apuesten más en los anuncios de medios de comunicación digital y utilicen más sus tecnologías políticas, eso produce que los anuncios sean más baratos y poderosos en el momento de llevar sus campañas o cibernautas de esos medios de comunicación digital.

No podemos decir que el uso de tecnologías acaben con los medios de comunicación tradicional porque estos son usados por quienes no utilizan una red social, y los medios de comunicación digital son usados en su mayoría por jóvenes, si nos ponemos un poco más de atención los medios de comunicación siempre están allí, tal vez cambien en su forma de comunicar un informe, pero siempre serán medios de comunicación,

Por otra parte, el uso de tecnologías puede ser mayor en zonas donde no pueden quizás leer un periódico y usan los medios de comunicación digital como alternativa.

El uso de las tecnologías pueda activar buenos diálogos y democracias más sostenibles porque permite dialogar entre cibernautas en sociedad, y no sólo eso, también pueden producir impulsos y creencias hacia los políticos.

En síntesis, los medios de comunicación digital son importantes para el sistema político, usando los nuevos medios de comunicación se puede dignificar la política, se puede impulsar la democracia, la participación, el debate.

También puede impulsar los discursos políticos, las campañas políticas, la transparencia, la fiscalización, la rendición de cuentas.

Pero unos de los graves síntomas del país es que a pesar del gran uso de medios de comunicación digital aún existe pobreza entonces, es importante trabajar en estas disparidades económicas y sociales para superar o reducir la brecha digital que nos separa de las naciones desarrolladas.

El uso de los medios de comunicación digital puede agilizar el combate a las deficiencias o carencias de los sistemas más vulnerables, es decir pueden comunicar campañas de apoyo, donaciones, ayuda social.

Sólo así el uso de la tecnología política cumplirá su papel, el más importante de todos, comunicarse a través de tecnologías y solucionar problemas que enfrentan las sociedades y así preservar el bien común.

2.5 ¿Qué es inteligencia conectada?

Sabemos que uno de los más grandes inventos sociales es el medio de comunicación digital, pero no basta sólo con conectar computadoras y redes sociales, sino que también es increíble poder conectar a cibernautas usando redes sociales. Los nuevos discursos sociales se han transformado en diálogos digitales usando computadoras y aplicaciones para comunicarse, este medio de comunicación digital cada vez se hace más usado por los cibernautas y por ende pueden comunicarse a través de sus redes para una comunicación más sintetizada y común, esto es Inteligencia Conectada.

Podemos definir la Inteligencia Conectada como el uso de todo el sistema de comunicación digital que conecta a los cibernautas activos en una red para comunicar un mensaje emitido de inteligencias especializadas con el objetivo de interactuar y generar un bien común. (Educar, 2004,)

Es un aporte muy importante el término inteligencia conectada, porque direcciona el uso de sociales.

En capítulos anteriores he explicado el peso del uso de los medios de comunicación digital que pone en contacto a distintos intereses y sectores sociales, por ejemplo cuando hablamos de campañas políticas sabemos que los políticos están conectados a redes sociales para enviar sus comunicados a sus sociedades.

El simple hecho de que los cibernautas estén activos en redes sociales debatiendo temas de interés hacen inteligencia conectada, porque están conectados en el mismo interés, y así lo podemos hacer con cátedras de universidades a distancia, conferencias de trabajo, todos se estarán conectados a un medios de comunicación que tendrá accesibilidad de comunicación, y lo interesante es que los medios de comunicación conectados contribuyan al bien común.

El usar la Inteligencia conectada es saber cómo integrar nuevos intereses comunes enfocado a sociedades que buscan comunicarse por un simple canal, el medio de comunicación digital, redes sociales, es un invento realizado por ciudadanos interesados por no perder amistades a lo ancho del mundo, entonces quizás el interés sólo era por conversar a distancia, pero en tiempos posteriores genera intereses que concentraría a cibernautas en discusión de debates y crear opiniones para beneficios de gobiernos.

Cuando se aplica Inteligencia conectada para la política con el objetivo de comenzar de nuevo a interactuar en forma ordenada y precisa, es crear diálogos para democracias buenas exigidas de sociedades que luchan por un bien social, sin olvidar a los cibernautas quienes hacen posible este nuevo criterio de opinión, y dejar de forma precisa que el uso de redes sociales son los nuevos lenguajes que los cibernautas están creando para nuevos gobiernos y luchar para opinar sin que violen derechos humanos en el mundo.

Cuando los medios de comunicación digital son usados por los cibernautas se conectan a panoramas distintos que premia su inteligencia conectada, es decir, todos los medios de comunicación digital Facebook, Twitter, YouTube, permiten conexiones que los cibernautas usan para mantenerse informados.

Sólo usamos medios de comunicación digital para activar este nuevo sistema de pertenencia a sociedades complejas, es lógico que en estos años de investigación científica se creen nuevos inventos que permiten saber cosas que antes no se sabían.

Podemos decir que muchos de estos inventos surgen de la inteligencia conectada y contribuyen a un mayor beneficio común, es por eso que inteligencia conectada es parte esencial de la comunicación entre cibernautas.

También Inteligencia Conectada será el canal de comunicación más utilizado por los políticos y por cibernautas que quieran incidir en la política, pues con el simple hecho de opinar que candidato es el oportuno para el cargo público podrán lograrlo, es pues la vía para afianzar en el futuro la existencia de gobiernos democráticos.

Si los señalamientos hechos en 1998 por Sartori (1998: 30-50) en el Homo Videns, acerca de que ver tv hace a los individuos ignorantes y apáticos en su sociedades, lo cual eso es aprovechado por los políticos para apuntalar la lo que Sartori identifica como “videopolítica” o “teledemocracia”, y que se refleja en que el hombre ya casi no lee, si acaso sólo un libro para presumir su “amplia” cultura o que los libros no se vendan por leerlos sino solo por presumirlos.

Hoy según Cansino (Cansino, 2012, p. 5), el homo twitter supera todas esas experiencias pues el tener que expresarse en 140 caracteres es el heredero de todo lo que ahora es actual e innovador, es práctico, simple, y no requiere de rollo para publicar o comunicar opiniones, es como vivir más aprisa.

No olvidemos que el tuit debe de ser efectivo, que sea atractivo a los demás tuiteros, para que tenga seguidores, si no lo consigue es porque tuitea de forma incorrecta, sus reglas gramaticales son incorrectas, no se entienden.

El Twitter tiene características que pocos medios de comunicación tienen y que se deben de poner a trabajar, En palabras de Cansino (2012:), el Twitter es expresión moderna (virtual y digital) del zoom políticón y pretende hacer cosas congruentes.

2.6 ¿Cómo usar la Inteligencia Conectada?

Es importante que el uso de tecnologías debe de ser adecuada a los cibernautas y ciudadanos en sociedad, es por eso que bien lo decía el doctor Derrick De Kerchove (Kerchove, 2004), usar redes sociales agiliza el organizar a los ciudadanos estudiantes para estar sintonizados en un mismo nivel e idioma en un único espacio. Es decir, los ciudadanos estudiantes se informan a distancia por redes sociales organizados por un poder superior, el profesor, si esto es producto de un orden de comunicación digital es necesario utilizar inteligencia social, es por eso que Inteligencia Conectada es importante.

Según De Kerchove, se utiliza los términos para entender lo que los expertos puedan llegar a crear derivado de tecnologías digitales como redes sociales.

El profesor de Kerchove utiliza Inteligencia Conectada en su clase donde sus alumnos usaban un medio de comunicación digital para entender sus clase y así ahorrarse el ir a clase, es un invento de nuevas formas de comunicarse y quienes son más ingenuos para utilizar esos medios de comunicación digital son los estudiantes.

No podemos decir que los cibernautas no lo pueden hacer, esto se hace reconocible en todos los sistemas sociales, quienes son participes de eventos coordinados como los estudiantes, pueden usar la inteligencia conectada para un objetivo en común, es por eso que muchas personas hacen mítines para hacer contrapeso a los gobiernos, usan un medio de comunicación social para coordinarse entre sus ellos, de este modo el uso de redes sociales tiene un objetivo común, como comunicar lo que no se comunica en otros medios de comunicación.

Cuando usamos redes sociales se extingue el uso de comunicación verbal, ahora esa inteligencia conectada se evoluciona para subir información entre cibernautas y computadoras sin que haya

una especie de dialogo con otros ciudadanos de sociedades que desconocen el uso de redes sociales.

Otro ejemplo de uso de inteligencia conectada, son los videojuegos como Pokemon Go donde se establecía en mapas reales situaciones cotidianas para dar vida a aventuras inmersas en teléfonos móviles, sin embargo se conectaban los usuarios en aplicaciones en conjunto para jugar y atrapar los personajes del juego es un interés en común.

