



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Maestría en Ciencias Políticas

LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO EN LA DEMOCRACIA.
EL CASO DEL MOVIMIENTO #YOSOY132

Tesis que para obtener el título de Maestra en Ciencias Políticas
presenta:

MERCEDES GUADALUPE CORZO MATÍAS

Asesor:
CÉSAR RICARDO CANSINO ORTIZ

Agosto 2016

ÍNDICE

<u>INTRODUCCIÓN</u>	<u>5</u>
<u>I. LA DEMOCRACIA EN LA ERA DE LAS REDES SOCIALES</u>	<u>13</u>
1. VIEJAS Y NUEVAS PERSPECTIVAS SOBRE LA DEMOCRACIA	15
1.1. DEMOCRACIA COMO FORMA DE GOBIERNO	16
1.2. DEMOCRACIA COMO FORMA DE SOCIEDAD	19
1.3. DEMOCRACIA COMO ESPACIO PÚBLICO	23
2. LA NUEVA CUESTIÓN SOCIAL EN LA DEMOCRACIA	30
2.1. DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES A LOS MOVIMIENTOS DE INDIGNADOS	30
2.2. LA INDIGNACIÓN COMO NUEVO <i>TELOS</i> DE LA CUESTIÓN SOCIAL	37
<u>II. LAS REDES SOCIALES EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO</u>	<u>45</u>
3. GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES	47
3.1. LA SUPERCARRETERA DE LA INFORMACIÓN	48
3.2. DE INTERNET A LAS REDES SOCIALES	53
3.3. PRINCIPALES ETAPAS EVOLUTIVAS	57
4. RADIOGRAFÍA DE LAS REDES SOCIALES	64
4.1. NUMEROLOGÍA BÁSICA	64
4.2. LAS EXPRESIONES DE LA INDIGNACIÓN	66

III. LAS REDES SOCIALES EN MÉXICO	71
5. GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES	73
5.1. EL ENTRAMADO NORMATIVO INSTITUCIONAL	74
5.2. ENCUENTROS Y DESENCUENTROS ENTRE EL PODER Y LOS MEDIOS	81
6. RADIOGRAFÍA DE LAS REDES SOCIALES	89
6.1. NUMEROLOGÍA BÁSICA	89
6.2. LAS EXPRESIONES DE LA INDIGNACIÓN	93
IV. EL MOVIMIENTO #YOSOY132	99
7. GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DEL MOVIMIENTO	101
7.1. DE LA CAMPAÑA ELECTORAL A LA CRISIS DE LA DEMOCRACIA	104
7.2. DE LA DISCUSIÓN PÚBLICA A LAS MAYORÍAS SOCIALES	110
7.3. DE LAS REDES SOCIALES A LA CALLE	115
8. RADIOGRAFÍA DEL MOVIMIENTO	119
8.1. FACTORES ESTRUCTURALES	119
8.2. FACTORES COYUNTURALES	125
CONCLUSIONES	129
BIBLIOGRAFÍA	134

INTRODUCCIÓN

Al igual que otros países que experimentaron en el 2011 diversas expresiones de malestar social, mejor conocidas como la Primavera árabe y los Indignados, en México también se gestó poco después un movimiento en las redes sociales en contra del sistema político existente y los mecanismos poco transparentes de la clase política para reproducirse en el poder, en complicidad con los grandes monopolios mediáticos. Dicho movimiento terminó conociéndose como #YoSoy132, aunque otros lo denominaron la “Primavera mexicana”. Más específicamente, #YoSoy132 surgió con el fin de exhibir la complicidad de los medios de comunicación tradicionales con el poder político así como para confrontar al entonces candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la presidencia de la república, Enrique Peña Nieto, quien durante una conferencia en la Universidad Iberoamericana (UIA) fue repudiado por cientos de alumnos de esta casa de estudios, por sus excesos autoritarios cuando fue gobernador del Estado de México y por su consabida ignorancia y analfabetismo funcional.

En el juego virtual, a juzgar por los miles de usuarios que utilizaron y participaron del *hashtag* #YoSoy132, y por el cuestionamiento público del que fue objeto el candidato del PRI, es posible constatar que dicho movimiento tuvo alcances relevantes. Incluso, si se analiza a fondo, se puede concluir que, al menos en el mundo virtual, #YoSoy132 representó un triunfo para la democracia mexicana, pues atrajo muchas simpatías y respaldo social. Sin embargo, el principal objetivo del movimiento no logró materializarse, ya que, si bien la percepción negativa de Peña Nieto hacia la candidatura se manifestó de forma notable en la opinión pública, no pudo impedir el triunfo de éste en la carrera

presidencial. De ahí que, para la presente investigación, resulte importante reflexionar sobre las razones que impidieron que un movimiento inédito y de gran alcance en el imaginario colectivo de los mexicanos —en especial de jóvenes y estudiantes—, de la mano de su impacto mediático, pudiera cristalizar sus objetivos más allá del mundo virtual.

El objetivo de la presente investigación es pues, reconocer el peso que tuvieron diversos factores intervinientes, estructurales y coyunturales, en el desenlace del movimiento #YoSoy132, factores que presumiblemente frenaron o impidieron su trascendencia más allá del mundo virtual. A saber:

1. Los promotores y partidarios del movimiento #YoSoy132 no lograron trascender su ámbito virtual de origen y deliberación pública, pues desdeñaron la calle como medio para conquistar más adeptos a su causa, o sea, mediante movilizaciones y otras formas de activismo, aspecto relevante si se considera que en México las redes sociales no presentan una cobertura total en los sectores populares más amplios.

2. El movimiento #YoSoy132 no se definió de origen como uno de carácter partidista, pero sí antipeñanietista; es decir, definió su causa en negativo y le faltó ser más propositivo al ofrecer alternativas a Peña Nieto. De hecho, aquí se percibe una cierta inconsistencia ideológica, pues, sin pronunciarse abiertamente a favor del candidato de izquierda y representante del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador, sí mostraba cierta preferencia por él.

3. El alcance de las redes sociales en la sociedad mexicana sigue siendo muy reducido, ya que solo entre el 30 y 40 por ciento de la población tiene acceso a Internet,¹ con lo cual se puede afirmar que las redes sociales no constituyen la principal fuente de información del grueso de los mexicanos, no obstante que la parte de la población que sí lo hace es la más informada e instruida del país.

4. Al sentirse aludidos en la crítica de #YoSoy132, los grandes monopolios mediáticos reaccionaron virulentamente contra el movimiento y trataron de neutralizar su impacto en la sociedad y desacreditar su causa al exhibir a sus partidarios como “rijosos”, “violentos” y “porros”.

5. Al darse cuenta del poder que la crítica estaba alcanzando en las redes sociales contra el candidato Peña Nieto, sus estrategias de campaña iniciaron una batalla en las propias redes sociales para intentar neutralizar dicho impacto negativo hacia éste, impulsado por el #YoSoy132. A la postre, Peña Nieto no ganó en estas redes, a juzgar por las muchas críticas de las que fue objeto, pero a partir de #YoSoy132 logró, gracias a sus estrategias cibernéticas, contener en alguna medida la ofensiva en su contra.

6. Al movimiento #YoSoy132 le hizo falta mayor creatividad para fundamentar sus cuestionamientos a Peña Nieto y su campaña; de hecho, la crítica que prosperó en las redes

¹ Para determinar estos datos se tomaron en cuenta dos estudios: el primero, los hábitos de los usuarios de Internet en México 2013 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI); y el segundo, Población 2006-2012 del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

sociales resultó más visceral que argumentativa, más irónica que fundamentada, más reactiva que propositiva, todo lo cual motivó su desgaste.

7. El movimiento #YoSoy132 fue la primera experiencia que, desde las redes sociales, se enfrentaba a un candidato sistémico, por lo que fue en buena medida un movimiento experimental, que actuaba más por ensayo y error que de manera estratégica y razonada. De ahí que, ante la ausencia de una estrategia bien pensada, sus posibilidades de éxito disminuyeron.

8. De algún modo, este movimiento #YoSoy132 fue víctima de su propio éxito inicial, pues terminó contaminado por diversos actores (partidos, candidatos, etcétera) que buscaron utilizar a su favor su impacto mediático, o sea para su propia causa, con lo que el movimiento se vició y perdió buena parte de su espontaneidad inicial.

9. En México, la novedad de las redes sociales como vía de empoderamiento de la ciudadanía en una suerte de ágora virtual, no trasciende su entorno digital, pues la política real permanece determinada por factores estructurales y de grupos de poder que a la postre imponen sus soluciones y preferencias incluso sobre el juego democrático. Así, por ejemplo, las elecciones de 2012 brillaron por la ausencia de valores democráticos, como la equidad, la transparencia y la imparcialidad.

10. Una de las características más significativas de los movimientos del siglo XXI es la ausencia de líderes. Sin embargo, la aparición de voceros, algunos más mediáticos que

otros, ocasionó que la opinión pública mexicana los identificara como líderes, pero algunos líderes de #YoSoy132 exhibieron muy temprano intereses personales que dañaron la imagen del movimiento.

En suma, mi hipótesis sostiene que el movimiento #YoSoy132, pese a su enorme impacto mediático y su efecto corrosivo al exhibir la podredumbre del régimen político y las elecciones, no pudo trascender el mundo virtual de origen y conectar sus objetivos con la realidad, debido a factores relativos a la propia virtualidad de las redes, como su condición efímera y coyuntural, como a factores estructurales, como los fuertes intereses políticos existentes en el seno del sistema político.

Para contrastar esta hipótesis he optado por un estudio de caso, perspectiva que permite indagar detalladamente aquellos acontecimientos sobre los cuales el investigador no tiene control y responde a preguntas de tipo “cómo” y “por qué” (Yacuzzi, *apud*. Vázquez Gestal, Fernández Souto y Pérez Seoane, 2012). Desde esta perspectiva, se hace necesario partir de los antecedentes que rodean al hecho analizado para hacer referencia, con posterioridad, al transcurso de tales acontecimientos.

En cuanto a la estructura de la investigación, en la primera parte se examina el uso de Internet como plataforma para las redes de movimientos sociales, las cuales ayudarán a entender la relación y el impacto recíproco entre las llamadas redes sociales, entendidas como “programas que soportan la colaboración, la interacción y la comunicación de ideas y conocimiento entre usuarios de diferentes lugares” (González Mendoza y Petersen, 2010, p. 103), y la política democrática.

Ahora bien, para explicar y entender esta nueva dinámica es importante identificar y confrontar los diferentes modelos propuestos por los teóricos de la democracia como forma de gobierno que se agota en las instituciones del Estado y en la atribución del poder político a través de elecciones. Al mismo tiempo, es preciso examinar otros enfoques para los que la política democrática no termina ni se agota en las instituciones, sino que también alude a una forma de vida o sociedad. Giovanni Sartori le llamó *democracia social* al asombro de Tocqueville por la sociedad estadounidense guiada por un “espíritu igualitario”; es decir, “modo de vivir y convivir” de los ciudadanos desde sus espacios particulares (Sartori, 1987, p. 19).

En la segunda parte se analizará la aparición de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, instrumentos que “reintrodujeron al individuo común a la apropiación de un espacio mediático donde produce y reproduce lo que piensa”, sin más mediación que el aparato electrónico o digital que le permite estar conectado con otros usuarios como parte de su vida cotidiana (Okazaki, Rubio Benito y Campo Martínez, 2012, p. 21). Uno de los principales objetivos de este apartado es esbozar una breve historia de las redes sociales, desde su gestación en Internet hasta su proyección en las calles para modificar un estilo de vida o un gobierno.

La tercera parte contiene un recuento histórico de la relación entre los medios de comunicación y el régimen político mexicano desde la reforma política de 1977, en el cual se analiza una serie de transformaciones en el contexto global de la economía, la política y la tecnología que va a alterar la relación de los medios con el régimen. Hablar del movimiento #YoSoy132, que revela la nueva dinámica entre los jefes de Estado, los

medios tradicionales y las redes sociales, permite reflexionar acerca de la relación que existe entre las redes sociales y la política democrática mexicana.

La última parte de la investigación, que trata sobre el impacto de las redes sociales en la democracia, situará la problemática en tres esferas: (a) la democracia como forma de gobierno, que se desahogará principalmente en las instituciones y tendrá sus propios elementos para ser explicada, como parte de un mismo sistema, junto con (b) la democracia como forma de sociedad, que, con sus propias características, desde la cultura política de los ciudadanos, ayudará a entender la simbiosis de (c) espacio público “real” y espacio público “digital”: el primero, materializado en las calles y las plazas públicas; el segundo, en constante manifestación en las redes sociales.

Estas tres esferas ayudarán a entender los éxitos que se gestan en las redes sociales y la brecha de ese éxito en el ámbito propiamente institucional; es decir, #YoSoy132 es un buen ejemplo de cómo un movimiento tan popular en el imaginario colectivo no pudo cristalizar sus objetivos en la realidad. Puesto como interrogante: ¿por qué #YoSoy132 no pudo cristalizar sus aspiraciones y metas en el mundo real y solo consiguió exhibir en el mundo virtual la manipulación desempeñada por los grandes monopolios mediáticos así como la pobreza de ideas y las tendencias autoritarias de su presunto candidato a la presidencia? Adicionalmente, ¿cómo debemos evaluar el impacto de este tipo de contribuciones por parte de un movimiento virtual como #YoSoy132, en la vida democrática del país donde se manifiesta?

I

LA DEMOCRACIA EN LA ERA DE LAS REDES SOCIALES.

UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA

1. Viejas y nuevas perspectivas sobre la democracia

Dos referentes muy importantes de las últimas generaciones han sido el “fenómeno 2000” y el “fenómeno 2012”. El primero fue un error informático del año 2000 por la costumbre de omitir las centurias, el cual ocasionó problemas en diversos lugares del mundo (alarmas conectadas después de la medianoche, mensajes de texto sin recibir, fallas en los bancos...); el segundo fue una creencia que sostenía que en diciembre del año 2012 ocurriría el fin del mundo, según una antigua profecía maya.

Ambos fenómenos reflejan la esencia de los primeros años del siglo XXI. En primer lugar, porque la vida cotidiana de las sociedades modernas está atravesada por la informática, la cual, según el Diccionario de la RAE, es el “Conjunto de conocimientos científicos y técnicas que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio de computadoras”; en segundo lugar, el mundo anterior al año 2000 se transformó porque los avances informáticos proporcionaron una nueva dinámica en las relaciones personales, sociales y políticas.

El tratamiento automático de la información por medio de computadoras incidió en la economía, la política y la sociedad, esferas adjetivadas con el término “global”: economía global, política global, sociedad civil global, que introduce una nueva realidad, una “doble soberanía” (Beck, 2012, p. 84); es decir, se adaptaron a los procesos paralelos de globalización a nivel local e internacional.

Este proceso globalizador es entendido como “una cultura de la comunicación por la comunicación” (Castells, 2010 , p. 67), pero a través de las computadoras se crea una red abierta de significados que coexiste, interactúa y se modifica sobre la base del intercambio (*ibid.*, p. 68). Dicha red abierta es posible por Internet, la cual es definida por el

Diccionario de la RAE como una “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”.

La conexión a Internet permite a las personas, como indica Beck, tener una “doble soberanía”, porque poseen la capacidad de estar “simbólicamente en dos lugares distintos al mismo tiempo” (Celorio, 2011, p. 58); tal perspectiva implica que, al conectarse a Internet, siguen anclados a su espacialidad física, pero se transportan al mismo tiempo a una realidad digital con múltiples universos electrónicos.

La dinámica que Internet proporciona se usa en distintos ámbitos y formas, las cuales son enlistadas por Mariana Celorio (2011, p. 59):

Instrumento militar, órgano policiaco, apéndice de gobierno, medio de comunicación, centro financiero y empresarial, centro comercial, centro educativo, plataforma para la acción colectiva y eje de redes de movimientos sociales, medio de comunicación de masas y centro de entretenimiento, reservorio del conocimiento libre y universal.

1.1. Democracia como forma de gobierno

En las últimas cuatro décadas, la invasión y la masificación de Internet modificaron las formas de interacción en las relaciones personales,² políticas y económicas, lo que ha propiciado diversas fuentes de información y la crisis del modelo de comunicación tradicional. Al mismo tiempo, esta nueva dinámica atravesó los asuntos del Estado-nación de la política democrática, pues hizo posibles plataformas que le regresaron al ciudadano un espacio público para expresarse sobre los asuntos políticos.

² César Rendueles en su libro *Sociofobia* (2013), señala que el imaginario colectivo ha resuelto el problema de los vínculos sociales reduciendo la solución a dos decisiones “elegir entre Android o iPhone” (Rendueles, 2013, p. 37). Lo que ha vuelto a la nueva construcción de vínculos sociales un autoengaño por las limitaciones de la solidaridad y la fraternidad que recaen principalmente en la desigualdad y mercantilización.

Ahora bien, para explicar y entender esta nueva dinámica es relevante reconocer y confrontar los diferentes modelos propuestos por los teóricos de la democracia como forma de gobierno que se agota en las instituciones del Estado y en la delegación del poder político a través de elecciones.

Para Samuel Huntington, por ejemplo, la democracia es entendida como “selección de líderes a través de elecciones competitivas por parte de las personas gobernadas por ellos” (Huntington, 1991, pp. 19-20). Tal definición guarda cercanía con la que elaborara Schumpeter: “Acuerdo institucional para llegar a las decisiones políticas, en las que los individuos ejercitan el poder de decidir por medio de una lucha competitiva mediante el voto del pueblo” (Schumpeter, 1946, p. 323).

A fin de no limitar la democracia a un acto estático de votación para elegir representantes, es preciso proporcionar algunos elementos que intentan incluir a un número mayor de ciudadanos en el proceso democrático. Robert Dahl denomina oportunidades a la formulación de preferencias, la manifestación pública de ellas y recibir por parte del gobierno igualdad de trato y respeto por tales preferencias (Dahl, 1971, pp. 81-82).

Para que estas oportunidades sean posibles, las instituciones deben cumplir con determinadas garantías. Sin embargo, por las características de la presente investigación, solo se enunciarán las relacionadas con la dinámica del Estado y los medios de comunicación: libertad para asociarse y expresarse para que los líderes políticos compitan en busca de apoyo, diversidad de fuentes de información, elegibilidad para la cosa pública, instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa de los votos y demás formas de expresar las preferencias.

Dahl se concentra en dos dimensiones: el debate público y la representación. La primera determinará la amplitud a la oposición, sea pequeña o grande, al debate público o la lucha política; mientras que la segunda, el número de personas facultadas para participar, es decir, aquellos actores que controlan y discuten la política del gobierno (Dahl, 1971, pp. 84-88).

Desde esta perspectiva, emerge un elemento operativo dentro de la política democrática: el debate público o la formación/información de la opinión pública; es decir, contrario a percibir al ciudadano como un simple elector sin buscar otras formas de participación, se sitúa como un ente determinante en el proceso democrático por sus cambios de preferencias frente a la rendición de cuentas que hagan los gobernantes que aspiran a seguir en el poder (Pasquino, 2000, p. 9).

Otros elementos importantes de la democracia son, de acuerdo con Juan Linz (1987), la legitimidad, la estabilidad y el rendimiento, la eficacia y la efectividad.

La legitimidad es entendida como “la creencia de que, a pesar de sus limitaciones y fallos, las instituciones políticas existentes son mejores que otras que pudieran haber sido establecidas, y que por tanto puedan exigir obediencia” (*Ibid.*, p. 14). La eficacia es la satisfacción de la solución de problemas básicos para los ciudadanos, y la efectividad es la capacidad de poner en práctica las medidas políticas formuladas con el resultado deseado.

Asimismo, Linz puso atención en la importancia de “la oportunidad legal e igual para todos de expresar todas las opiniones y la protección del Estado contra arbitrariedades, especialmente la interferencia violenta contra ese derecho” (*ibid.*, p. 18). Esta cualidad distinguirá a un régimen como democrático.

Para entender las redes sociales como nueva ágora de la democracia, los modelos hasta aquí presentados dotan de elementos esenciales de la participación política, como el debate público, la formación/información de la opinión pública, el cuidado del Estado para que se cumplan esos derechos. Sin embargo, para este enfoque todo es reducido a la institucionalización del Estado, y todo lo que quede fuera de la institución resulta una amenaza a la legitimidad y la estabilidad de la democracia.

En suma, los modelos institucionalistas son insuficientes para explicar la nueva dinámica gestada por las redes sociales en las democracias contemporáneas por al menos dos razones: en primer lugar, hoy la democracia abarca una dimensión global que pone en peligro los límites de los Estados-nación; en segundo, porque las instituciones han sido rebasadas por las diferentes modalidades que utilizan los ciudadanos para expresar sus demandas y demuestran cada vez más su incapacidad para solucionarlas o responderlas.

1.2. Democracia como forma de sociedad

Para otros enfoques, la política democrática no termina ni se agota en las instituciones, sino que también se interrelaciona con el estilo de vida de la ciudadanía. Giovanni Sartori le llamó democracia social al asombro de Tocqueville por la sociedad estadounidense guiada por un “espíritu igualitario”; es decir, “modo de vivir y convivir” de los ciudadanos desde sus espacios particulares (Sartori, 1987, p. 19).

Por su parte, César Cansino se refiere al regreso del protagonismo del ciudadano como promotor de la acción pública, porque en él se concentran los principios fundamentales de la democracia (Cansino, 2010, p. 132). Este protagonismo se ve reflejado en los poderes indirectos formados por el cuerpo social, que hacen frente a la desgastada

democracia representativa, lo que Pierre Rosanvallon (2006) denomina “contrademocracia”. Más adelante se analizará dicho concepto.

El “modo de vivir” democrático dejó de ser exclusivo para actores selectos; se abandonó el recinto propio de los especialistas dedicados a gestionar lo que debe hacerse. Esta afirmación es concebida por autores como Rosanvallon, Cansino y Castells como la crisis de la democracia representativa; es decir, se presenta un resurgimiento de la sociedad civil que se resiste a relegar al poder en una imposición.

Esta otra democracia se entiende como:

[...] un pensar y un hacer que se expresa de manera múltiple en cualquier aspecto vital, lejos de la lógica estrictamente representativa y delegativa. Toda experiencia vital y en común exige unos parámetros comunes que permitan la comprensión, pero que también permitan e integren el disenso y el conflicto (Subirats, 2015, p. 1).

Rosanvallon le dará vida a la sociedad democrática a través de la desconfianza; sin embargo, para llegar a ese concepto, es pertinente mencionar las tres funciones que tiene la confianza para este autor como cualidad política: primero, tendrá una ampliación de la legitimidad moral; segundo, dota de un carácter de continuidad en el tiempo; tercero, es un economizador institucional. Los beneficios de la confianza no han podido ver la luz por la insistencia de la historia en darle legitimidad a la democracia electoral, pero a la par se han gestado mecanismos de prueba, verificación, vigilancia, formales e informales “destinados a compensar la erosión de la confianza mediante la organización de la desconfianza” (Rosanvallon, 2006, p. 24).

Este autor proporciona un modelo de explicación que divide en dos la política democrática: por un lado, las instituciones electorales-representativas; por el otro, la contrademocracia, que consta de poderes indirectos formados por el cuerpo social. De otro

modo, la propuesta de Rosanvallon separa la política formal de la informal, pero las dimensiona en un mismo sistema.

Al igual que Rosanvallon, la concepción que en este trabajo se utilizará para la desconfianza será la que tiene como objetivo “velar porque el poder sea fiel a sus compromisos, buscar los medios que permitan mantener la existencia inicial de un servicio al bien común” (*ibid.*, p. 26). La expresión de la desconfianza deberá ser comprendida como “una verdadera forma política que se manifiestan y constituyen en poderes de control, formas de obstrucción y puestas a prueba a través de un juicio” (*ibid.*, p. 27).

Es central detenerse en el planteamiento que realiza Rosanvallon de las tres modalidades principales de la contrademocracia y reconocer sus características para poder armar un modelo de explicación para esta investigación. Es preciso considerar estos elementos como el rescate de la soberanía, de otra forma, la aplicación real y particular de cada ciudadano para que se vele por sus intereses y la búsqueda del mayor bien común.

La primera modalidad son los poderes de control, que se verán reflejados en tres dimensiones: la vigilancia, la denuncia y la calificación (*Ibid.*, p. 30). Estos poderes de control son articulados desde la sociedad civil en diversas formas que se materializan en las distintas instituciones encargadas de legitimar y cuidar la reputación de determinados personajes o jornadas electorales.

Se darán más atributos a esta modalidad debido a que no descansa exclusivamente en las instituciones; se desahoga principalmente en la discusión pública, porque ahí se encuentran las opiniones de los gobernados con las acciones de los gobernantes en los espacios públicos disponibles para estar atentos, denunciar y calificar aquello de lo que desconfían.

La segunda dimensión de la contrademocracia son los poderes de sanción y de obstrucción, o la nueva democracia del rechazo, que tienen la facultad de actuar o impedir las decisiones de los gobernantes (*ibid.*, p. 32). La principal característica de esta modalidad postula que los resultados son tangibles y visibles; sin embargo, Rosanvallon pondrá en esta dimensión los movimientos sociales en dos tipos: las mayorías reactivas y las mayorías sociales, donde ambas tendrán resultados diferentes. Las mayorías reactivas son más fáciles de formar y de obtener el éxito, mientras que las efectivamente mayorías sociales son difíciles de constituir, son más frágiles y volátiles. Los éxitos de las mayorías reactivas serán situaciones intermedias; es decir, sus objetivos serán atendidos y resueltos de una manera menor a la pensada, y, según Rosanvallon, no es posible una verdadera mayoría social.

El último poder de la contrademocracia es el pueblo-juez, lo cual equivale a que los ciudadanos esperan del proceso judicial los resultados que no obtienen en la elección; los gobernantes reaccionan a las demandas de los ciudadanos (*Ibid.*, p. 193); no obstante, el desconocimiento y la falta de respuesta por los jueces dejan una brecha aún grande entre el ciudadano y el juicio político.

El modelo propuesto por Rosanvallon ofrece características precisas para entender la relación entre las redes sociales y la política democrática: primero, estudiar de manera separada la democracia representativa-electoral y a la sociedad democrática sin olvidar que pertenecen a un mismo sistema y que se modifican mutuamente; segundo, la discusión pública da apertura a los poderes de control (vigilancia, denuncia y calificación); tercero, las mayorías reactivas siempre tendrán éxitos tangibles y visibles, pero no alcanzarán en su totalidad los objetivos que se plantean.

Bajo este esquema es posible tener una aproximación para entender la relación que existe entre las redes sociales en Internet y la política democrática porque esta última se sitúa del lado de los ciudadanos que utilizan las plataformas digitales para “expresar de manera inmediatamente sensible, casi física, la opinión pública” (*ibid.*, p. 80), con lo que se aplica su soberanía para estar atentos a sus gobernantes.

La utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación para incidir en la vida pública generó un espacio que no es posible comprender por completo con el esquema de Rosanvallon; es pertinente por ello hablar acerca de este espacio a partir del modelo que proponen otros autores, como Manuel Castells, Benjamín Arditi y César Cansino.