Se pretende que todos estén conectados hacia un interés en común y que inteligencia virtual y realidad sean un solo sentir será el siguiente paso de los humanos, el conectado con el todo. Hoy en día casi todo está conectado a un sistema de control y las computadoras comprenden y se adaptan a este sistema, las Machine learning dice Asencio, (2017) aprenden solas, y los asistentes de bolsillo o smartphones se compraran con ese icono y ya no tendrán aplicaciones touch y teclados, eso es porque dos de cada cinco personas les interesa que sus teléfonos móviles aprendan sus usos y costumbres así que les sería sencillo hacer sus actividades.

Podemos decir que también los automóviles son atrapados por inteligencias conectadas, se conducen solos, se estacionan solos, entonces eso les hace más cómodo el trabajo al ciudadano. Están adaptados con sistemas cognitivos que reaccionan en su entorno, Traffic Jam Assistence y el Park Assist son prototipos de Audi para los nuevos usos.

Los consumidores no sólo se rodean de redes sociales afines, sino también modernizan su entorno”, sin duda los intereses comunes están conectados y móviles.

CAPITULO TRES.

El uso de las Redes Sociales en la Campaña de Enrique Peña Nieto.

El uso de redes sociales, como Facebook, Twitter o YouTube, han sido muy importantes en campañas electorales, basta con ver el ejemplo que hemos señalado en páginas anteriores con la elección y reelección de Obama en Estados Unidos. Las redes sociales son quizá el preámbulo para dejar de usar los medios de comunicación tradicionales, tv, radio, prensa escrita.

A continuación analizaremos el uso que les dio durante su campaña electoral el actual presidente de México, Enrique Peña Nieto, sin dejar de señalar algunos datos de sus contendientes principales durante esa elección.

3.1 ¿Cómo utilizo redes sociales en su campaña EPN?

Durante su campaña electoral, en 2012, se crea un equipo para trabajar y controlar las redes sociales. Es un grupo de expertos cuyo objetivo era posicionar al candidato y descalificar a la oposición. Su interés es más de ataque y no de soluciones a los problemas según un Community Manager, tal vez por esas razones las respuestas a EPN en redes sociales. Su segundo objetivo era más de simpatizar a las comunidades y no presentar propuestas de políticas en estos medios de comunicación (Benassini, 2012).

Los integrantes de su equipo de comunicación eran: Luis Videgaray (coordinador de campaña del candidato EPN), Miguel Ángel Osorio Chong (dirigió al PRI e integrante de campaña de EPN), Aurelio Nuño Meyer (asesor de EPN y responsable del discurso de EPN y definir estrategias en redes sociales), Erwin Lino (secretario particular de EPN), David López Gutiérrez (coordinador general de comunicación social del Estado de México en tres ocasiones (1982-1986, 1994-1995, 2005-2011), Roberto Campa (diputado por el PRI), Claudia Ruiz Massieu (diputada por el PRI), Paloma Guillen (diputada por el PRI), Andrés Maussieu (secretario particular de Carlos Salinas de Gortari), Idelfonso Guajardo Villareal (coordinador de vinculación con empresario), Rosario Robles (fundadora del PRD), Emilio Lozada (director del ISSSTE y secretario de Energía en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari), Gerardo Ruiz Esparza (coordinador de compromisos de EPN y secretario de comunicaciones), Felipe Solís Acero (priista y vicepresidente de noticias TV

Azteca), Juan José Guerra Abud (jefes de EPN en burocracia mexiquense), David Korenfeld (ex secretario de Agua y Obra Pública del gobierno del Estado de México con EPN), Alejandro Murat Hinojosa (consejero político nacional del D.F. del PRI), Alejandra Lagunes Soto Ruiz (responsable del social medial en campaña de EPN), Sebastián Lerdo de Tejada (diputado del PRI), Alejandro Nieto (diputado por el PRI), Humberto Castillejos (ex coordinador de asesores de Eduardo Medina Mora), Marcela Velazco González (tía de EPN), Luis Enrique Miranda Nava (operador político de EPN), María de los Ángeles Fromow (ex titular de Fepade) y Alfredo Castillo Cervantes (titular de la Procuraduría General de la Republica) (Peña, 2012, Facebook)

Este equipo tenía una tarea difícil pues los medios de comunicación digital ganaban cibernautas, por eso la necesidad de llevar las propuestas del candidato a estos medios.

La principal red social, Facebook, durante la campaña de EPN fue de total precisión. A través de este medio, sus seguidores pudieron disfrutar de los momentos más oportunos de su campaña. Los escenarios que diseñaban su equipo de expertos eran para que sus simpatizantes gozaran la cercanía con su candidato, explotaban sus aptitudes físicas y el contacto con sus admiradores y admiradoras. Estos pequeños espacios de emociones eran los que generaban un “me gusta”, felicitaciones y el reiterado “vamos a ganar”, que los cibernautas, simpatizantes del candidato, difundían en Facebook para que su candidato ocupara el puesto de presidente del país (Benassini, 2012).

En el caso de YouTube no se genera una gran campaña, este era un medio donde el candidato a vencer era Andrés Manuel López Obrador, que es el primero en subir videos de su campaña y crear un especie de identidad entre su seguidores y él. Pese a ello, EPN es el segundo en usar más frecuentemente esta red social de entre los candidatos.

Los videos que generaba su equipo de expertos eran de gran cuidado, para que se pudiera apreciar la interacción entre el candidato y sus seguidores, el gran entusiasmo que los embargaba pues ninguno se quedaba sin saludarle, era de parte de EPN su gran estrategia.

En esta red social difundió videos de su trayectoria en el PRI, de sus gestiones, desde su militancia hasta la gubernatura en el Estado de México, pero esta red social no sólo se volvió un medio de proselitismo para su campaña, también se volvió un medio de denuncia, pues algunos videos que se subieron en esta red difundían aquello que no pasaban en otros medios de comunicación como la tv, buscando demostrar que el PRI y su candidato no cumplían. Esto obviamente le hacía daño a su campaña y a su partido. El interés que despertaron sus videos el

lector puede descubrirlo en el número de visitas y comentarios que acumularon. (Sandoval, 2012: 8 – 11)

Respecto a Twitter, el asunto es un poco más difícil porque en esta red los tuiteros eran más estratégicos en sus comentarios y cuestionaban más el regreso del PRI a los Pinos. El equipo de expertos que tenía el candidato para el control de su campaña, para poder comunicarse con los tuiteros, parecía que no se daban cuenta del nivel en que criticaban a su candidato, de la forma en que las críticas se convertían en Trending Topics (TT), lo cierto es que usaban los hashtag para ubicarlo en los niveles más altos de su campaña, para mediatizar a su candidato, y en muchas ocasiones para atacar a AMLO.

Twitter es una red social especializada en el debate y crítica entre sus usuarios, comúnmente empresarios que debaten, catedráticos que critican, y en su mayoría jóvenes que opinan sobre cuestiones sustentadas acerca del desempeño de gobiernos, entonces, puede decirse que es el medio de comunicación más importante de campaña de para convencer a los jóvenes de votar por un partido.

El peso político de twitter es importante, para partidos políticos y candidatos porque es donde se criticaba más fuertemente a los candidatos con el objetivo de debatir, polemizar, por eso es que los partidos políticos están interesados en esta red, y tal vez por ello el Instituto Nacional Electoral (INE) al hacer el cómputo final de votos destacó el peso de las redes sociales para su volumen final (Benassini, 2012).

Tal vez por este motivo, al dar a conocer su gabinete de transición, Peña Nieto no pudo olvidar a Alejandra Lagunes, responsable de operar el “gobierno digital”, mediante el cual se buscaba comunicar a todo el país garantizando el acceso a wifi y computadoras.

El peso de las redes sociales para acceder a un puesto político es importante. Ya no se pueden ignorar, por eso Peña Nieto y su equipo buscaban la manera de utilizar los medios de comunicación digital en su provecho buscando impactar de forma benéfica en los cibernautas. Aunque también la tv continúa siendo trascendental. Sin embargo, aunque el uso de televisión era bueno, la imagen negativa que se ha generado le afecta en demasía (Vanguardia, 2012).

Lo cierto es que pese a los señalamientos de corrupción, de uso inadecuado de recursos públicos por políticos priistas, el PRI volvió a gobernar.

Esto demuestra que el PRI tuvo una estrategia oportuna para corregir los errores que tenía en su campaña. El PRI detectó a tiempo que su problema era la imagen de ambición y corrupción, es

por ello, según Silva-Herzog Márquez, que se buscó crear la imagen de un gobernador eficaz y comprometido. Los spots del “Te lo firmo y te lo cumplo” soportaron o construyeron la imagen de alguien que sí cumple compromisos.

Con el slogan de “Yo soy eficaz, estoy siendo eficaz, yo ya fui eficaz” se soportaba la campaña de un candidato joven, con características muy diferentes a los priistas de vieja escuela. Esta fue una estrategia visual muy conveniente para sus aspiraciones. La campaña y el soporte de un medio de comunicación bien posicionado, televisa, lograron que los ciudadanos supieran del candidato, que se vendiera la imagen de un nuevo PRI, acompañado de un “candidato serio, bien parecido, agradable, con capacidad para gobernar, simpático” (Torres – Ruiz, 2008).

La televisión, junto con los otros medios de comunicación tradicional, radio y prensa escrita, fueron los más utilizados en la campaña logrando presentar un candidato suficientemente capaz, seguro y confiado para que los ciudadanos pudieran entender que él sería el próximo presidente de México.

Pese a los errores de campaña o de desempeño político, como el acontecido en Guadalajara durante la Feria del Libro de Guadalajara donde no supo decir ni el nombre de tres libros que le hubieran marcado la vida, o el de confundir a un autor por otro, hubo muchos mexicanos y cibernautas que tal vez por sentirse identificados o de plano porque fueron convencido, votaron por el PRI.

Otro factor que pudo jugar las contras, pero que parecer finalmente lo benefició, fue el episodio de su entrevista con el diario español El País, donde al no saber responder sobre el salario mínimo vigente en México, ni cuanto costaba el kilo de tortillas soltó la respuesta: “No soy la señora de la casa”, no olvidemos que seguidos siendo mayoritariamente una sociedad machista.

De este modo, pese a que en Twitter se reían de él, lo ofendían, lo criticaban lo descalificaban, lo cierto es que estos errores nunca se vieron reflejados en sus posiciones, seguía ocupando los primeros lugares.

Pareciera que los errores eran un instrumento eficaz para que la audiencia lo siguiera, por convencimiento o para detectar sus errores en campaña, pues cada vez ganaba más audiencia, esto refleja que en su campaña se trabajó asertivamente con los medios de comunicación para que los cibernautas lo pudieran seguir y pudiera tener su voto en elecciones para su presidencia.

3.2 Participación de televisión en campaña de EPN.

La televisión, como hemos dicho, sigue siendo el medio más utilizado para campañas políticas. Los ciudadanos se informan a través de este medio para estar conscientes de lo que pasa en el país. Ante ello es obvio que los candidatos y sus partidos políticos quieran intervenirlo o utilizarlo.

La televisión permite acceder a un público numeroso, cautivo, que durante las campañas políticas se interesa por los mítines, las notas en radio y televisión, los volantes y pintas de bardas. Y aunque este medio había sido usado en campañas previas, Peña Nieto la privilegió durante la campaña por la gubernatura del Estado de México cuando diseñó y firmó sus principales convenios con este medio de comunicación (Useta, 2012).

Frente a este modelo de campaña, López Obrador prefirió recorrer todo el territorio nacional llevando su propuesta política.

La televisión siempre habló bien de Peña Nieto, de sus obras, de sus beneficios, de todo lo que había hecho en el estado de México, y que ahora se haría en todo el país. Además, no permitió el uso en iguales niveles de los otros candidatos, ni del PAN, ni de Morena, menos de Nueva Alianza. Por el contrario, en redes sociales se le generaron las principales críticas. Sin embargo, dado que la mayoría de los ciudadanos no se comunican por redes sociales no podían enterarse de lo que pasaba en ellas, era como un mundo aparte.

Al contrario, en tv y radio el número de spots era de 100 y 200 anuncios por día, con duración de entre 30 segundos y 1 minuto, los cuáles sí repercutían en las votaciones, como reconoce el mismo Instituto Nacional Electoral (INE, 2012).

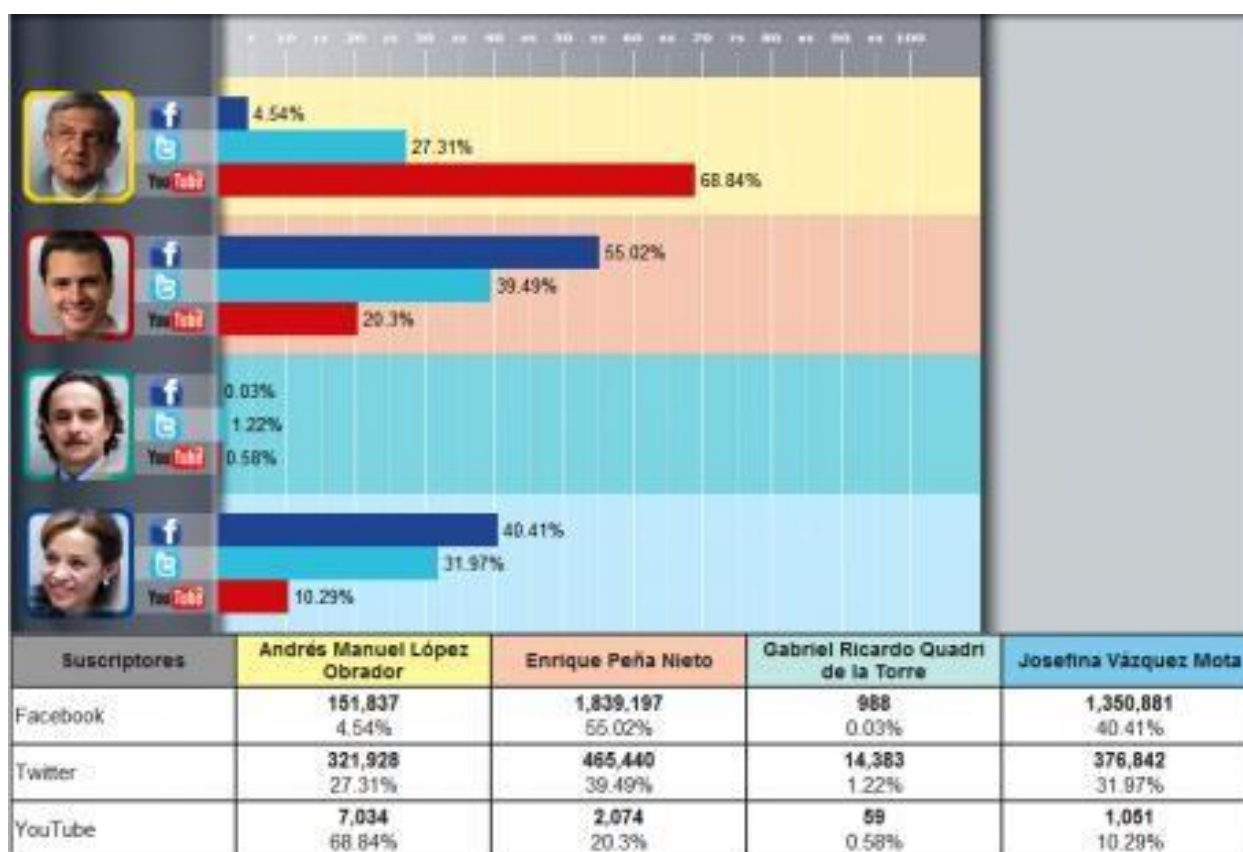
3.2.1 Medición de Redes Sociales en Campaña de EPN.

Para darnos una idea del peso e importancia que tuvo el uso de las redes sociales durante la campaña electoral de 2012 y en el triunfo electoral de Peña Nieto, a continuación presentaremos algunas cifras acerca del monitoreo de los candidatos en redes sociales.

Identificaremos cuáles de esas redes sociales fueron las más utilizadas por Peña Nieto, pero también las que usaron más los demás candidatos para tratar de identificar en qué medida su uso determina el resultado electoral.

Cuadro 1.

Grafica del monitoreo de redes sociales de candidatos del 2012.



(<http://www.animalpolitico.com/2012/03/ayudaran-las-redes-sociales-a-ganar-la-eleccion/>)

El número de electores para ir a votar el 7 de julio del 2012 fue de 77 millones de personas y dentro de esas se encuentran entre 13 y 14 millones de jóvenes de 18 a 24 años que usan redes sociales (Baños, 2012).

Partiendo de estas cifras, y como podemos notar en el cuadro 1, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) con el candidato Enrique Peña Nieto fue el que tuvo más popularidad, no en todas las redes sociales pero si en una de mucha importancia, Facebook, donde obtuvo el 55.02% del total de publicaciones políticas, seguido de Josefina Vázquez Mota del Partido Acción Nacional (PAN) que logró el 40.41%, luego Andrés Manuel López Obrador con el Partido de la Revolución Democrática (PRD) con el 27.31% y por último el candidato del Partido Nueva Alianza (PANAL) Gabriel Ricardo Quadri de la quien tuvo el 0.03%.