1.3. Democracia como espacio público

La complejidad de las sociedades modernas requirió formas de expresarse que no se limitan al carácter local porque en la esfera mundial todos se adaptaron al proceso de globalización que impulsó Internet. Este hizo posible el acceso para que las personas participaran en espacios sociales digitales sin ninguna limitación física para interactuar a escalas locales, nacionales e internacionales.

De manera particular, las redes sociales permiten esta conexión con la aldea global y millones de individuos en tiempo real; es entendida como “el espacio público donde los ciudadanos deliberan desde su radical diferencia sobre todos los asuntos que les conciernen” (Cansino, 2014, p. 32).

La autocomunicación de masas, la doble soberanía, el acceso a la información y la interacción con millones de individuos en tiempo real son algunos elementos que proporcionan las redes sociales para la construcción de la autonomía individual o colectiva;

además, regresa a los sujetos un espacio para el debate público, para tratar los asuntos de las personas.

Pero ¿por qué se afirma que es un espacio público? ¿Cuáles son sus características? Para comenzar, es preciso definir el espacio público como el lugar “de la interacción social y significativa donde las ideas y los valores se forman, se transmiten, se respaldan y combaten; espacio que en última instancia se convierte en el campo de entrenamiento para la acción y la reacción” (Castells, 2009).

Si se considera a las redes sociales como un espacio público, es necesario verificar cada una de las características arriba descritas: ¿es un espacio de interacción social y significativo? Sí. ¿Espacio de entrenamiento para la acción y reacción? Sí. Sin embargo, hay una peculiaridad con este espacio que lo vuelve novedoso: es mediado por los dispositivos conectados a Internet y hace dialogar a personas de cualquier parte del mundo.

A esta mediación entre dispositivos y personas Castells (2009) le llamará “espacio de flujos” porque funciona con “flujos de información procesados por tecnologías de la comunicación entre diferentes lugares”, y lo constituirá mediante tres elementos en función de las actividades: los lugares en que se localizan, las redes de comunicación material que las vinculan y el contenido que desarrollan en términos de función y significado.

Bajo estas condiciones, la acción recupera sus características; como lo apunta Hannah Arendt, se da en la pluralidad de los hombres: es recursiva, dinámica, inesperada y se refleja en lo político, ese espacio público de libertad, de libre expresión que comprenderá la dimensión simbólica; aquel espacio de aparición donde los asuntos son exhibidos, valorados.

Arendt percibe a la acción como el enlace particular de los seres humanos en el que se revelan y aparecen “sin la intermediaria, estabilizadora y solidificadora influencia de las cosas” (Arendt, 1958, p. 211). Bajo esta consigna, las redes sociales en Internet permiten la contigüidad y comunicación entre los hombres, además de ser espacios de aparición.

En 1993, Régis Debray apuntó aquellas mediaciones materiales que permiten a un símbolo “inscribirse, transmitirse, circular y perdurar en la sociedad de los hombres”, principalmente los medios masivos de comunicación. Veinticinco años después, la mediación material es Internet, principalmente sus redes sociales, y, en lugar de un productor de signos, es el espacio constructor de nuevos signos, nuevos símbolos y nuevos contenidos.

Se plantea como un constructor de signos, símbolos y contenidos porque los individuos comienzan a relacionarse y convertirse en una “potencia subterránea”, como lo define Maffesoli (2004, p. 44), o “fuerza imaginativa” que, a partir de la costumbre, lo instituido no representa nada sin lo instituyente. O la influencia en los sentimientos y los deseos, a lo que llamaré “imaginario colectivo” (*ibid.*, p. 54).

En las redes sociales digitales se deliberan y coordinan acciones sin el control omnipresente de los gobiernos y las corporaciones; se crean comunidades, compañerismo, un mecanismo psicológico para superar el miedo. “Superar el miedo es el umbral fundamental que deben cruzar los individuos para comprometerse” con cualquier causa que les agrade (Castells, 2012).

De acuerdo con Arendt (1958), la condición humana de la natalidad reviste a los hombres de algo nuevo, inesperado, imprevisible, milagroso, extraordinario. Las redes sociales en Internet regresaron a los hombres su condición de empezar de nuevo su espacio

aniquilado por los detentores del poder; resurgió con un poder nuevo y dinámico no solo en el ciberespacio, sino también en las estructuras concretas de las relaciones familiares, de trabajo, de gobiernos.

Esta cuestión social potencializada con el espacio público en las redes sociales cibernéticas y reales permitió a los individuos más o menos asociarse de manera libre para definir “cotidianamente los contenidos simbólicos de lo político” (Cansino, 2014, p. 12).

Las sociedades son “constructos culturales porque tienen un conjunto de valores y creencias que dan forma, orientan y motivan el comportamiento de las personas” (Castells, 2012). La complejidad y la novedad de la sociedad digital es que trabaja con una multiplicidad de culturas, ligadas a la historia y la geografía de cada área del mundo, y las integra para construir nuevos significados.

Existen dos elementos más que debemos tener en cuenta para entender este nuevo espacio público: el espacio y el tiempo, porque “las relaciones de poder están imbricadas en la construcción social del espacio y el tiempo a la vez que se ven condicionadas por las formaciones espaciotemporales características de esa sociedad” (Castells, 2009, p. 62).

De acuerdo con Castells, el espacio puede definirse como el soporte material de las prácticas sociales simultáneas, y el tiempo se caracteriza por la medida y la organización de una secuencia de prácticas para ordenar el momento de la vida. Pero en la “sociedad red” el espacio no necesariamente tiene que ser contiguo y el tiempo no tiene una secuencia.

Esta “sociedad red” es global en su estructura y existe en tiempo real; sin embargo, responde a lógicas diversas que mantienen al individuo anclado en la especificidad de su

contexto físico; es decir, irrumpe en la aldea global como habitante del mundo y participa en su sociedad particular, con lo que adquiere la “doble soberanía” (*ibid.*, pp. 64-65).

En cuestión del tiempo, pese a existir en la realidad, tiene dos modalidades de funcionamiento: *on line* y *off line*. *On line*, cuando el usuario está en tiempo real interactuando con otros usuarios; *off line*, cuando el usuario navega fuera de los tiempos de algún video, foto, artículo, “comprimiendo el tiempo y por otro, difuminando la secuencia de las prácticas sociales, incluyendo el pasado, presente y futuro en un orden aleatorio” (*ibid.*, p. 64).

Hasta aquí el presente modelo dibuja un espacio público digital que permite ver qué existe en el tiempo y en el espacio concreto de cada individuo, al mismo tiempo que en él no existen los tiempos y el espacio es creado por las tecnologías de la comunicación; empero, ¿cómo relacionar este espacio con el real? O ¿cómo estudiarlo?

En un primer momento, el modelo de Rosanvallon separó la democracia institucional de la sociedad democrática, que pertenecen a un mismo sistema; ahora, este espacio público virtual propiciado por las redes sociales debe ser separado para su estudio por los elementos nuevos que añadió a las sociedades democráticas en su contexto real.

Hablar de un espacio público virtual o digital y de un espacio público físico remite al concepto “espacio multimodal”, utilizado por Castells y Ardití para definir a la mezcla de acciones entre “el espacio físico de calles, plazas e instituciones, por un lado, y, por el otro, el virtual de las redes sociales que sirven para convocar y coordinar acciones colectivas” (Arditi, 2015, p. 2).

Para Ardití, las redes sociales son un facilitador del cambio, pero no el espacio donde ocurre este; dicho de otra manera, la interacción que se da en la red reduce costos,

hace posible la discusión pública, pero se materializa en las calles y plazas cuando pone en práctica las iniciativas que coordinaron *on line*. Como afirma Manuel Castells, “la Revolución de Internet no invalida el carácter territorial de las revoluciones a lo largo de la historia. Más bien lo extiende del espacio de los lugares al espacio de los flujos” (Castells, 2012, p. 71).

Las redes sociales como un facilitador de la contigüidad entre personas y del cambio han potencializado la vigilancia digital. Gracias a la apropiación de datos y la penetración de información confidencial, ha desaparecido la privacidad, lo cual ha permitido que los gobiernos espíen a los ciudadanos y a otros gobiernos legal e ilegalmente. Sin embargo, no han podido controlar a la red porque “el universo de Internet es tan amplio, y se expande a una tal velocidad, que no hay forma efectiva de impedir la comunicación entre personas y colectivos más allá de los sospechosos habituales” (Castells, 2014).

En suma, las características de las redes sociales como espacio público son las siguientes: *a)* espacio creado por las redes de comunicación material donde interactúan los individuos de cualquier parte del mundo, comparten, transmiten, combaten contenidos significativos; *b)* espacio público digital que deja ver qué existe en el tiempo y en el espacio concreto de cada individuo, al mismo tiempo que en él no existen los tiempos, y el espacio es creado por las tecnologías de la comunicación; *c)* genera la autocomunicación de masas porque el emisor decide lo que quiere ver, leer o escuchar; elige a sus posibles receptores, y selecciona los mensajes que quiere recuperar; *d)* les da una “doble soberanía” a los usuarios porque tienen la capacidad de estar simbólicamente en dos lugares distintos al mismo tiempo; *e)* los ciudadanos deliberan en este espacio desde su radical diferencia

sobre todos los asuntos que les conciernen; *f*) es un espacio que refleja y construye el imaginario colectivo; *g*) todo lo que oxigena este espacio son los flujos de información, a lo que se le denomina “espacio de flujos”; y *h*) es un espacio que complementa al lugar público físico porque lo extiende del sitio de los lugares al de los flujos.

Utilizar el modelo de Rosanvallon considerando la separación de la política institucional de la sociedad democrática y la importancia del debate público es complementado ahora con el modelo de las redes sociales como un espacio público, por cuanto es ahí que se da el intercambio de ideas.

Pero ¿cómo se van a relacionar las redes sociales con la democracia? O, mejor aún, ¿cómo entender, por ejemplo, un éxito en el imaginario colectivo de la red y la escasa repercusión en las estructuras concretas de la política? Para responder estas preguntas es pertinente esbozar cómo Internet se ha relacionado con la política contemporánea.

2. La nueva cuestión social en la democracia

Es importante preguntarnos: ¿cómo las redes sociales en Internet promueven la democracia?, o ¿por qué el interés de estudiar Internet y correlacionarlo con la democracia? Pareciera que las plataformas que ofrece Internet son el último tren que se está abordando para saber qué se es, y a qué se puede aspirar para vivir en una sociedad justa.³ Después de esa perspectiva —un poco utópica, pero no imposible—, se verá cómo son las democracias en la vida cotidiana; es decir, en la realidad concreta de las sociedades.

2.1. De los movimientos sociales a los movimientos de indignados

Desde la postura de Sartori, la democracia consiste en la elección de los gobernantes por los gobernados, y el resultado de las elecciones solo establece quién gobernará, no el contenido de esa acción de gobierno; finalmente, las elecciones “cuentan las manifestaciones individuales de voluntad, realizan el cómputo de las opiniones”, serán un “gobierno de opinión”. La acción de gobierno corresponderá a la opinión pública (Sartori, 1987, pp. 71-73).

Dahl propone dos características centrales para pensar la democracia: formular preferencias y manifestar públicamente dichas preferencias. Se reinstalaron en la sociedad, pero ya no a través de las instituciones, sino de sus propias formas de asociación, expresión, diversidad de fuentes de información, preocupación por la cosa pública en la interconectividad con otras personas.

³ Bajo el contexto de las diferentes teorías que se eligieron para defender de algún modo la forma en que las redes sociales coadyuvan a la construcción de la democracia, es pertinente, tener presente las teorías que aseguran que las redes sociales mitigan la democracia, como la de Rendueles, que afirma que cuando un país pobre tiene acceso a Internet lo único que hacen es buscar pornografía y chismes de famosos. Sin embargo, desde nuestra postura, como se hablará más adelante, hay factores políticos-históricos que permitirán que las redes sociales sean ayudantes de la construcción democrática.

Cuando se cuenta con un sistema de comunicación conectado a nivel local y global en tiempo real, “el pensamiento humano es propagado más rápido y es más influyente en cualquier parte de la sociedad-red” (Castells, 2014, pp. 10-13). Acontecimiento sin precedentes.

Las herramientas que ofrece Internet como nuevo medio de comunicación, principalmente las redes sociales denominadas como el quinto poder (Rodríguez, 2014, p. 3), configuraron un nuevo mundo de posibilidades; especialmente cumplieron las funciones que los medios masivos de comunicación democráticos no lograron alcanzar:

a) Informar a la ciudadanía y a la población en general sobre los asuntos públicos más relevantes de forma contextualizada, analítica e imparcial; *b)* servir como arena abierta de debates sobre los temas de la vida pública, de modo que se pueda reflejar en ella el mayor número de puntos de vista; y *c)* ser vigilantes —*watchdogs*— a favor de la ciudadanía y de una sociedad abierta contra los abusos del poder, los actos de corrupción y los excesos en el uso de la autoridad (Guerrero, 2010, p. 232).

Con la aparición de las redes sociales, las masas ocuparon el espacio público cibernético, así como el espacio urbano, y apuntaron a la intervención en el espacio público institucional, que muchos consideran “secuestrado por una clase política profesional más atenta a los poderes económicos y mediáticos que a los ciudadanos que los eligen y los pagan” (Castells, 2014, p. 10).

Esto hace considerar a la red como un grupo de presión a causa de una doble naturaleza como grupo con intereses específicos y como medio: “Capaz de legitimar su propia acción, goza de un margen de acción del que carecen los otros grupos de presión que han de ir a buscar fuera de sí mismos sus mecanismos de legitimación” (Cortarelo, 2011, p. 142).

De ahí el surgimiento de una oleada de protestas, movimientos sociales, revueltas y revoluciones que se gestan en Internet para luego ocupar la ciudad y desafiar al Estado. Esto refleja la visible crisis de legitimidad de las instituciones políticas y cuestiona sus reglas de funcionamiento democrático.