Las otras redes sociales utilizadas por los candidatos fueron Twitter y YouTube (Zepeda, Huerta y Vergara, 2012)

Lo interesante a destacar es la manera en que son cada vez más las personas que utilizan este nuevo sistema de comunicación tanto a nivel mundial como en el país, como señala el Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) (Forbes México, 2015).

Cada ciudadano tiene una percepción del gobierno de México, de sus administraciones, de los políticos, de los partidos políticos, y cada uno de sus funcionarios pero quien tiene más perspectiva y crítica son los usuarios de redes sociales quienes siguen a Peña Nieto a cada uno de sus eventos y donde siempre termina criticado, por una u otra razón (Publimetro, 2016).

Por tal motivo es importante saber la percepción que se tiene en redes sociales del candidato Peña Nieto, especialmente porque se puede contrastar la imagen que se genera en los medios de comunicación tradicional frente a la que se difunde en redes sociales y la manera en que ello influye en el resultado electoral.

El uso de redes sociales en campaña de Peña Nieto fue un éxito rotundo, supo tener el control de todo lo que comunicaba incluso en lo que no, pero no debemos olvidar que todo lo que tenga que ver en dar de que hablar proporciona atención de los votantes, cuando se utilizaban Facebook, Twitter, YouTube en campaña de Peña Nieto se generaba promoción, respeto y participación entre sus simpatizantes en campañas e incluso en los mismos candidatos el uso de redes sociales también se utilizaban para luchar, decir comentarios irrespetuosos y disculpas, entonces podemos decir que el uso de redes sociales son indiscutiblemente requeridas para comunicar discursos entre usuarios activos en redes sociales. Entre los políticos el interés por usar redes sociales es por simpatizar a los usuarios pero de acuerdo a su identidad, los candidatos comunicaban en sus redes sociales sus opiniones que se distinguen por su partido o incluso por el candidato, entonces eso generaba identidad por los usuarios, el uso de redes sociales es ahora el nuevo mecanismo de comunicación

entonces podemos decir que el marketing político es ahora digital y de comunicados en redes sociales.

3.3 Percepción ciudadana en redes sociales de EPN.

La imagen que se genera en redes sociales durante las campañas políticas es importante porque puede determinar quién gana y quien pierde la elección, al menos eso parece pasar en países desarrollados con democracias maduras y acceso a la tecnología.

En este sentido, para el PRI y Peña Nieto el resultado podía depender de su equipo de expertos y de la forma en que su estrategia lograra una imagen positiva del candidato, al menos es lo que dice Consulta Mitofsky, empresa que mide el desempeño de campañas políticas, y cuyo objetivo era generar “vacunas informativa” para que no reflejaran daños en la campaña de Peña Nieto sus encuestas. (Proceso, 2012).

Para los priistas, la opinión es que Peña Nieto tiene la delantera por una diferencia de entre 6 y 8 puntos porcentuales, otros de 6 puntos porcentuales, el caso es que ninguno de los dos estudios se hizo público. Según ellos la intención del voto por Peña Nieto era de casi 50 porcientos, semejante al voto que obtuvo en su campaña por la gubernatura del estado de México en 2011.

Según estas opiniones, AMLO estaba ganando terreno por el centro, y Vázquez Mota y el PAN eran el partido político a vencer en redes sociales.

El problema es que los usuarios de redes sociales en el país son escasamente el 12% de los ciudadanos registrados en el padrón electoral, en su mayoría no usan redes sociales.

En Twitter de los 4.5 millones de cuentas existentes, menos de 2 millones son cuentas activas, y casi 1 millón 200 mil son audiencias acostumbradas a comunicarse por ese medio.

Cuando se opina en redes sociales ya sea Facebook, Twitter, YouTube se crea un contrapeso con los candidatos ¿Por qué? Es simple porque se genera opiniones que pueden ser de apoyo o de daño al candidato en su campaña política, pasa por ejemplo en movimiento #YoSoy132 el grupo de jóvenes que producen contrapeso en el gobierno y que critica para defender sus derechos como estudiantes entonces luchan por que el gobierno los atienda resuelva sus problemas entonces que es lo hace empezar a opinar en redes sociales para que los usuarios activos que los ven los sigan y sean más jóvenes para el movimientos #YoSoy132 y puedan ser un ejemplo de cambio y de contribución a nuevos gobiernos, pero ¿qué es lo que pasa en redes sociales?, también ayuda a

usuarios que quieran alzar sus voz a este sistema de gobierno es decir también los usuarios pueden repercutir en cuestiones políticas haciendo grupos de presión o simplemente opinar en redes sociales los procesos de campañas políticas o los candidatos y sus propuestas, el uso de redes sociales son para participación de usuarios activos y escribir a través de esas redes sociales es su objetivo no perder el diálogo con usuarios activos en esas cuentas de redes sociales para evolucionar como gobiernos.

3.4 Importancia de Redes Sociales en el resultado electoral.

No sólo se puede subir comunicación de diálogos políticos en redes sociales, sino que es uso de diferentes opiniones en redes sociales para discusión de campañas políticas. El artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (Legipe) expone que es campaña política: “conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales para obtener el voto, todo el desarrollo que expone el artículo deberá ser trabajado de acuerdo de su electorado por los partidos políticos en sus documentos básicos”, de hecho eso es en teoría, porque los partidos políticos creaban discursos que decían todo, menos proponer. (Legipe, 2017)

De hecho en campañas del 2012 se dio que decir por parte de los políticos, en redes sociales y en web, por eso se crea la Legipe, y no crea artículos de control de partidos o campañas políticas en entornos digitales.

No sólo se aprovechan los partidos de lo que no tiene el Legipe, sino que son aprovechares partidos políticos en su beneficio.

1.- Tiempo de promocionales. Artículo 167 sólo dice que debe ser los tiempos promocionales para los partidos políticos de 30 segundos; sin embargo en redes sociales se extienden por tiempos extensos. Inclusive los políticos se graban de party como grandes bandas musicales.

2.- Concursos. No hay nada en este punto, es necesario aprovechar que los candidatos pidan a sus simpatizantes a subir selfies y ganar balones autografiados y de obsequios.

3.- Problemas de argumentos anti sonantes. Artículo 471, fracción 2, referente a delitos electorales, dice que no se debe se hacer argumentos anti sonantes, entonces el hacer memes u otro tipo de irresponsabilidad es no ejercicio de respeto en partidos políticos, entonces si se considera así es delito cantidad de anuncio en web, eso sin contar el pobre y vulgar uso del lenguaje.

Sin duda debería de ser registrado el respeto a los demás en cuestiones de redes sociales en campañas políticas, Mauricio Rodríguez, ex consejero del IEDF, explico que si bien existen ineptitudes de Ley Electoral respecto al uso de medios digitales y redes sociales, el Tribunal Electoral empieza a tomar en cuenta el uso de redes sociales, de procesos. Por ejemplo fotos y videos de candidatos son exhibidas en redes sociales podrán considerarse un gasto de campaña. Rodríguez ex consejero hace opiniones de que es necesario poner en discusión soluciones para el uso de redes sociales en campañas políticas utilizadas por candidatos, y por soluciones buenas será progresivo para sanciones quienes no hagan lo que dichas soluciones exijan.

Cuando no pagan los candidatos los excesos que tienen en sus campañas son cantidades enormes de dinero y el estudio que hace UNAM de cargos públicos sólo en el DF rebasa casi el 80% de su tope de campaña por pagar pautas por pagar en YouTube.

Es indiscutible que los cibernautas puedan usar redes sociales y decir lo que piensan, y que los partidos y candidatos puedan hacer lo que piensen para bien en redes sociales, eso es darle seguridad de voto. (Vázquez, 2015,)

Es indiscutible el uso de redes sociales en campañas políticas y es obvio que tiene que ver en el resultado electoral quien es el candidato ganador, sin embargo el uso de redes sociales es el medio de comunicación más utilizado por los cibernautas, es por eso que los candidatos se preocupan por simpatizarles a esos cibernautas porque ellos son quienes comunican a su pueblo, el resultado electoral siempre será cuestiones de debate y en redes sociales contendrán comentarios entre cibernautas y candidatos porque lo que tienes el uso de redes sociales es criticar de forma específica cuestiones de campaña de los candidatos, eso sin perder el uso de buena democracia por eso es lo que hace que construyamos democracias buenas y confiables, es indiscutible el uso de redes sociales y ahora en estos tiempo en que los pueblos se desenvuelven es a través de estos medios de comunicación y por consecuente eligen de esa opción a sus próximos candidatos quienes los representaran en gobiernos democráticos según sean sus intereses partidistas, el uso de redes sociales pone en critica el uso adecuado de reglas que deben ser aplicadas para todos los políticos corruptos y que de su misma sociedad se crean reglas que procuren su bienestar social, el uso de redes sociales es escape de críticas para buenos gobiernos y de sus instituciones sólidas y buenas quienes deberán poner el ejemplo en hacer pueblos unidos y en armonía.

A continuación se explica cuántos votos se registraron y el porcentaje que tuvieron los candidatos en el país junto con los partidos políticos que contendieron y los candidatos que participaron en dichas campañas políticas del 2012.

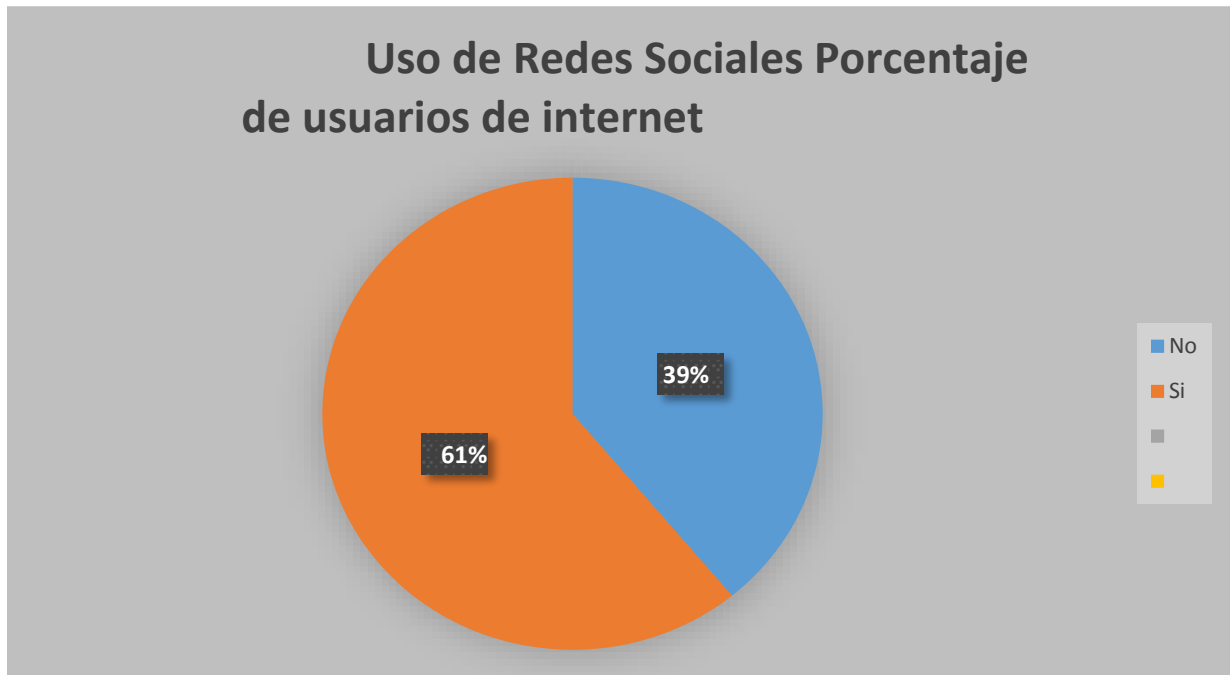
Resultados de las elecciones del 2012 Presidente de la Republica

Partido o coalición	Candidato	Votos	Porcentaje
PAN	Josefina Eugenia Vázquez Mota	12,786,647	25.41%
PRI, PVEM	Enrique Peña Nieto	19,226,784	38.21%
Partido o coalición	Candidato	Votos	Porcentaje
PRD, PT, MOVIMIENTO CIUDADANO	Andrés Manuel López Obrador	15,896,999	31.59%
NUEVA ALIANZA	Gabriel Ricardo Quadri de la Torre	1,150,662	2.29%

(Reyes, 2012, p. 27)

Se explica cómo se demuestra que los usuarios y los partícipes en votaciones del 2012 fueron pocos y que de esos pocos quienes participaron en votar se designan a presidente del país, sin embargo cada partido tuvo su porcentaje de cuantos votaron por ellos de eso votos tuvieron su posición en el valor de los intereses de cada usuario y el más votado es el PRI.

A continuación se explica cuál es el porcentaje de los usuarios activos en redes sociales de los 77 millones de personas en el país, quienes usan más redes sociales y quienes no usan redes sociales, el país crece en redes sociales y contribuye a nuevos gobiernos.



(Reyes, 2017, p. 19)

Sin duda los usuarios activos en redes sociales son más cada vez que tienen conexiones a internet, el país crece en este ámbito y es importante saber cómo se puede simpatizar con ellos para que en campañas políticas puedan simpatizar con algún partido político y votar por el en elecciones, el país crece en uso de redes sociales y su interés por los nuevos gobiernos digitales es eso saber simpatizar con los usuarios para que en un nuevo gobierno digital se hable de buenas acciones y que sus opiniones y críticas son de buen progreso y que de eso se harán nuevos gobiernos creando opiniones y críticas en Facebook, Twitter, YouTube.

CAPITULO CUARTO.-

Conclusiones

Este trabajo que en su interés personal porque se concluye es por explicar por qué es importante usar redes sociales en campañas políticas, es interesante saber que los medios de comunicación digital son ondas de diálogo que permiten a sus sociedades comunicarse para innovar sus gobiernos y sostener democracias sólidas, el uso de redes sociales son aplicaciones de comunicación que no interesa lo lejos que estén amigos, compañeros, profesores, sino que el poder de redes sociales y de uso de web son capaces de comunicarse en todo el mundo, el uso de redes sociales en campañas políticas son de interés porque si bien dijimos que es el medio de comunicación con usuarios activos de sociedades de todo el mundo, entonces es interesante saber cómo es su dirección de los políticos para simpatizar a dichos usuarios, el uso de redes sociales tiene como interés social criticar desde perspectivas sociales ámbitos que los usuarios les interesen, eso con el objetivo de hacer democracias buenas y sólidas, el uso de redes sociales tiene esos beneficios que expliqué en todo este tiempo para dar expectativas diferentes de cómo se puede apreciar desde cuestiones políticas y sociales, como sociedad tenemos el poder de crear tecnologías que puedan apoyar en crear democracias buenas, esa conexión que tenemos en redes sociales se puede comprender como inteligencia conectada, todos somos uno como el Leviatán de Thomas Job. Esos intereses que tienen los políticos en subordinar los medios de comunicación se pueden eliminar por el simple hecho de utilizar redes sociales, opinar para buenos criterios de comunicación, esos intereses son quienes interesan para el país, cuando se utiliza redes sociales como usuarios tenemos gran oportunidad de opinar en diálogos políticos, eso ayudara a crear buenas instituciones y gobiernos, finalmente los medios de comunicación digital como Facebook, Twitter, YouTube, son redes sociales que se ponen en acción para comunicar opiniones que son productivas en generar soluciones con el interés de vivir en plenitud. Sin duda el uso de los medios de comunicación son quienes empiezan con el nuevo diálogo entre cibernautas en todo el mundo, sea cual sea el medios de comunicación siempre se comunicara de forma pasiva y activa en todo el mundo, cuando se crean esas redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, no se pensaba que sería un éxito para los medios de comunicación digital, siendo que esas redes sociales serian sólo para ratos de ocio y comunicación entre amigos, pero con el tiempo se dio un interés más importante que sólo eso, es decir se tenía inteligencia conectada para saber qué es lo que ocurría en el país y en todas partes. Como ya hemos

dicho el uso de redes sociales claro que tiene peso en el electorado, comunicarse a través de ese medio de comunicación será de forma contundente y los nuevos artículos tecnológicos ya serán más precisos y más simples para entender y evitar el uso de escritura para poderse comunicar, eso sin duda son los teléfonos móviles, y computadoras, entonces si el uso de redes sociales se utiliza para opinar positivamente en campañas políticas es obvio que los políticos se interesaran por utilizar redes sociales, si excepción es transformación de los medios de comunicación tradicional a medios de comunicación digital, siempre se comunicaran los humanos y de forma que siempre utilizarán medios de comunicación que en esencia comunicara acciones de todo tipo, entonces si los políticos se interesan por simpatizar a los cibernautas utilizando redes sociales es correcto que harán lo posible por hacer campaña en redes sociales utilizando lo que a los cibernautas les interesas y eso es debate con argumentos sólidos y precisos para ocupar cargos públicos de cualquier gobierno. Sin duda el gobierno de Peña Nieto usa redes sociales y pone en acción todo lo que aquí defendimos lo utiliza para golpear a muchos políticos, agradecer, felicitar, y su gobierno le aposto a tecnologías respectivo a redes sociales, si es criticado también por dichas redes sociales pero es cuestiones de simpatizar o no simpatizar a el país pero podemos decir que Peña Nieto usa redes sociales para contribuir a lo que los usuarios usan que es redes sociales, ya no basta con tv y radio medios de comunicación tradicional sino que ahora busca los medios de comunicación actuales que le proporcionen simpatía y reconocimiento en el país, entonces es lo que podemos decir el uso de redes sociales es nuevo diálogo de comunicación entre usuarios y producirá que el humano no se preocupe si sus amigos están lejos sino que tan solo con redes sociales y computadoras puede comunicarse con sus amigos, y no sólo eso el uso de redes sociales puede proporcionar diferentes objetivos para los nuevos gobiernos en primer lugar es que se usan para simpatizar a usuarios, pero quizás en días posteriores puede que sus campañas políticas sean sólo en redes sociales no será utilizable el hacer campañas políticas en espacios públicos sino que ahora el espacio público sería redes sociales porque es el nuevo diálogo de comunicación entre humanos y nuevas esperanzas para el gobierno de cualquier país y contribuir a buen vivir.