Es posible rastrear a lo largo de la historia distintos movimientos sociales de todo tipo; sin embargo, la diferencia con los movimientos sociales actuales radica en que Internet proporciona un espacio público en donde “se pueden denunciar los abusos, debatir propuestas, llamar a la acción, coordinar las luchas y seguir existiendo de forma permanente en la red cuando la represión policial dificulta la expresión directa de la protesta en las calles y en las instituciones” (Castells, 2014). El eje es la constante interacción entre las redes sociales en Internet y en el espacio urbano.

Internet fue diseñado como “una herramienta de libertad” (*ibid.*, p. 10), ya que proporciona un acceso a todo el mundo para conectarse de manera horizontal y es una causa por la que militan millones de internautas. Sin embargo, no escapan de amenazas por parte de los gobiernos que obliga a la sofisticación de programadores que constituyen una comunidad vigilante.

Los movimientos sociales del siglo XXI han puesto a prueba esta herramienta de libertad, con las ventajas e inconvenientes que acarrea. Las redes sociales en Internet caracterizan a la generación actual como tecno-social, cultura que no solo cambia la vida de las personas y las comunidades, sino también la política: “El dato realmente relevante es la afirmación o empoderamiento de la ciudadanía con respecto a la política institucional” (Cansino, 2014, p. 18).

Intentar esbozar un curso de acción de los movimientos sociales tiene la intención de situar a los sujetos en el mundo de las características para analizar elementos de comparación con el pasado y el presente, así como prever una posible aplicación futura.

El recuento teórico de los movimientos sociales, de acuerdo con Santamarina Campos, remite a cuatro etapas: la primera, identificada con el movimiento obrero desde el enfoque del comportamiento colectivo y los modelos de privación relativa; la segunda, con las revueltas de 1968, aportes teóricos de los norteamericanos con la teoría de la movilización de los recursos y los europeos con el paradigma de los nuevos movimientos sociales; la tercera, a finales de los ochenta, asociada con el aumento y la diversidad de los movimientos sociales, posibilita nuevas metodologías: procesos de encuadre, estructura de oportunidad y redes; la última etapa, atravesada por la globalización, será la antesala de los movimientos de los indignados (Santamarina Campos, 2008).

Es posible nombrar a tres distintas sociedades en las diferentes etapas: “la sociedad postindustrial en los años setenta; la sociedad de la información en los noventa; y en el siglo XXI nuestra sociedad del conocimiento” (Lago y Marotias, 2007, p. 11).

La reinterpretación de Melucci del concepto de *movimiento social* apunta a que su significación está unida a “una visión historicista, lineal y objetivista de la acción social” (Santamarina Campos, 2008). Es preciso considerar que en la categoría se encuentra una diversidad de movimientos: “pacifistas, estudiantiles, en protesta contra la energía nuclear, defensa de las minorías nacionalistas, de los derechos de la mujer”, así como es necesario considerar el carácter polisémico del término *movimiento social*.

Para darle una forma conceptual al movimiento social, Castells (1998) considera a los movimientos como “las acciones colectivas conscientes cuyo impacto, tanto en caso de

victoria como de derrota, transforma los valores y las instituciones de la sociedad”; por su parte, Tarrow (1998) les atribuye “desafíos colectivos planteados por personas que comparten objetivos comunes y solidaridad en una interacción mantenida con las elites, los oponentes y las autoridades”.

Las características de los movimientos sociales de la segunda etapa tienen su origen en las sociedades avanzadas o postindustriales, movimientos muy diversos y plurales: derechos civiles, estudiantiles, feministas, pacifistas, ecologistas, de liberación gay, nuevas espiritualidades, entre otros. Una conexión entre ellos, además de ser interclasistas, es que tienen una importante presencia de jóvenes formados y de clase media.

Dichos movimientos fueron entendidos a través del enfoque americano según el cual la teoría de la movilización de recursos establecía que los actores colectivos que luchaban se daba en un contexto institucional. Su análisis se fundamentaba a partir de las organizaciones, no de los individuos, y eran movimientos no espontáneos ni desorganizados. Al respecto, afirma McAdam: “[...] el predominio de los enfoques de la movilización de los recursos y del proceso político en Estados Unidos ha privilegiado los aspectos políticos, organizativos y estructurales de los movimientos sociales, y no ha prestado mucha atención a sus dimensiones culturales o cognitivas” (McAdam, *apud.*, Santamarina Campos, 2008, p. 116)

En contraparte, teóricos de los nuevos movimientos sociales, como Touraine (1974) o Melucci (1981), centraron su atención en las identidades que se relacionan con las grupalidades por ser una forma de respuesta a la crisis de confianza que hay en las vías tradicionales de participación pública de las democracias occidentales.

A finales de los ochenta se agregaron enfoques a la comprensión de los movimientos sociales. Se entendieron como “formaciones portadoras de una concepción social de las cosas y como espacios de entrenamiento para la lucha política, parecen destinados a ser los instrumentos de esa responsabilidad” (Flacks, *apud.*, Santamarina Campos, 2008, p. 119).

El nuevo factor explicativo fue la cultura. Según McAdam, los movimientos son un propio mundo, con sus propias ideologías, identidades colectivas, comportamientos y culturas materiales. El aspecto cognitivo de la acción colectiva es en lo que sitúan su reflexión (McAdam, *apud.*, Santamarina Campos, 2008, p. 119).

En este periodo se pone énfasis en las “oportunidades políticas”, que son la respuesta a la acción social y se aprovechan para hacer un movimiento: “Durante este periodo hemos asistido a importantes contribuciones que han girado en torno a la identidad (colectiva, individual y pública), la organización, el papel de la ideología, la función política, la capacidad de resistencia y la motivación para la participación” (Santamarina Campos, 2008, p. 120).

En la década de los noventa surgen los grandes movimientos internacionales. El Movimiento Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), el Movimiento de los Sin Tierra (MST), Acción Global de los Pueblos (AGP), entre otros, los cuales impactaron con su activismo a nivel local, nacional y mundial. Utilizaron la vía alternativa de comunicación por Internet para dar a conocer sus consignas a fin de que los medios tradicionales no tuvieran la oportunidad de silenciarlos. Desde la postura de Silvia Lago y Ana Marotias (2006, pp. 4-5) “el activismo en Internet coloca el conflicto en el ciberespacio, obteniendo apoyo internacional para su lucha”.

Esa década tuvo grandes saltos en todos los niveles. La sociedad fue testigo de los cambios constantes de la tecnología, pues el siglo XX cerró con un sinfín de innovaciones. Sin embargo, el siglo XXI perfeccionó todas estas nuevas tecnologías al alcance de cualquier persona.

En la primera década del nuevo siglo “de repente todo parecía posible, el mundo no estaba irremediablemente condenado al cinismo político y la imposición burocrática de formas de vida sin sentido” (Castells, 2012, p. 14). Surgieron movimientos sociales en red, apoyados en el uso de Internet y las redes de comunicación móvil.

En la mira estuvieron los banqueros, que fueron objeto del desprecio mundial; se evidenció la corrupción y la mentira de los políticos; los medios de comunicación no se escaparon de la duda y el rechazo por su caracterización como imperiales. En otras palabras, la confianza se desvaneció.

Los individuos se unieron en la red sin planearlo para compartir su dolor y su esperanza. Los movimientos se hicieron virales por el mundo interconectado en el que vivimos; la propagación inmediata de imágenes e ideas acapararon a las redes sociales en Internet.

Se atraviesa el umbral de la indignación cuando muchos mostraron en la red el hartazgo producto de la crisis política y económica. Los movimientos de indignados transformaron “el miedo en indignación y la indignación en esperanza de una humanidad mejor” (Castells, 2012).

La novedad de los movimientos de indignados estriba en la reaparición de la ciudadanía y su centralidad política a través de estos movimientos sociales múltiples, masivos y heterogéneos, donde se busca la “profundización o perfeccionamiento de la

democracia ahí donde ya se ha conquistado en lo general” (Cansino y Calvillo, 2014, pp. 26-27).

2.2. La indignación como nuevo *telos* de la cuestión social

El cambio de mentalidad en los individuos y en el colectivo ha modificado las prácticas sociales; sin embargo, “las instituciones son cristalizaciones de las prácticas sociales de momentos anteriores de la historia, y estas prácticas sociales están enraizadas en las relaciones de poder” (Castells, 2009). Las relaciones de poder están incorporadas en instituciones de todo tipo.

No todos los individuos se implican en el proceso de cambio social, pero a lo largo de la historia siempre hay sujetos que lo hacen y que se convierten de este modo en actores sociales. Los actores sociales que aspiran al cambio cultural —de acuerdo con la conceptualización de Castells, como *movimientos sociales y políticas insurgentes*— pueden originarse tanto en la reafirmación de un proyecto cultural o político como en uno de resistencia contra las instituciones políticas, cuando las acciones de estas instituciones se consideran injustas, inmorales o, en última instancia, ilegítimas.

Los éxitos de los movimientos sociales dependen del impulso colectivo y el cambio social que esperan alcanzar al manifestarse públicamente. Su formación comunica “mensajes de rabia y esperanza” (Castells, 2009), se gestan y viven en el *espacio público*.

Los movimientos sociales de la actualidad tienen características notables que los hacen diferentes de los de otras épocas. Para detectar esas propiedades se abordará los movimientos más conocidos en los últimos años: la Primavera árabe, el 15-M, Occupy Wall Street y las movilizaciones de jóvenes de Chile y México.

En las redes sociales digitales se deliberan y coordinan acciones sin el control omnipresente de los gobiernos y las corporaciones; se crean comunidades, compañerismo, un mecanismo psicológico para superar el miedo: “superar el miedo es el umbral fundamental que deben cruzar los individuos para comprometerse en un movimiento social” (Castells, 2012).

La superación del miedo ocurrió sin que nadie lo pensara. En el año 2011 comenzó una nueva forma de movilizar a los ciudadanos con tal poder que modificaron aspectos importantes de la realidad política de cada país en función de su contexto e idiosincrasia. Surgieron revueltas espontaneas animadas por la esperanza de una humanidad más justa y con la utilización de Internet para convocar y llamar a ocupar las calles y las plazas con el fin de mostrarle a los gobiernos que no tenían todo el poder.

El primer éxito inspirador fue el “derrocamiento de los dictadores Hosni Mubarak en Egipto y Ben Ali en Túnez, el primero consiguió una protodemocracia y el segundo una democracia” (Castells, 2012 p. 100). El sentimiento de humillación por servir a intereses de los gobernantes, del miedo por la policía violenta y el hartazgo de la forma injusta en que viven provocó diferentes cambios.

En Túnez, la génesis se ubicó en un vendedor ambulante de 26 años que se auto inmoló frente a un edificio de gobierno como protesta por la constante confiscación de su puesto de frutas por la policía local ante su negativa por pagar un soborno. Posteriormente, algunos jóvenes se unieron para protestar frente al mismo edificio por una razón similar: “hubo otros suicidios simbólicos que alimentaron la ira y animaron a los jóvenes para seguir protestando” (Castells, 2012, p. 38).

La principal característica de la rebelión tunecina fue la conexión libre en Facebook, YouTube y Twitter para la difusión de los videos de las protestas y de la violencia policial, acompañada de la ocupación de las calles y plazas de las ciudades de todo el país. De esa manera no solo logaron que el dictador Ben Ali huyera de Túnez, sino que “se animaron a reclamar elecciones democráticas, libertad política y de expresión. Con la consigna de limpiar quienes estaban en el poder con gritos como ¡Lárgate!” (*ibid.*, p. 40).

En Egipto se hicieron distintos grupos en Facebook, el más destacado de ellos fue el We Are All Khaled Said, llamado así en memoria del joven activista abatido por la policía después de que distribuyera un video en el que denunció la corrupción policial. A este grupo se unieron cientos de miles de personas de Egipto y del resto del mundo. Estos grupos sirvieron para “convocar a la manifestación del 25 de enero ante el Ministerio del Interior” (*ibid.*, pp. 65-70).

El 27 de enero, las fuerzas de seguridad egipcia, al advertir el carácter esencial de las comunicaciones cibernéticas y basadas en móviles en la coordinación y la organización de las protestas, “clausuraron Internet y los servicios de telefonía móvil en el país” (Alhessen, 2014, p. 30). Sin embargo, el movimiento se encontraba muy avanzado y pronto se trasladó a las calles y las plazas.

El régimen de Hosni Mubarak, de casi 30 años de duración, termino el 11 de febrero de 2011, después de 18 días de protestas: “sabemos concluyentemente que Facebook, Twitter, YouTube y Skype no liberaron a un pueblo, solo fue después de salir a la calle cuando sus demandas de libertad y dignidad resonaron sin temor desde la plaza pública al espacio cibernético” (Castells, 2014, p. 35), y no hubo vuelta hacia atrás.

Cuestiones básicas, como el alza del pan, transformadas en revoluciones de dignidad, ocasionaron las revueltas árabes, que al igual que en Túnez y Egipto se resistían a un gobierno autoritario al empujar y presionar constantemente sobre las estructuras de dominio a través de la organización, el debate y la convocatoria en las redes sociales, así como la extensión hasta el espacio público.

Estos movimientos de nuevo tipo, o movimientos red, están caracterizados por:

[...] la emergencia contagiosa y protagonista de protestas de redes ciudadanas sin estructuras formales previas, que hacen un uso intensivo y estratégico de las redes sociales digitales, de la telefonía móvil y de Internet, que toman el espacio urbano, y que producen fuertes e intensas movilizaciones afectivas con múltiples impactos en gran parte de la sociedad” (Toret y Monterde, 2014, p. 38).

En España, el 15 de mayo del mismo 2011, 130 mil personas acudieron al punto de encuentro real y simbólico de la Puerta del Sol después de la intensificación de diferentes prácticas de activistas en red: “las campañas virales en Facebook, las estrategias de lanzamiento de *trending topics* en Twitter los días previos, la multiplicación de los *streamings*” (*ídem.*), que planteaban demandas concretas: “¡Democracia Real Ya!”, “Esto no funciona”, “La democracia española está muerta” (Maestre, 2014, p. 109).

La particularidad de dicho acontecimiento fue la emocionalidad desencadenada que unió a la ciudadanía para rechazar los discursos tradicionales de los políticos y sobre todo la innovación del espacio público común, que “recomponía a una ciudadanía activa, dispersa y a malestares fragmentados” (Toret y Monterde, 2014, p. 38). Se convirtió en un “símbolo” para aquellos que están excluidos del sistema político (Maestre, 2014, p. 108).

Otro movimiento importante fue Occupy Wall Street (OWS), que hizo eclosión el 17 de septiembre de 2011. La acción inicial fue planeada por un grupo transnacional de

activistas experimentados; el empuje adicional de la amplia red global de *hacktivistas* conocida como Anonymous apoyó la acción del 17-S en un video de amplia difusión (Costanza-Chock, Schweidler, y DeTar, 2014).

La inclusión de este movimiento tenía un marco global que situaba a la gente en un espacio común: “Somos el 99 por ciento que no va tolerar la avaricia y la corrupción del uno por cierto” (Zamarrón, Cansino y Calvillo, 2014, p. 123). El 99 por ciento del grupo de indignados aportó continuamente un marco de movilización trascendente y era suficientemente amplio como para abarcar a casi todo el mundo; el desplazamiento transnacional de las luchas se aceleró por el mayor acceso a las tecnologías de comunicación en red.

Empero, los opositores a los movimientos recurrieron a diversos mecanismos para desarticularlos. Así, “una entidad llamada Consejo de la Alianza de Seguridad Interior vigiló y reprimieron las acciones del movimiento” (Costanza-Chock, Schweidler y DeTar, 2014, p. 44). Durante los meses que duró el movimiento, el Departamento de Seguridad Nacional, el FBI y organismos policiales hicieron una creciente y sistémica represión, infiltración y ataques a las organizaciones civiles involucradas.

Las demandas de los diferentes movimientos están relacionadas con exigencias de una mejora en sus condiciones de vida política y social; tal es el caso de las protestas de los jóvenes estudiantes chilenos y mexicanos, que encontraron en las redes sociales “un tipo de comunicación más democrático al que están acostumbrados” (Calderón y Szmukler, 2014, p. 91) para exponer sus demandas y pasar de la red a la calle y viceversa.

Los jóvenes chilenos comenzaron a manifestarse por una educación pública de calidad y gratuita. El movimiento se gestó en las redes sociales, pero luego fue ganando

espacio en las calles, y comenzó un proceso de negociación con el gobierno (2014, p. 91). Los éxitos de sus objetivos no han sido alcanzados, pero han generado cambios en la agenda política y cultural, además de “restaurar la centralidad del ciudadano como origen, medio y fin del quehacer político” (Calvillo y Schmidt, 2014, p. 161).

También en México, los jóvenes utilizaron las redes sociales para hacer frente y cuestionar la cultura política liderada por los clásicos partidos en el país y los dos monopolios televisivos (Televisa y Televisión Azteca) en el marco de las elecciones del Ejecutivo federal. Usaron las redes sociales para “organizarse y ocupar las calles, los edificios y las plazas del país” (Coutiño y Hernández, 2014, p. 196). Caso en el que a partir de ahora se centrará esta investigación.

Los éxitos concretos o simbólicos alcanzados por los diferentes movimientos apuntan hacia una revalorización de la vida política y de la calle como lugar de expresión política y espacio público, desde donde es posible alcanzar resultados concretos.

Antes de delimitar las características de estos movimientos, es importante apuntar que todas estas revueltas se dan en contextos donde existen las oportunidades políticas para la intervención de agentes sociales diversos que se agrupan para exponer sus demandas con la intención de que sean atendidas. Esta acción colectiva va a surgir en “respuesta a los cambios en las oportunidades y restricciones políticas” (Tarrow, 1998, p. 22).

En suma, las características particulares de estos nuevos movimientos que irrumpieron en la esfera global y que, a manera de modelo de explicación, nos ayudará a entender el caso #YoSoy132 en México son: a) *Multimodales*, desde la óptica de Ardití, o híbridos, desde la de Castell, porque enlaza el ciberespacio con el espacio urbano, van de la red a las calles y viceversa; es decir, comienzan en las redes sociales y se convierten en

movimientos cuando ocupan los edificios simbólicos o tienen manifestaciones continuadas, y tienen una interacción permanente; b) *locales y globales a la vez* porque se apoyan de activistas transnacionales para hacer llegar su causa a todo el mundo, sin olvidar su lucha concreta en su punto del globo; c) *espontáneos en su origen*, desencadenado por una chispa de indignación que se viraliza, cubre de indignación la red y la ayuda a organizarse para actuar; d) *sin líderes*, la mayoría de los movimientos no tenía un único líder, guardaban una relación de equidad, trabajaban por asambleas, moderadores y portavoces que se rotaban determinado tiempo y su organización es horizontal; e) *masivos e incluyentes*, por su horizontalidad, las redes posibilitan la unidad y favorecen la colaboración y la solidaridad entre distintas personas, por lo que son heterogéneas, plurales y populares; f) *pacíficos*, no violentos porque en su mayoría los integrantes son ciudadanos preocupados por el saneamiento de la democracia, no por buscar el poder; g) *democratizadores*, porque aportan a la democracia un conjunto de valores de la mayor relevancia simbólica a través principalmente del debate público.

Estos movimientos intentan cerrar la brecha entre gobernantes y gobernados, y procuran dar el mensaje a los representantes de que su poder es limitado y que deben considerar al ciudadano origen, medio y fin del quehacer político.

Cuanto más consiguen los movimientos transmitir su mensaje en las redes de comunicación, aumenta la conciencia y el compromiso ciudadano, y “menor es la capacidad de los políticos para incorporar reivindicaciones y demandas con meros ajustes cosméticos” (Castells, 2012, p. 224).

Si bien resulta arriesgado pensar que Facebook, Twitter, YouTube y Skype liberan pueblos, es acertado decir que las “redes sociales no han roto los grilletes de décadas de

arraigados gobiernos autoritarios, pero han contribuido a romper las cadenas del miedo, dando una idea de dignidad, de afán insaciable de lograrlo” (Alhessen, 2014, p. 35).

Tomar en cuenta los tres distintos modelos armados (la democracia desde los ciudadanos, las redes sociales como nuevo espacio de aparición para la cosa pública y los movimientos sociales de nuestra generación) permitirá entender la relación entre las redes sociales y la democracia mexicana, particularmente en el estudio del caso #YoSoy132.

II

LAS REDES SOCIALES EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO

3. Génesis y evolución de las redes sociales

No fue hasta la llegada del telégrafo que pudieron los mensajes viajar más rápidamente que los mensajeros. Antes, las carreteras y las palabras escritas estaban estrechamente relacionadas entre sí. Es sólo desde el telégrafo que la información ha podido disociarse de soportes tan sólidos como la piedra o el papiro.

Marshall McLuhan (1994).

A principios del siglo XIX, el telégrafo hizo su aparición en la historia de la humanidad para transformar la comunicación a larga distancia. En ese momento se utilizó el término “comunicación” en conexión con carreteras, puentes, rutas marítimas, ríos y canales (McLuhan, 1994, p. 107). Un siglo más tarde la arquitectura de la comunicación se modificó por la supercarretera de la información: Internet (Becerra, 2000).

La llegada de Internet no solo disoció los soportes sólidos de la información, también provocó la ruptura entre tiempo-espacio, lo que alejaría el término comunicación a larga distancia por el ciberespacio: “un océano para navegar con coordenadas físicas distintas a la realidad ordinaria” (Trejo Delarbre, 2000, pp. 7-8).

El nuevo océano de la comunicación sacó a la superficie un modelo distinto de interacción en las relaciones personales: breve y veloz. Ahora, la comunicación se convirtió en una constante e infinita interacción con otras personas a través de redes sociales *on line*: “un sujeto conectado virtualmente con el mundo, a la velocidad de los dedos del mouse” (Cansino, 2012, p.3).

La aparición de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram reintrodujo al individuo común a la apropiación de un espacio mediático donde produce y reproduce lo que piensa, “sin más mediación que el aparato electrónico o digital que le permite estar conectado con

otros usuarios como parte de su vida cotidiana” (Okazaki, Rubio Benito, y Campo Martínez, 2012, p. 32)

Uno de los principales objetivos de este apartado es esbozar una breve historia de las redes sociales, desde su gestación en Internet hasta la extensión en las calles para modificar su estilo de vida o gobierno.

3.1. La supercarretera de la información

Desde la aparición pública de la *World Wide Web*, en 1991, las herramientas creadas por desarrolladores y las utilidades para los usuarios se han multiplicado.

En un inicio, el crítico y ensayista Howard Rheingold, en su obra *The Virtual Community*, publicada en 1996, acuñó el término comunidad virtual para nombrar a una “cuyos vínculos, interacciones y relaciones tienen lugar en un espacio virtual como Internet” (Torres Vargas, 2008).

El conjunto de vínculos sociales que tienen como medio de formación el Internet y las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) son, de acuerdo con Castells, “las estructuras más efectivas y eficientes que han existido en la historia por su flexibilidad, escalabilidad, y su capacidad de supervivencia” (2002, p. 12). El término de comunidades virtuales surge como consecuencia de la influencia de las TIC en el análisis de redes.

Tiempo después de que Rheingold popularizara el término comunidad virtual. Wellman, al estudiar la naturaleza de la interacción social en las comunidades virtuales, aseveró que “cuando una red de computadoras conecta personas, constituye una red social” (Wellman, *apud.*, Torres Vargas, 2008, p. 2).

Los términos de Rheingold y Wellman se plantean en el mismo sentido; sin embargo, el del segundo autor se adoptó de manera formal. El término red social circunscrito a Internet no se refiere a un método, sino al “uso de la comunicación en línea” (Torres Vargas, 2008, p. 2).

Antes de centrar la atención en la *sociedad red*, es pertinente aclarar el término contemporáneo de las redes sociales:

Emplear el concepto redes sociales para investigaciones referentes a sitios como Twitter, Facebook, Google+, etc., implica un ignorado talante polisémico. Por un lado, se observa una primera dimensión (A) que indica un plano informático; por otro, surge una segunda dimensión (B) relacionada con aspectos antropológicos, sociológicos e incluso matemáticos (Lozares, 1996). A pesar de que existe una correlación entre (A) y (B), puesto que en cada una existen formas de relaciones humanas, se considera necesario reconocer que las características de cada dimensión son disímiles (Romero, *apud.*, Rodríguez Cano, 2013, p. 72).

Las características del plano informático son: un sitio web, conjuntos de actores, dispositivos y correspondencia. Esta fórmula es posible con los nodos “extremos de conexión entre correspondencias” (Rodríguez Cano, 2013, p. 74). Los sitios permiten la difusión de aspectos simbólicos (textos, audio, videos, imágenes, multimedia, etcétera).

La arquitectura de las redes son los nodos interconectados. Su función y significado dependen de los objetivos de la red. “Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes. La red es la unidad, no el nodo” (Castells, 2009, p. 45).

La dimensión (B) hace referencia a la teoría de redes que implica un análisis de las redes sociales desde una perspectiva relacional. En esta tradición, la idea de redes sociales es definida como un agregado de varias personas, grupos, comunidades, instituciones, etc, que están vinculados entre sí mediante una relación o conjunto de relaciones sociales.

De acuerdo con la aclaración de redes sociales, es preciso añadir que las redes se caracterizan por la flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. Esto le permitió la independencia frente a los cambios tecnológicos para introducir nuevos actores y contenidos en el proceso de organización social.

Bajo el contexto de terminologías contemporáneas, hay que profundizar en el estudio de la *sociedad red*:

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Se entiende por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura (Castells, 2009, p. 51).

Las diversas formas de interacción en las redes sociales se pueden describir y analizar como tipos específicos de redes. Las redes sociales virtuales constituyen una forma emergente de redes sociales con características específicas que influyen en su operación, su organización y sus resultados.

En el año 2000, como apuntó Castells, Internet comenzaba a ser el tejido de la vida de las personas: “(Esta tecnología de) red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos se convirtió en un medio de comunicación, de interacción y de organización social” (2000, p. 1).

Internet empieza a gestarse en los años sesenta como programa de investigación militar de Estados Unidos, al que se le denominó Arpanet. Su peculiaridad fue el modelo de comunicación que lograron crear: “una red que no tuviera autoridad central y que fuera diseñada de tal forma que aun dañada en alguna de sus partes, las demás pudieran comunicarse sin dificultad” (Becerra, 2000, p. 4).

Las condiciones del software de dominio público de la década de los ochenta favorecieron para que muchos grupos sociales tuvieran acceso a máquinas y pudieran conectarse a cualquier red con el protocolo de Arpanet. A este gran complejo de redes se le conocería como Internet, “la única supercarretera de la información” (*ibid.*, p. 6).

Supercarretera de la información porque es un espacio formado por millones de computadoras conectadas a través de líneas telefónicas con cobertura mundial que permite: mecanismos rápidos y eficientes de flujo e intercambio de información; la globalización de la información, la comunicación y el conocimiento; la comunicación y la participación a millones de personas de todo el mundo; la democratización del acceso a la información; “conectarnos al mundo sin movernos del espacio físico concreto” (*ibid.*, p. 8).