Como podemos ver el mundo está tratando de comunicarse a través del uso de redes sociales, sin embargo es posible el poder hacerlo es probable el cubrir necesidades básicas tales como el poder dialogar con los demás en un vínculo de coordinación y de perfección usando rangos de aplicaciones digitales, sin más ni menos es un producto tecnológico digital que producirá en un futuro cambios no sólo en el dialogo sino que también en el modo de vivir en cuestiones del hogar

quizás alguna idea descabellada es que los utensilios domésticos ahora ya no requerirán del humano sino que ahora será de forma tecnológica y robotizada, es decir que ya no intervendrá el humano en hacer sus propias cosas ahora sólo programara y ordenara a maquinas especializadas para hacer sus tareas del hogar, en cuestiones laborales ya lo estamos viendo son máquinas que deslindan al humano del trabajo y que son productoras de más artículos en serie lo podemos ver en armadoras de vehículos ahora su forma de trabajar es robotizada es muy poca participación del humano en esas mismas armadoras, ahora no sólo es en fábricas de autos sino que es ahora en todos lados, en empresas tecnológicas, LG, SAMSUNG, SONY, etc., son por mencionar empresas que descubren nuevos horizontes en cuestiones laborales y que son de alguna forma el trabajo del futuro se utilizaran maquinas que no requerirán de sueldos, días festivos, ni medicamentos en cuestiones de gripe, ahora pasamos a temas de educación, ya no se requiere de maestros en aulas y que obligue a los estudiantes a asistir a escuelas públicas o privadas, ahora lo suplen redes sociales en comodidades desde cualquier parte del mundo y pueden estar en clase online a través de su computadora, teléfono móvil o tableta, sin embargo podemos encontrar un error en estos pequeños avances y ese error es que ya no se tiene conciencia y credibilidad de lo que se quiere estudiar, analizar, preparar, si antes el sistema de educación empezaba desde casa entablando conversaciones entre los miembros de familia ahora los suple un teléfono móvil y quitan sus conversaciones, y eso pasa en escuelas públicas y privadas ya no se tiene esa interacción entre profesor y alumno sino que ahora es a través de redes online que permiten el libre acceso a comodidades sin entender que sentimientos exprese el alumno o el maestro, quizás son tres acciones como humanos encuentro que han cambiado en utilizar redes sociales y los avances tecnológicos sociales en esos encontramos Facebook, Twitter, YouTube, etc., sin embargo en respuesta a ese tipo de ámbitos en dialogo que descubre el humano a través de los nuevos avances tecnológicos en medios de comunicación digital es que es nuevas eras de humanos ahora las nuevas generaciones son más activas en uso de redes sociales y crear un vínculo de amistad utilizando dichas redes sociales, ahora estas nuevas formas de dialogo son nuevas y que se quedaran ahora sin interesarse por lo aquella forma de dialogo que en algunos años anteriores era lo máspreciado que teníamos como amigos y familia platicar y sentir esos gestos que hacían los humanos al expresar una caria, el bromear y reír a carcajadas, el pelear por relaciones amorosas, eso ahora se ha perdido y lo ha suplido maquinas que es el vínculo de dialogo y de participación social, estos nuevos niveles de empoderamiento de redes sociales y de tecnologías que amenazan al humano en

poner en comodidad y el no sentir su entorno social, esas nuevas generaciones que están creciendo junto con esos avances tecnológico quizás inservibles o quizás aprovechables eso dependerá de que opinión tendrán los humanos respecto a esos nuevos mecanismos de dialogo.

Sin duda el uso de redes sociales en lo social, en lo políticos, en educación, etc., es lo nuevo es lo que está de moda y eso para muchos los atrapa como un mosquetero a sus moscas, sin embargo ahora es lo que utilizan los humanos los usuarios activos en redes sociales y en participación política es válvula de escape por expresar opiniones de los mismos usuarios y que al mismo tiempo crean vínculos con los partidos políticos o incluso con los candidatos, eso es importante en gobiernos en curso porque tomas opiniones que generan cambios a sus sociedades para bien y que quizás algunos opiniones en critica no constructiva pero que genera cambios para bien, eso es importante para gobiernos que están fijándose que ahora el uso de redes sociales en un nuevo mecanismo de participación ciudadana, en campañas anteriores del 2012 apostaron los candidatos en simpatizar a los usuarios activos en redes sociales en sus partidos políticos, eso generaría un cambio sustancial a nuevas formas de hacer campañas políticas, ahora ya no basta en hacer mítines políticos ahora lo que importa es hacer campañas política online y en redes sociales es su parte importante para gobernar a gran parte de su ciudadanía, esto es nuevo el poder dialogar en redes sociales candidatos y usuarios y el país que primero implemento este nuevo sistema de comunicación online es Estados Unidos en campañas de Barack Obama y que siguió con campañas de Donald Trump y que ellos han apostado en invertir su campaña para poder obtener más votos utilizando redes sociales y descubrir que pueden ganar elecciones con el simple hecho de poder participar con los usuarios activos en redes sociales, entonces regresando al país estos candidatos quisieron hacer lo mismo que Obama poder contender en redes sociales y poder comunicarse y ganar elecciones usando redes sociales, es por eso que analizando esos nuevos avances tecnológicos medios de comunicación digital es importante saber apostarle a nuevos mecanismos de campaña y que el candidato sepa como es el dialogo entre los nuevos usuarios en redes sociales y con ese simple hecho podrá intervenir en cuentas personales junto a sus usuarios amigos y contender a obtener un puesto de gobierno o de funcionario público y poder contribuir a nuevos cambios de gobierno y de tecnologías para bien.

Finalmente podemos rescatar que el uso de redes sociales son indispensables para el nuevo dialogo que el humano esta crenado desde invenciones computacionales sin embargo algunos pueden estar de acuerdo algunos pueden estar en desacuerdo entonces lo evidente es que es el

nuevo mecanismo de comunicación social, como el hombre evoluciono desde mucho antes y que desde que habito el mundo ha creado nuevos mecanismos de comunicación, un ejemplo claro es el fuego desde su creación fue un invento que para el hombre impresiono y que lo ha venido utilizando desde ese entonces de igual manera, el aprender a vestirse lo denominaron modas es que por objetivo tienen tendencias actuales de vestimenta y que lo hace el humano lo caracteriza el hombre para estar en moda es estar con esas caracterizaciones, el comunicarse que es lo más importante en esta investigación desde poder escribir su propia escritura y contribuir a comunicarse usando los nuevos avances que para ese momento eran innovadores e importantes para el hombre, posteriormente el poderse mandar carta con información específica y concreta, libros, diarios, son quizás los medios de comunicación que el hombre implementó hasta ahora para poder entender lo que pasa en el mundo y poder sostener lo que puede producir usando archivos exclusivos de investigación, sin duda el hombre tiende a innovar a crear nuevas opciones de vida y que produce mecanismos de participación social, en aportación a esta investigación puedo decir que el hombre tiende a cambiar por naturaleza y por ende produce nuevos ideales para el entendimiento del mismo hombre en esencia en medio por el que lo hace es por el medio de comunicación dialogo que establecen en sus sociedades y con el paso del tiempo no basta con el dialogar en persona o incluso en pláticas de plazas comunes sino que ahora ya no importa distancia, tiempo, cantidades de personas, si están conectadas en un mismo conducto y ese conducto es redes sociales establecidas en plataformas inmensamente establecidas en comunicación digital y que es invento del hombre por sentirse cómodo sentirse con menos esfuerzo en hacer sus tareas y es ahí donde podemos decir que el hombre evolucionará en el dialogo entre otros hombres así como cuando descubrió el fuego o cuando creo formas de vestir, así pone o impone nuevas formas de dialogo teniendo muy en cuenta el uso de computadoras con inteligencia programada y que es parte sustancial como si su computadora tuviera vida y fuera participe de dicha conversación entre dos hombres y eso lo hacen el uso de redes sociales en nuevas generaciones de vida.