Las etapas de Internet o de la web son dos: la Web 1.0, donde el usuario solo era espectador y consumidor, “el contenido era el rey”; la Web 2.0, que modificó al usuario y lo convirtió en creador y generador de contenidos y servicios —es participativa por naturaleza—: “En ella, los usuarios leen, discuten, comentan, valoran, opinan, proponen, anuncian, enlazan, escriben, publican, intercambian, escogen, corrigen, comparten... Es decir, participan activamente” (Nafría, 2007, p. 9).

Durante el crecimiento de Internet resaltan tres características que lo definirán a lo largo de la historia y explican su naturaleza abierta y de libre acceso: no se creó como un producto de ganancia empresarial, los productores de la tecnología fueron principalmente sus usuarios y se desarrolló a partir de “una red internacional de científicos y técnicos” (Castells, 2000).

Al mismo tiempo, Internet se convirtió en un medio urbano, “las analogías de la supercarretera de la información o la megalópolis reflejan que también en ese espacio

existen las contradicciones sociales de cualquier sociedad contemporánea” (Trejo Delarbre, 2000, p. 2); es decir, es un holograma de las sociedades contemporáneas, como critica Umberto Eco, donde tienen acceso “tanto la señora de alta sociedad como la proletaria”; el problema radica en que la segunda no sabrá utilizarlo adecuadamente (Eco, 2015, p. 96).⁴

La nueva clase de interrelaciones en la sociedad, la economía, la política, la educación y el entretenimiento son el resultado de la velocidad instantánea. Se vive en la era de la instantaneidad, como sostiene Maffesoli (2005). Internet extiende el tratamiento instantáneo de información —esta automatización, como afirma McLuhan—, introduce una producción en masa en virtud de “un instantáneo abrazo inclusivo”, porque todo el mundo se ve implicado en ellos al mismo tiempo (McLuhan, 1994, p. 355).

Los instantes en Internet son fundamentales para entender esa sensación de estar en la red; es como un banquete: “un plato detrás de otro, cada uno más apetecible que el anterior, sin apenas momentos para recuperar el aliento entre bocado y bocado” (Carr, 2010, p. 16); ese banquete se ha convertido en móvil, disponible cerca y en cualquier lugar porque se han desechado las grandes y aparatosas computadoras por teléfonos, tabletas y computadoras personales.

Para corresponder a esta nueva sociedad contemporánea y los distintos avances tecnológicos en la comunicación, con la Web 2.0 Internet se hizo parte esencial de la vida de esta generación porque le permite realizar sus actividades de manera más fácil y permite la comunicación; de ahí que los usuarios desarrollaron proyectos como YouTube,

⁴ En 1968, Umberto Eco rescató del debate entre integrados y apocalípticos sobre la cultura de masas. Una característica peculiar, el acercamiento de aquellos olvidados sociales y alejados de la cultura con un nuevo acceso a otros conocimientos (Eco, 1968, p. 50). Sin embargo, para el último escrito que acabamos de leer, hace hincapié en la falta de educación por la vulgarización a la que se dirigen las redes sociales.

Facebook, Google, Wikipedia, Twitter, entre otros, para facilitar el acceso a la información y poder estar en contacto con otros usuarios.

3.2. De Internet a las redes sociales

Los ordenadores y los teléfonos inteligentes cuestionaron las teorías de la comunicación interpersonal y la comunicación de masas, “el tema de la cercanía y la distancia como tensión permanente” (West y Turner, 2005, p. 462), por las relaciones que se puedan gestar en Internet y las implicaciones de la penetración social.

La idea de Renán Silva (1998, p. 82) sobre la espacialidad de las prácticas de lectura del siglo XIX apunta que las redes se formaron por el nuevo interés de la lectura de gacetas; como él señala: “empezaba a fabricarse por primera vez una sociedad de opinión y de libre examen”.

En el mismo sentido, las redes eran asociaciones de personas que se reunían en espacios privados o semiprivados, o espacios públicos, utilizados de manera también privada, de conversación y discusión. La cuestión de espacialidad juega un rol interesante; como afirma Renán Silva, “es siempre móvil”, lo público y lo privado se mueven en la espacialidad física, institucional, donde no se puede colocar de un lado o del otro. Son las prácticas sociales y los actores en el acontecimiento los que dotan de un cierto carácter público o privado a un conjunto de espacios (*ibid.*, p. 39).

Ahora esa espacialidad es mediada por las redes sociales en Internet y los actores sociales comienzan a adherirse a esos espacios público-privados que cada vez son más concurridos por las personas en el mundo. Antes de hablar de las redes sociales en Internet, se entenderá a las redes sociales como “estructuras compuestas por personas conectadas

por uno o varios tipos de relaciones (de amistad, de parentesco, de trabajo, ideológicas) con intereses comunes” (Islas y Ricaurte, 2013, p. 1).

La aparición del correo electrónico y las listas de correo hacen emerger nuevos tipos de redes sociales virtuales y dinámicas: redes educativas, redes de entretenimiento, redes ciudadanas, redes de socialización, entre otras. Sin embargo, “el gran fenómeno del siglo veintiuno es la aparición de redes sociales en el ciberespacio, como Facebook, Twitter, YouTube, Flickr” (Galindo Cáceres, 2013, p. 32).

Dana Boyd y Nicole Ellison definen a las redes sociales en Internet como servicios basados en la web que permiten al individuo: 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, 2) articular una lista de usuarios con los que comparten una conexión y 3) ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros dentro del sistema. “Las características de las conexiones pueden variar de un sitio a otro” (Boyd y Ellison, *apud.*, Galindo Cáceres, 2013, p. 32).

Estas redes sociales surgieron con la idea conectar simultáneamente a miles de personas de manera horizontal (Cansino, 2014, p. 219) y tienen mecanismos de funcionamiento muy específicos: el usuario se suscribe y diseña un perfil con información personal; comienza a enviar invitaciones a sus amigos; se tiene la posibilidad de subir fotos, comentar el estado de ánimo de los demás, expresar los propios pensamientos, subir enlaces, interactuar con los conocidos conectados en ese momento, etcétera (Galindo Cáceres, 2013).

En 2005, ocurrió un fenómeno fundamental en el devenir de la web: cuando esta “se hizo 2.0, también las personas se hicieron 2.0” (Carr, 2010, p. 28). Los usuarios se hicieron participantes activos de las redes sociales y generadores de contenidos.

Registraban cuentas en MySpace, Facebook, Twitter. Los usuarios necesitaban “estar *conectados* para publicar algún pensamiento, hecho relevante, subir un video, *tuitear*, *googlear*” (*ibid.*, pp. 29-30).

La irrupción de estas redes sociales permite a las personas relacionarse, intercambiar y evaluar información, organizarse en grupos de interés de diversa índole, y tales redes se han convertido en indispensables para sus interacciones culturales, políticas, sociales y económicas. Estas actividades son importantes para “facilitar el acceso a información útil, generar confianza, capital social, comunidades virtuales y la generación de esferas públicas alternas” (Gandlgruber y Ricaurte, 2013, p. 49).

Su influencia se extendió de forma exponencial porque millones de personas la hicieron su herramienta de comunicación principal. Desplazó a los medios de comunicación tradicional (prensa, radio, televisión) porque “conformó un nuevo proceso de comunicación, mientras los medios tradicionales emitían información de un sujeto a otro con muy limitada interacción” (West y Turner, 2005, p. 385). Las redes sociales cambiaron las reglas y crearon nuevos mecanismos de interacción entre las personas.

A finales del siglo XVIII, Edmund Burke le atribuyó a la prensa el mote de cuarto poder, y lo era porque fue el “vehículo de difusión de las ideas revolucionarias” (Galan, 2014). Más tarde, se popularizó el término para identificar a los medios de comunicación tradicional por su influencia en la percepción y organización de estilos de vida en las personas, además de “estabilizar esquemas sociales y cultivar la resistencia al cambio” (West y Turner, 2005, p. 340).

A lo largo de la historia, este cuarto poder se hizo ajeno a la sociedad; fue respondiendo a los intereses de los dueños; su razón de ser era comunicar los valores que

han representado y buscado para perseverar lo que corresponde a sus intereses particulares: “La comunicación era unidireccional, vertical, sin posibilidad alguna de interacción o diálogo con la sociedad” (Cansino, Schmidt y Nares Rodríguez, 2014, p. 219).

Bajo esta concentración de poder de los medios de comunicación tradicionales surgieron las redes sociales: para conectar a millones de personas simultáneamente con el fin de interactuar de manera horizontal desde sus propios intereses y necesidades. Su influencia asustaba por el poder para movilizar a multitudes a velocidades virales en distintos países; asimismo, conformó una nueva realidad, a la cual se le conoció como el quinto poder (Lorenzo, 2012).

La opinión de los ciudadanos o usuarios de algún servicio ganó importancia primero en las decisiones de compra; posteriormente, en la política, cuando tuvieron la necesidad de expresar por vía web sus opiniones, pensamientos y eventos sobre las inconformidades de sus gobernantes. Pero en este tema nos detendremos más adelante.

Es importante destacar las características generales de estas redes sociales: a) *son plurales*, permiten una comunicación de masas porque todo mundo se ve implicado en ello, con la única condición de contar con un dispositivo conectado a Internet puede acceder a ellas; b) *son abiertas*, cualquiera que lo decida puede inscribirse sin diferencias de edad, creencia religiosa, sexo, etcétera; c) *son gratuitas*, con excepción de algunas que requieren un costo de suscripción, la mayoría son libres; en algunos lugares la conexión a Internet tiene un costo, pero el ingreso a las redes, no; d) *son horizontales*, esta propiedad permite una interacción participativa, ya que la información va siempre de dos vías y el *feedback* se da casi de manera inmediata; ayudan a establecer un diálogo o por lo menos la posibilidad si así lo desean los usuarios, desde lo local hasta lo internacional; e) *son herramientas*

democráticas, si la persona posee conectividad puede acceder a sus contenidos, además de que se halla al alcance prácticamente de todos los que deseen intercambiar datos e información breves.

Antes de continuar, es necesario analizar el aspecto democrático de estas redes: para que una red social cuente con esta característica tiene que ser “popular, pues de lo que se trata es de propiciar la interacción abierta y plural de miles de usuarios en tiempo real” (Cansino, 2014, p. 221).

3.3. Principales etapas evolutivas

Al fenómeno de publicar información de autoría propia en el hipertexto (Internet) se le conoce como *blogging* o *blogueo*. Con el desarrollo de los blogs nacieron en Internet los llamados proyectos de redes sociales, los cuales son “programas que soportan la colaboración, la interacción y comunicación de ideas y conocimiento entre usuarios de diferentes lugares” (González Mendoza y Petersen, 2010). El blog es el primer antecedente de uno de los más recientes desarrollos en programas de colaboración, interacción y comunicación: Twitter.

Un blog es una especie de diario online que permite a sus usuarios administradores, sin necesidad de ninguna habilidad técnica, publicar en sus propias páginas web (...) siguiendo un orden cronológico donde generalmente las últimas entradas aparecen primero (...). Los blogs son complementados con imágenes, audio o video. Lo interesante de esto es que cualquier persona puede entrar y leerlos, lo que le da al administrador o bloggero un sentimiento de libertad absoluta para expresar sus ideas (Koçak-Usluel y Mazman, *apud.*, González y Petersen, 2010, p. 103).

Aunque el blog ofrece una libertad extensiva, esa misma cualidad es una de sus desventajas, pues no todos los usuarios pretenden informar con escritos extensos. En la

actualidad, el proceso de cambio de una cultura bloguera a una más sintética es la transición de la “blogósfera” a la “twittosfera”, la cual parte del darwinismo digital (Islas y Ricaurte, 2013).

Islas y Ricuarte (2013, p. 5) señalan: “Cuando los actores comunicativos llegan a estar limitados en su forma expresiva o creativa, llegarán a un proceso de transición en el cual se generarán nuevos ambientes expresivos que responden a sus demandas sin necesariamente abandonar al ambiente anterior”. Sin la necesidad de abandonar el ambiente anterior, es una sentencia que remite a pensar que las modificaciones se realizan en función de la accesibilidad del usuario para su utilización. Al correlacionar específicamente el blog con el Twitter, este avance es la síntesis:

No todas las redes sociales existentes en la supercarretera de la información están dotadas de las características necesarias para convertirse en el lugar decisivo de la democracia. Ante todo, tienen que ser populares, pues de lo que se trata es de propiciar la interacción abierta y plural de miles de usuarios en tiempo real (Cansino, 2012, p. 221).

Al considerar por el número de usuarios, las redes más populares en la actualidad son Twitter, Facebook y YouTube; dichas redes no constituyen una réplica completa de las condiciones y conductas de la socialización cara a cara, pero toman elementos de ellas: “las ajusta a una plataforma digital y les confiere la capacidad de irradiación, la ubicuidad, la omnipresencia, la velocidad, la libertad y la interactividad que, entre otros atributos, tiene la Red de redes” (Trejo Delarbre, 2010).

Twitter

Twitter es uno de los últimos desarrollos de la web. Esta plataforma se une a las herramientas de expresión circunscritas a las redes sociales virtuales. A nivel mundial, los programas más populares son Twitter y Facebook (González y Petersen, 2010).

El tiempo que a Jack Dorsey, creador de Twitter, le llevó hacer la programación y creación de esta red fue de una semana. La plataforma quedó lista finalmente el 14 de marzo de 2006.

El antecedente de Twitter se remonta a un programa llamado *Odeo*, el cual era una empresa de *podcasts* en donde trabajaban los tres fundadores de Twitter: Biz Stone, Evan Williams y el mencionado Jack Dorsey. Estos tres, motivados por el fracaso de un proyecto de podcasts que ni siquiera vio la luz, idearon otro proyecto para impulsar su compañía. Su nombre inicial fue *Twtr*, “inspirado en lo que ya era *Flickr*, el servicio de fotografías” (Cerezo, 2011, p.5). Después de cinco años, “Twitter es la red social de comunicación online en 140 caracteres más importante del mundo” (*ibid.*, p. 5). “(El) 21 de marzo de 2006, el cofundador de Twitter, Jack Dorsey, envió el primer *tweet* desde lo que era en ese entonces *Twtr*” (*ibid.*, p. 5).

Twitter es un servicio gratuito de microblogueo (por la brevedad del mensaje) en el cual:

Cualquier persona puede crear un perfil de usuario y publicar mensajes de un máximo de 140 caracteres llamados *tweets*, los cuales, se guardan en el perfil de manera consuetudinaria y pueden ser leídos por otros usuarios, quienes deciden a su vez ser seguidores o *followers* de tantos como ellos deseen (González Mendoza y Petersen, 2010).

Se considera clave para la popularidad de Twitter “(la) libertad de los usuarios para elegir recibir la información que deseen” (González Mendoza y Petersen, 2010).

Asimismo, “los usuarios pueden permanecer conectados desde cualquier dispositivo con conexión a Internet”, lo que le ha dado a Twitter un alcance relevante en el mundo entero (González y Petersen, 2011).

Las características de Twitter, de acuerdo con Islas y Ricuarte (2010), son: *a)* obtener y compartir información inmediata; *b)* es un fenómeno urbano que, así como la integración a redes sociales naturales, suscita en sus miembros un sentido de pertenencia; y *c)* es un espacio para la comunicación, así como una herramienta para la mercadotecnia.

Mendoza y Petersen (2010) identifican otros rasgos: *a)* permite saber cuál es el tema que en determinado momento importa a la ciudadanía; *b)* posibilita un *feedback* casi inmediato; y *c)* en su forma expresiva, “conjuga síntesis, instantaneidad, cobertura, participación e interacción” (pp. 113-114)

Cansino (2012) destaca otras características: *a)* restituye la cultura de la escritura, pero breve y crítica; *b)* obliga a ser creativos a sus usuarios; *c)* renueva la persuasión por la aspiración de los usuarios a ser leídos y compartidos por otros; y *d)* es el espacio público donde se desarrolla el sujeto político porque el ciudadano opina de los asuntos públicos con otros ciudadanos y en conjunto redefinen los valores de la sociedad.

Facebook

Desde sus inicios, Facebook destacó por la versatilidad de su diseño, el cual permite incorporar y organizar la información personal de sus usuarios y, además, enlazarlos en torno a numerosos microprogramas. A mediados de 2010, ya existían más de 550 mil aplicaciones, programas diseñados para tareas específicas en dicha red. Entre ellas se

encuentran programas para guardar e intercambiar información, juegos, encuestas, concursos, etcétera.

Los usuarios de Facebook pueden exponer, escudriñar, compartir o desdeñar contenidos de los más diversos asuntos. Las posibilidades de contemplación e interacción que hay en Internet se reproducen en Facebook, aunque en ocasiones con acentos específicos. Es posible distinguir distintos rasgos en los usos de Facebook; Raúl Trejo Delarbre identifica quince: 1) *divagación y hallazgos*, se practican búsquedas y encuentros como los que pueden tener lugar en la plaza pública, el centro comercial, la hemeroteca y la biblioteca, el café o cualquier establecimiento en donde los jóvenes se reúnen a departir; 2) *reciprocidad y almacenamiento*, instrumentos para compartir y acopiar contenidos textuales y audiovisuales; 3) *mensajes y avisos*, en esa red se practican formas de comunicación epistolares y recados breves; se propalan noticias y advertencias; 4) *réplicas del lenguaje coloquial y corporal*, se reproducen ademanes y gestos del lenguaje verbal y corporal cotidiano (emoticones); 5) *ayuda de memoria*, opera, entre muchas otras funciones, como agenda de sus usuarios; 6) *civismo y activismo*, encuentros cívicos, protestas, campañas por y en contra de las cuestiones más distintas; encuentran sitio y seguidores en Facebook; 7) *afición y creación*, hay sitio para las expresiones culturales más variadas, en la acepción más amplia que resulte posible del quehacer cultural; 8) *construcción de identidades*, identificarse —es decir, crear o reafirmar una identidad—; a partir de ellos construye, al menos parcialmente, la imagen que otros tendrán de él mismo; 9) *nivel de privacidad*, al margen del contenido con que se atavie, lo importante es la voluntad individual para tener una identidad específica en ese sitio; 10) *exhibición y ostentación*, los usuarios solamente se revelan ante aquellos que consideran sus amigos;

11) *libertad y difusión del pensamiento*, Internet se distingue, entre otros aspectos, por la amplia libertad con que es posible colocar contenidos y opiniones en el ciberespacio; 12) *participación*, todo el Internet es, al menos de forma hipotética, interactivo; cada paso que da el usuario lo induce a participar; 13) *relaciones en red*, las relaciones entre un usuario y otro, pero también la suma de ellos, diseñada a partir de un esquema reticular; 14) *confidencias y confianza*, esa confianza se solidifica, o se diluye, de acuerdo con el trato cotidiano; y 15) *elección y creación*, replicar o dejar de hacerlo pueden ser reconocidas como formas para ejercer el albedrío de los internautas.

YouTube

Otras características de las redes sociales son la autoproducción y su libre circulación en Internet, que supone la entrada del “consumidor” en el circuito de la cultura como “productor” y un reajuste entre la economía del don propia de la ética hacker, del imaginario Internet (Vayreda, 2004, *apud.*, Ardévol y San Cornelio, 2007, p. 6) y las economías de mercado. Uno de los exponentes de esta entrada en circulación es el sitio web YouTube, que se ofrece como plataforma para compartir contenidos audiovisuales y crear nuestro propio canal de televisión en Internet.

YouTube fue fundado en el año 2005 por tres exempleados de PayPal y pasó a ser propiedad de Google en octubre de 2006 al ser comprado por 1.650 millones de dólares. Este sitio permite a sus usuarios colgar, ver y compartir videos, y, a pesar de las restricciones de las reglas de copyright que limitarían los contenidos a las autoproducciones, también es posible encontrar clips de películas, programas de televisión, anuncios o documentales y parodias o reelaboraciones amateur de estas producciones

profesionales, la mayoría muy populares. Un elemento a destacar es que los enlaces a los videos de YouTube pueden ser incrustados en Twitter, Facebook, blogs y páginas personales, con lo que se amplifica su difusión y se resignifican estas producciones.

Asimismo, YouTube podría ser entendido como un espacio clave, “potenciador de una nueva forma de éxito popular” (Ardévol y San Cornelio, 2007), desde una plataforma para el uso del marketing viral hasta para la manifestación por parte de los usuarios de algún video que exprese un acto injusto.

Un análisis amplio de estos casos muestra cómo producciones caseras, realizadas por usuarios de Internet, “alcanzan una fama global y son reutilizados por los medios de comunicación de masas, que rápidamente los fagocitan e incorporan en los respectivos medios” (Ardévol y San Cornelio, 2007).

En cierto sentido, lo que muestran estos ejemplos es la mutua retroalimentación entre los agentes de producción popular o doméstica y las industrias culturales, así como los puntos de tensión y de conflicto que entre ellas se producen, pero es preciso tener en cuenta que son casos “excepcionales” cuyo éxito y popularidad se debe en gran parte a su absorción por los medios de comunicación convencionales (Ardévol y San Cornelio, 2007).

4. Radiografía de las redes sociales

En el mundo cada vez hay más redes sociales, con más usuarios y mayor actividad. A continuación se revisará cuáles fueron las redes sociales más usadas en el año 2015 y su penetración en la sociedad global.

La población mundial es de 7,210 billones de personas, de las cuales el 53 por ciento esta urbanizada (Population Pyramid, 2015). La penetración de Internet es del 42 por ciento porque solo 3,010 billones de personas tienen acceso a él y solo 2,078 billones están activos en las redes sociales (We are social, 2015).

De 2014 a 2015, el acceso a Internet aumentó un 21 por ciento, y el uso de redes sociales en dispositivos móviles, un 23 por ciento. La consulta de páginas de Internet o la interacción en línea disminuyó un 13 por ciento en computadoras y se aumentó el 24 por ciento mediante celulares o tabletas (We are social, 2015). Esto refleja la movilidad de la conectividad: cada vez más personas en el mundo están conectadas en todo momento gracias a los dispositivos móviles.

4.1. Numerología básica

Norteamérica y Europa Occidental tienen los porcentajes más altos de uso de Internet: 88 y 81 por ciento, respectivamente. En la media se encuentran Oceanía, Europa Oriental, Sudamérica y Asia Oriental. Con 43 por ciento, América Central, y debajo de la media, África, Asia Central, Medio Este; en último lugar, con 19 por ciento, Asia del Sur (We are social, 2015).

Facebook es la red social más popular, con 1,366 millones de usuarios; después le sigue QZone, una plataforma china con 629 millones de usuarios; en tercer lugar, Google+, con 343 millones; en cuarto, Instagram, con 300 millones; en quinto, Twitter, con 294

millones (We are social, 2015). En el año 2012, las más populares fueron Facebook y Twitter (El Economista, 2012); Facebook sigue encabezando la lista, pero Twitter ha ido en picada.

En España, las redes sociales más usadas son Facebook, con 33 por ciento; Twitter, con 17 por ciento, y Google+, con 11 por ciento. En los países árabes, Facebook, con 39 por ciento; Google+, con 27 por ciento, y Twitter, con 27 por ciento. En Gran Bretaña, Facebook, con 43 por ciento; Twitter, con 19 por ciento, y Google+, con 12 por ciento. En Estados Unidos, Facebook, con 42 por ciento; Twitter, con 19 por ciento, y Pinterest, con 17 por ciento. En Brasil, Facebook, con 25 por ciento; Google+, con 13 por ciento, y Twitter, con 11 por ciento. Finalmente, en México Facebook cuenta con 26 por ciento; Google+, con 17 por ciento, y Twitter, con 15 por ciento (We are social, 2015).

Mientras que los países de América como Estados Unidos, Brasil y México les dedican en promedio cuatro horas y treinta minutos a computadoras y tres horas a sus celulares, naciones como España y Gran Bretaña les dedican tres horas y una hora a sus celulares (We are social, 2015).

Hay algunos hechos relevantes para destacar, como la popularidad de redes sociales muy centradas en ciertos países, tal como Qzone, la red más popular en China, y Tencent Weibo, el “Twitter Chino”, que en el presente ranking ocupan las posiciones 5ª y 9ª del mundo; o la red social más popular en Rusia, V Kontakte, que ocupa la posición 7ª. Orkut, la red social por excelencia en Brasil, ocupa la posición 14 de este ranking (Nieto, 2012).

4.2. Las expresiones de la indignación

Hoy se vive en una “sociedad del riesgo” —en los términos que plantea Beck (2012)—, una sociedad del “podría” pasar cualquier cosa: una catástrofe mundial o nada. Las características de esta sociedad del riesgo se ven implicadas por la conexión global y las amenazas constantes contra las finanzas, las bombas nucleares, los gobiernos. “El catastrófico condicional asalta el corazón de las instituciones y la vida diaria de la gente” (Beck, 2012, p. 22), y “engendran un sentimiento de comunidad porque se experimenta la relación en nuestra vida y la vida de personas que habitan otras regiones de la Tierra” (p. 23).

La conexión global “confirió vulnerabilidad a las esferas económico-financiera, policial militar, política y científico-tecnológica” (Celorio, 2011, p. 31) porque desarticuló la prevalencia de lo local para responder a “las presiones para liberalizar reglamentaciones en beneficio de la producción global” (*ibid.*, p. 32) en su ámbito específico.

La ventana que abrió la aldea global pronto se convirtió en una puerta ancha donde podía transitar cualquier persona, lo que propició una quinta esfera, la social. La sociedad se involucró en la conexión global y comenzó a participar en todo: política, economía, ciencia, cultura.

El hecho más recordado del involucramiento entre ciudadanos y gobernantes fue la campaña de 2008 “Yes, We Can” (Sí, podemos), cuando Barack Obama utilizó las redes sociales para llegar a los ciudadanos norteamericanos, principalmente los jóvenes. Obama “llevó a los jóvenes a votar, rompiendo el esquema de que esto no ocurría, reafirmando el principio de que no es sobre llegar a todos, sino a las personas correctas” (Vallejos, 2014).

La campaña de Obama inauguró una nueva era en la política, ya que se potencializó el marketing político; se comenzó a usar para estos efectos las redes sociales, pero no solo para emitir tuits o otras publicaciones al día: “La idea es construir una comunidad y, repito, conocer y entender a las personas. Luego es sólo cuestión de determinar cuándo dar el paso de salir y hablar con la gente” (Vallejos, 2014).

Existe una diferencia importante entre marketing comercial y marketing político; aunque para este último se utilicen algunas herramientas del marketing comercial, es preciso aclarar que se trata de tipos de marketing distintos. La diferencia estriba, básicamente, en los objetivos que persiguen y lo que intentan vender. En una analogía en el entorno político se tiene que: “el producto que se intenta vender es un candidato o un programa político determinado; y el precio, es el voto de los ciudadanos” (Llamas Aréchiga, 2014).

A partir de esta aclaración, Arbesú (1998) expone su trabajo sobre mercadotecnia política en el marco conceptual básico; la mercadotecnia política con los elementos similares a la mercadotecnia, pero con una distinción:

La mercadotecnia surgió en organizaciones que por su naturaleza compiten en el mercado, puede ser contemplada también en instituciones cuyo objeto no está relacionado directamente con él y que definiremos como organizaciones de vocación social. Tomando en cuenta su relación con el entorno, éstas pueden agruparse en tres grandes grupos: instituciones representantes de causas sociales, organizaciones prestadoras de servicios públicos y partidos políticos (Arbesú, 1998, p. 19).