BIBLIOGRAFIA

- Amipci, *Asociación mexicana de internet*, Link <http://www.visitmexico.com/es/cultura-general>
- Android, *Historia de WhatsApp: origen, evolución y logros*, 2015, Link <http://www.androidsis.com/historia-de-whatsapp-origen-evolucion-y-logros/>
- ABC.es, *Nixon vs Kennedy: el día que cambio la televisión y la política*, 2012, Link <http://www.abc.es/20121004/elecciones-estados-unidos/abci-kennedy-nixon-debate-201210041220.html>
- Asencio Gleybert, *Inteligencia Conectada*, 2017, Diario Libre, Link <http://www.diariolibre.com/ciencia-y-tecnologia/tecnologia/inteligencia-conectada-MJ5920619>
- Benassini Claudia, *Enrique Peña Nieto: ¿lista la estrategia para redes sociales?*, Revista Mexicana, 2012, p. 2-3, Link <file:///C:/Users/MAQ20/Downloads/enrique-pena-nieto-lista-la-estrategia-para-redes-sociales.pdf>
- Baños Martínez Marco Antonio, *Estrategia Nacional de Educación Cívica para el Desarrollo de la Cultura Política Democrática en México 2011-2015*, 2013, Link http://www.ine.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/SeguimientoDeProgramas/ENEC_2011-2015/6to_Informe_semestral_ENEC.pdf
- Bellavista, J. Políticas para la ciencia, la tecnología y la innovación: reflexiones de actualidad para el cambio de milenio, University of Manchester, 1984. p, 10-23
- Benassini Claudia, *Enrique Peña Nieto: ¿lista la estrategia para redes sociales?*, 2012, Link <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/11/26/enrique-pena-nieto-lista-la-estrategia-para-redes-sociales/>
- Benassini Claudia, *Enrique Peña Nieto: ¿lista la estrategia para redes sociales?*, 2012, Link [file:///C:/Users/Jes%C3%BAs%Alducin/Downloads/enrique-pena-nieto-lista-la-estrategia-para-redes-sociales%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Jes%C3%BAs%Alducin/Downloads/enrique-pena-nieto-lista-la-estrategia-para-redes-sociales%20(1).pdf)
- Bellavista, J. Políticas para la ciencia, la tecnología y la innovación: reflexiones de actualidad para el cambio de milenio, University of Manchester, 1984. p, 30-50.
- Computerworld, *El correo electrónico a 20 años de su creación*, 2012, <http://www.pcworld.com.mx/Articulos/22959.htm>
- Castro Martínez Leivy, *El marketing en Estados Unidos: el caso Obama*, 2012, norteamericana vol. 7 no. 1, p. 2009-222 scielo, Link http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35502012000100008

Castells Manuel, *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*, Universidad de California, 2001, p, 12, Link <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>Estel

Castells Manuel, *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*, Universidad de California, 2001, p, 16, Link <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>Estel

Castell Manuel, *Los Movimientos Sociales en Internet*, UOC, Link <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain8.html>

Cabalín-Quijada Cristian, *Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile*, Revista 43: Promusidores mediáticos (Vo. 22 – 2014), Link <http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=43-2014-02>

Castells Manuel, *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política*, 2004, telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación, p. 2, Link <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137>

Domínguez Caldevilla David Dr., *Las nuevas tecnologías cambian el panorama de la comunicación política*, Universidad Complutense de Madrid, davidcaldevilla@ccinf.umc.es, Madrid. España, 2010, p. 111, Link <file:///C:/Users/MAQ18/Downloads/Dialnet-LasNuevasTecnologiasCambianElPanoramaDeLaComunicac-5283592.pdf>

[LasNuevasTecnologiasCambianElPanoramaDeLaComunicac-5283592.pdf](file:///C:/Users/MAQ18/Downloads/Dialnet-LasNuevasTecnologiasCambianElPanoramaDeLaComunicac-5283592.pdf)

Dra. Torres Fernández María de Jesús, Dr. Rojano Paniagua Francisco Javier, *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*, mesa nº 23: “Gestión política, campañas políticas y nuevas tecnologías”, Páginas 18-30., Alice, Comunicación Política.

Dra. Torres Fernández María de Jesús, Dr. Rojano Paniagua Francisco Javier, *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*, mesa nº 23: “Gestión política, campañas políticas y nuevas tecnologías”, Páginas 3-6., Alice, Comunicación Política.

Dra. Torres Fernández María de Jesús, Dr. Rojano Paniagua Francisco Javier, *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*, mesa nº 23: “Gestión política, campañas políticas y nuevas tecnologías”, Páginas 10-18., Alice, Comunicación Política.

Forbes México, *Las 5 redes favoritas de los mexicanos*, 2015, columna, Link http://www.forbes.com.mx/206383-2/#gs.l4_SH2k

Forbes México, 2015, Link <http://www.forbes.com.mx/206383-2/#gs.fQWV6wk>

Fernández Laura, *Origen y evolución de Facebook*, 2015, Link <http://ict.edu.ar/renovacion/wp-content/uploads/2015/03/diagnostico-2015-nticx-actic-2.pdf>

Freeman Linton C. *El desarrollo del Análisis de Redes Sociales un estudio de Sociología de la Ciencia*, Traducción, Narda Alcántara Valverde, Número de control de la biblioteca del Congreso de EE.UU.: 2012911765, Liberty Drive.

Gustavo López Montiel, Enrique Tamés Muños, octubre 2012, La libertad de Expresión en el proceso electoral 2012 pp 107-108, Tecnológico de Monterrey
<http://www.forbes.com.mx/206383-2/#gs.HsBiZWY>
<http://www.visitmexico.com/es/cultura-general>, Amipci Asociación Mexicana de Internet, México, 2016.
<http://www.forbes.com.mx/206383-2/#gs.HsBiZWY>

Islas Octavio, *Cifras de jóvenes y redes sociales en México*, entre textos, 2007, Universidad Iberoamericana de León, Páginas 6 – 10.

I. Fara Carlos, *Acciones para una buena comunicación en campañas electorales*, 2013, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, p. 33-39, Link <http://www.kas.de/wf/doc/11592-1442-1-30.pdf>

López Beltran Carlos, Velázco Gómez Ambrosio, *Introducción: las dimensiones políticas de la ciencia y la tecnología*, 2005, p. 27, UNAM, Link <http://www.libros.unam.mx/digital/V5/7.pdf>

Lagunes Alejandra, *Peña Nieto aventajo porque dio importancia a la campaña online*, 2012, columna jornada, Link <http://www.jornada.unam.mx/2012/08/28/politica/003n1pol>

Murillo Cristina, *Listado de las 25 Redes Sociales más utilizadas – Mega Guía de más de 13.000 palabras*, 2015, columna Marketing and Web, Link <http://www.marketingandweb.es/marketing/lista-de-redes-sociales-mas-importantes/>

Montalvo I. Tania, Forbes México, Tecnología, *¿Las redes sociales ya demostraron su poder?*, 30 de julio de 2015. <http://www.forbes.com.mx/las-redes-sociales-ya-demostraron-su-poder/>

Manpower, *El Impacto de las Redes Sociales de Internet en el Mundo del Trabajo: México*, 2009, Link https://www.manpowergroup.com.mx/uploads/estudios/El_Impacto_de_Redес_Sociales_en_el_Mundo_del_Trabajo_Mexico.pdf

Marketingdirecto.com, *Los medios de comunicación digitales son los más utilizados entre la población mundial*, 2006, Link <http://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/los-medios-de-comunicacion-digitales-son-los-mas-utilizados-entre-la-poblacion-mundial>

Meza Orosco Nayely, *TICs, oportunidad de desarrollo para México*, 2014, Forbes México, Link <http://www.forbes.com.mx/tics-oportunidad-de-desarrollo-para-mexico/#gs.eqK8kTw>

Marina José Antonio, *¿Qué está haciendo el internet con nuestras mentes?*, 2014, Link http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/educacion/2014-11-11/que-esta-haciendo-internet-con-nuestra-inteligencia_439706/

Morales Campos Estela, *INTERNET Y SOCIEDAD: RELACIÓN Y COMPROMISO DE BENEFICIOS COLECTIVOS E INDIVIDUALES*, UNAM, 2004, Volumen 5 Número 8, p. 1-10, Link http://www.revista.unam.mx/vol.5/num8/art49/sep_art49.pdf

Meneses Racho María Elena, Ortega Gutiérrez, Urbina Cortés Gustavo, *Participación Política ciudadana y redes sociales en México 2012*, 2012, p. 153

Maquiavelo & Freud, *9 apuntes sobre marketing político y redes sociales*, 2014, Link <http://maquiaveloyfreud.com/marketingpoliticoyredes/>

Monge Antolin Vanesa, *TIC ELECCIONES Y MARKETING POLITICO*, 2012, p. 11-12, Link <file:///C:/Users/Jes%C3%BAAs%20Alducin/Downloads/tic%20elecciones%20y%20marketing%20politico%20ponencia%20uned.pdf>

Normol, *Blog historia de la informática*, museo informática, Universidad Politécnica de Valencia, <http://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>

Oliván Castells Manuel, *Redes de Indignación y Esperanza*, Alianza Editorial, p. 37-47 S. A., Madrid, 2012.

O'Donnell Georgia, *Teenvio: una plataforma online de email marketing española*, 2013, Link <https://georgiaodonnell.wordpress.com/>

Poiré Mariana, *Mide IBOPE consumo de televisión en el país*, 2012, Talento Tec, columna, Link <http://www2.ccm.itesm.mx/talentotec/node/163>

Pérez Porto Julián, Gardey Ana, *Definición de red social*, 2011, Actualizado 2014, Link <http://definicion.de/red-social/>

Porrua García Manuel, *El impacto de las redes sociales*, 2010, p. 1, Link <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero4/TyG/porrua.pdf>

Publimetro, *percepción de aprobación de Peña Nieto cambia, según encuesta*, 2016, columna publimetro, Link <http://www.publimetro.com.mx/noticias/percepcion-de-aprobacion-de-pena-nieto-cambia-segun-encuesta/mphk!cY7ufpC37y0gM/>

Polo Juan Diego, *¿Qué es Twitter?*, 2009, Link <http://www.whatsnew.com/2009/11/12/%C2%BFque-es-twitter/>

Penguin William, *¿Qué son redes sociales y para qué se utilizan?*, 2014, Link <http://www.yoseomarketing.com/blog/que-son-las-redes-sociales-para-que-se-utilizan/>

Proceso, *Peña Nieto: encuestas, spots y redes sociales*, 2012, Link <http://www.proceso.com.mx/294474/pena-nieto-encuestas-spots-y-redes-sociales>

Quiróz Quiróz Rafael, *Peña Nieto: entre la percepción y la realidad*, 2015, efecto10, columna, Link <http://efekto10.com/pena-nieto-entre-la-percepcion-y-la-realidad/>

Rodríguez López María del Rosario, *El impacto de la tecnología en el entorno social, fue el tema tratado en un simposio realizado en la DGB*, 2013, columna UNAM, Link <http://dgb.unam.mx/index.php/noticias-dgb/61-noticias-2015/335-el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-entorno-social-fue-el-tema-tratado-en-un-simposio-realizado-en-la-dgb>

Reyes Viguera Armando, *El Papel de las Redes Sociales en la elección de 2012*, 2012, Link https://www.pan.org.mx/wp-content/uploads/downloads/2014/11/Documento_434.pdf.

Sagrado Strik Andrés, Forbes México, *¿Qué tiene una buena campaña de marketing político digital?*, 2014, Link <http://www.forbes.com.mx/que-tiene-una-buena-campana-de-marketing-politico-digital/#gs.f18Pues>

Subirats Joan, Parés Marc, *Cambios sociales y estructuras de poder ¿Nuevas ciudades, nueva ciudadanía?*, 2007, ensayos, UNAM, p. 107-110, Link <file:///C:/Users/MAQ18/Downloads/46526-123735-1-PB.pdf>

Subirats Joan, *INTERNET Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA*, Revista de Ciencias Sociales, Vol. 26, Núm. 33, 2013, Link <http://cienciassociales.edu.uy/departamentodesociologia/wp-content/uploads/sites/3/2016/03/Art%C3%ADculo-Subirats-RCCSS-33.pdf>

Subirats Joan, *Democratización tecnológica*, columna del diario El País, 2016.

Sandoval Almanza Rodrigo, *YouTube, Facebook y Twitter en la campaña electoral mexicana del 2012: un análisis mixto*, 2012, p. 8-9, Link <http://siare.clad.org/siare/abcd2/fulltext/con17/sandoalm.pdf>

Sala Aguirre Jorge Francisco, *Nuevos alcances de la participación ciudadana través de las redes sociales*, Culturales Vol. 1 No. 2, Mexicali julio/diciembre 2013, Universidad de Monterrey, scielo.

Subirats Joan, *Políticas Públicas e Inclusión Social. Factores Territoriales y Gobiernos Locales*, Instituto de Gobierno y Políticas Públicas/AUB, 2010, p. 1-5, Link http://www.academia.edu/351253/Pol%C3%ADticas_publicas_e_inclusi%C3%B3n_social

Sartori Giovanni, *Homo Videns*, 1998, p. 30 – 50, Link <https://textoshereticos.wordpress.com/2012/01/17/diez-tesis-sobre-el-homo-twitter/>

Sandoval Almazan Rodrigo, *YouTube, Facebook y Twitter en la campaña electoral mexicana del 2012: un análisis mixto*, 2012, p. 8 – 11, Link <http://siare.clad.org/siare/abcd2/fulltext/con17/sandoalm.pdf>

Torres Vargas Georgina Araceli, *El uso del término “redes sociales” y algunas confusiones*, 2008, Scielo, Link http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2008000200001

Vallejos Felipe, *El estrategia detrás del triunfo de Obama en las elecciones*, 2014, columna, Link <http://www.forbes.com.mx/el-estratega-detras-del-triunfo-de-obama-en-las-elecciones/#gs.V9jkgQw>

Vázquez Ruben, Forbes México, *Importancia de Redes Sociales*, 2016, columna, Link <http://www.forbes.com.mx/author/ruben-vazquez/>).

Venzor Coronado Alberto, *Análisis de las estrategias de Marketing Político y el uso de redes sociales entre los candidatos a la presidencia de México 2012*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2012, p. 2, Link [http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=234-](http://www.alice-comunicacionpolitica.com/abrir-ponencia.php?f=234-F500009362341342179638-ponencia-1.pdf)

F500009362341342179638-ponencia-1.pdf

Vanguardia, *Peña Nieto: ¿Por qué y cómo ganó la presidencia?*, 2012, Link <http://www.vanguardia.com.mx/penanietoporqueycomoganolapresidencia-1328321.html>

Vázquez Rubén, *Redes Sociales: un poder electoral con vacíos legales*, 2015, Forbes México, Link http://www.forbes.com.mx/redes-sociales-un-poder-electoral-con-vacios-legales/#gs._sY17SI

Zizek Slavoj, *El acoso de las fantasías*, Editorial siglo XXI, Páginas 10-20. Link <https://elsombrerodefiliptos.blogspot.mx/2013/07/la-interpasividad-del-sujeto-tecnologia.html>

Zizek Slavoj, el diario el País, Link

http://elpais.com/diario/2011/04/01/tentaciones/1301682172_850215.html, 2013.

Zepeda Valdez Andrés, Franco Huerta A. Delia, Ochoa Vergara Arturo, *Revista Mexicana de Comunicación*, del marketing político tradicional al marketing 2.0 <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/05/16/del-marketing-politico-tradicional-al-marketing-2-0/>

Zepeda Valdez Andrés, Franco Huerta A. Delia, Ochoa Vergara Arturo, *Revista Mexicana de Comunicación*, del marketing político tradicional al marketing 2.0 <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/05/16/del-marketing-politico-tradicional-al-marketing-2-0/>

Zizek Slavoj, *El acoso de las fantasías*, Editorial siglo XXI, Páginas 148-173.

Zenit, *El triunfo de Obama en Internet: caso estudio de las campañas de 2008 y 2012 (11)*, 2013, Link <http://blogginzenith.zenithmedia.es/el-triunfo-de-obama-en-internet-caso-de-estudio-de-las-campanas-de-2008-y-2012-ii/>

UNAM, *¿Qué son las TIC?*, 2013, Link <http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>

ANEXOS

- 1.- Páginas de internet.
- 2.- Enciclopedias.
- 3.- Periódicos.
- 4.- Ensayos de redes sociales.
- 5.- Libros.
- 6.- Conferencias.
- 7.- Ponencias.
- 8.- Graficas.
- 9.- Reuniones de Gobierno.
- 10.- Tesis de redes sociales.