Trejo Delarbre (2000) plantea que la mercadotecnia política “analiza las relaciones sociales a partir de un comportamiento similar al del mercado es decir, de la existencia de una oferta y una demanda, es claro el hecho de que las organizaciones con vocación social deben intentar vender sus servicios ideas o productos a un público heterogéneo”, a lo que

añade: los medios de comunicación son panacea de nada; pueden mejorarla, pero no sustituyen al menos del todo a la política; tienen una amplia capacidad para informar, pero también para uniformar; su posibilidad de difusión de masas no significa por sí sola que las sociedades que reciben esos mensajes de tan extensa propagación se vuelvan más sólidas, política o culturalmente.

Finalmente, al considerar la relación entre organizaciones prestadoras de servicios públicos y usuarios bajo la óptica del mercado, los servicios públicos van a enfrentar un tipo particular de competencia en la que los competidores no son otras dependencias, entidades, instancias o niveles de gobierno, sino la oposición política a la administración responsable de la gestión pública.

En su manejo de acontecimientos políticos, la televisión muestra destellos de declaraciones, discursos o debates que son mucho más extensos y que no superan los 30 segundos; sin embargo, en busca de espacio en los informativos y bajo el principio de una frase corta para aparecer en los medios tradicionales, los personajes políticos hicieron esfuerzos por abreviar sus declaraciones.

En la era de las redes sociales, además de ser “una base de datos enorme del que tienen recurso los estrategas políticos” (Vallejos, 2014), darle una oportunidad para entrar a Facebook o Twitter les permitirá saber la reacción de las audiencias y el giro que deba llevar la campaña, además de tener todo el espacio disponible para poder interactuar con los ciudadanos sin otro límite que su creatividad.

Es evidente que Internet se convirtió en un instrumento esencial en la política para incentivar la participación ciudadana a través de redes sociales como Facebook y Twitter. La oportunidad de encontrar el perfil de algún representante político creó la sensación de

cercanía con la ciudadanía, además, de que exige una transparencia a los funcionarios para fortalecer los vínculos de confianza.

Sin embargo, en la era de Internet los cascarones superficiales de los políticos y los banqueros no pasaron la prueba, y fueron despreciados para la ciudadanía que pronto en las redes sociales gritó con publicaciones de videos, imágenes, opiniones acerca la injusta manera de sobrellevar las riendas de sus países.

En las redes sociales digitales se delibera y coordina acciones sin el control omnipresente de los gobiernos y las corporaciones. Se crean comunidades, compañerismo un mecanismo psicológico para superar el miedo “superar el miedo es el umbral fundamental que deben cruzar los individuos para comprometerse en un movimiento social” (Castells, 2012).

La superación del miedo ocurrió sin que nadie lo pensara, en el año 2011 comenzó una nueva forma de movilizar a los ciudadanos con tal poder que modificaron cosas importantes de acuerdo con cada país, contexto e idiosincrasia. Surgieron revueltas espontáneas, animadas por la esperanza de una humanidad mejor, utilizando la conexión a Internet para convocar y llamar a ocupar las calles y plazas para mostrarle a los gobiernos que no tienen todo el poder.

III

LAS REDES SOCIALES EN MÉXICO

5. Génesis y evolución de las redes sociales

En pleno siglo XXI los mexicanos siguen conociendo, bien o mal, la mayor parte de los sucesos de la vida pública a través de los medios de comunicación. Hace un siglo se habló del dominio de los tres medios tradicionales: prensa, radio y televisión. Sin embargo, en las últimas cuatro décadas la introducción de Internet ha modificado las nuevas formas de interacción en los mexicanos y el mundo, lo que ha propiciado fuentes de información y comunicación solo pensadas en películas futuristas.

La nueva costumbre de dirigirse a los mexicanos rompe con el carácter de lo tradicional y comienza a surgir una dinámica social que tiene su nodo en las redes sociales. Esto a raíz que provocó un interés general la creación de un público para los asuntos políticos, es decir, un remitente-destinatario colectivo que ocupaba un espacio público para manifestar sus opiniones respecto a sus gobernantes, todo gracias al desarrollo de las tecnologías de la comunicación. La relación entre poder y sociedad se modificó, puso en juego la estabilidad de las autoridades que vacilan en esta dinámica.

Los espacios de interacción entre poder y sociedad se movieron de escenario. La tecnología es algo a lo que nadie puede escapar hoy día, el uso de ellas no se limita a los jóvenes. La nueva dinámica en las relaciones personales también atravesó la política mexicana que no pudo escapar a esta nueva realidad.

Ahora bien, para explicar y entender esta nueva dinámica es importante reconocer determinados actores y sucesos desde 1977 hasta la mitad del año 2015: gobernantes mexicanos a nivel federal, instituciones, dueños de los medios tradicionales y las reformas que se dieron en este periodo.

Las construcciones teóricas alrededor de la democracia que se presentaron en la primera parte nos ayudarán a entender los cambios políticos que se han gestado en el Estado mexicano desde 1977 hasta el primer semestre del 2015: la liberalización política, los gobiernos del PRI y el Partido Acción Nacional (PAN), la construcción mediática del sistema y las nuevas redes sociales.

Es importante hacer un recuento histórico de la relación entre los medios de comunicación y el régimen desde la reforma política de 1977. También, analizar una serie de transformaciones en el contexto global de la economía, la política y la tecnología que va alterar la relación de los medios con el régimen. Examinar el movimiento social #YoSoy132, que revela la nueva dinámica entre los jefes de Estado, los medios tradicionales y las redes sociales, nos permitirá reflexionar acerca de la relación que existe entre las redes sociales y la política democrática mexicana.

5.1. El entramado normativo institucional

La reforma política de 1977 constituyó principalmente en “reducir el margen de lo arbitrario”, como dijo José López Portillo en su exposición de motivos. En esta etapa se configura en su totalidad el actual sistema electoral mexicano:

Las reformas constitucionales y legales reconocieron a los partidos políticos como entidades de interés público, con derecho a expresarse libremente a través de los medios de comunicación masiva y con la facultad de recibir, para su sostenimiento, ayuda económica por parte del Estado mediante la asignación de recursos públicos (Pampillo Baliño, 2008, p. 106).

Con la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) se incorporaron nuevos partidos a la contienda electoral. Esto revitalizó al sistema e inició

un proceso que fortaleció a las oposiciones y tendió a equilibrar la correlación de fuerzas políticas.

En las dos décadas anteriores existieron sólo cuatro partidos en el ámbito electoral: el PAN, el PRI, el Partido Popular Socialista (PPS) y Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM).

A partir de ésta ley se legalizó el Partido Comunista Mexicano (PCM); y surgieron el Partido Demócrata Mexicano (PDM), el Partido Socialista de los Trabajadores (PST), el Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT), y el Partido Social Demócrata (PSD). Para las elecciones federales de 1982 contendieron estos nueve partidos.

La reforma política de 1977, más allá de sus méritos propios en términos de ampliación de la representación y el pluralismo, vino a confirmar el papel central asignado a los partidos políticos en el dispositivo electoral mexicano. No sólo los partidos con registro constituían la única vía de acceso a la representación política, sino que su reconocimiento como entidades de interés público dio pie a que, más adelante, con la paulatina democratización del sistema político se construyera en torno a ellos una serie de disposiciones garantes de la supervivencia de los más establecidos (Prud'homme, *apud.*, Loeza, 2010, p. 129).

El Estado no solo apoyó a los partidos políticos con recursos públicos, también para los medios de comunicación masiva se le asignó el apoyo para la difusión y promoción de ideologías de los partidos. Es interesante notar que este modelo serviría de base para la democratización del sistema político. No solo los partidos se corporativizaron, sino también la relación de los medios y el régimen político mexicano.

Mientras los medios daban apoyo y legitimidad al régimen, el régimen otorgó beneficios económicos y técnicos.

Miguel de la Madrid Hurtado recibió su sexenio con una deuda cercana a los 95 mil millones de dólares y un peso devaluado con una paridad cambiaria frente al dólar de 100 por uno.

La elección de Miguel De la Madrid Hurtado significó una renovación en el grupo hegemónico al interior del PRI, pues llegaron al gabinete y al poder una serie de funcionarios con un nuevo perfil, muy similar al del nuevo presidente, por ejemplo, Jesús Silva Herzog Flores, que estudió en Yale, llegó a la SHCP; Gustavo Petriccioli —también proveniente de Yale— lo sucedió en Hacienda; Carlos Salinas de Gortari, de Harvard, llegó a Programación y Presupuesto (SPP); Pedro Aspe, del MIT de Massachusetts, lo sucedió en la SPP. Estos perfiles se reforzarían posteriormente y ya no se revertirían. De hecho, es la llegada de estos personajes a la cúpula del PRI lo que provoca en 1987 la creación de la corriente democrática encabezada, entre otros, por Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo y Andrés Manuel López Obrador (Granados, 2012, p. 1).

De la Madrid Hurtado sufrió un sexenio de crisis a parte de la económica, el desastre humano y material del terremoto de 1985 en la Ciudad de México “puso en evidencia la debilidad del gobierno, cuya respuesta fue insuficiente y tardía, así como la creciente fuerza de una sociedad civil cohesionada ante las proporciones de la tragedia” (Pampillo Baliño, 2008, p. 112).

Carlos Salinas de Gortari, el sucesor de De la Madrid no contó con un mejor escenario. Según Pampillo Baliño, las características de este sexenio son las siguientes: *a*) las elecciones de 1988 representaron la magnitud del amplio cuestionamiento sobre la legitimidad del gobierno, la prueba más evidente del completo agotamiento del sistema, que se reflejó, por un lado, en el altísimo abstencionismo, y por el otro, en una notabilísima caída en el porcentaje de la votación que recibió el PRI; *b*) el Tratado de Libre Comercio (TLC), con la intención de incorporar el mercado mexicano al mercado global, aumentó la economía informal, la migración a Norteamérica; *c*) el nacimiento en 1990 del Instituto Federal Electoral (IFE), Tribunal Federal Electoral (TRIFE) y una nueva ley electoral, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), para revestir de legitimidad al gobierno frente a la sociedad mexicana; *d*) las reformas constitucionales a los artículos 3º, 27º y 130º: “la trascendencia de las reformas emprendidas en materia educativa, agraria y religiosa, han permitido decir que Salinas fue el refundador del Estado

mexicano”; y e) el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) “su victoria mediática volvió a llamar la atención sobre la secular marginación de los indígenas, tuvo hondas repercusiones en el acontecer nacional y en la imagen internacional de nuestro país” (Pampillo Baliño, 2008, p. 112)

Ernesto Zedillo Ponce de León, “presidente por casualidad”, como lo llama Pampillo Baliño, ocupó el lugar de Luis Donaldo Colosio, el candidato a la presidencia que fue asesinado. Durante su sexenio enfrentó la “crisis del sistema financiero”, el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (FOBAPROA), el cual supuso para la hacienda pública la asimilación de deudas por 60 mil millones de dólares, la matanza de 45 indígenas en Acteal, Chiapas, además de que en éste periodo el expresidente Salinas de Gortari cayó en el mayor de los desprestigios.

Salinas de Gortari en su libro *¿Qué hacer?* criticó su política de seguridad y procuración de justicia:

Bajo la administración zedillista se recurrió con frecuencia a la fabricación de culpables, tanto en el caso de las investigaciones de los asesinatos políticos que por aquellos días estremecieron al país como durante las pesquisas relacionadas con el saqueo financiero (Salinas de Gortari, apud., Villamil, 2012, p. 162).

Posterior a estos antecedentes comienzan las elecciones del 2000 y la alternancia. Rompiendo con todas las ‘formas tradicionales’ del sistema político mexicano, Vicente Fox Quesada anunció con exagerada anticipación su intención de optar por la candidatura a la Presidencia de la República. Tras 71 años ininterrumpidos de permanencia en el poder, el PRI cedía la estafeta de la primera magistratura del país al candidato del PAN.

Con casi 16 millones de votos, representativos de más del 42 por ciento del total de sufragios —contra el 37 por ciento alcanzado por Labastida— Vicente Fox Quesada obtuvo el triunfo en las elecciones presidenciales, si bien el electorado le dio al PRI un

‘voto de confianza’, depositándole la mayoría de los asientos dentro del Congreso de la Unión (Pampillo Baliño, p. 124).

El autodenominado “gobierno del cambio” llegó al Poder Ejecutivo. Después de 71 años del PRI en la silla presidencial los mexicanos celebraron la llegada del PAN al poder con la esperanza “del cambio”. Sin embargo, la presidencia de Fox Quesada propició la sensación de una administración más bien improvisada.

Para Enrique Montalvo Ortega la llamada “transición” fue un acto de emergencia del Estado, después de la crisis de legitimidad por las elecciones de 1988 y la imposición del proyecto neoliberal “la alternancia fue la fórmula política por los grupos dominantes para otorgar legitimidad al despliegue neoliberal” (Montalvo Ortega, 2007, p. 121).

Los acontecimientos memorables del sexenio de Fox Quesada fueron según Pampillo Baliño: *a*) el prolongado periodo de precampaña (1997-2000) reflejó la nueva forma de movilización ciudadana y participación política, que tiene su fuente en las estrategias del *marketing*, además de inaugurar “los destapes” anticipados (Tejeda Ávila, 2005, p. 76); *b*) se enfrentó a un Congreso opositor, su incapacidad de negociación política dio la imagen de una presidencia débil porque las “reformas estructurales” en materia laboral, energética, y hacendaria quedaron estancadas; *c*) su matrimonio con Martha Sahagún, quien, con su propia carrera política, y el temperamento demasiado franco de Fox, en lugar de “desacralizar” la presidencia tuvo el efecto de desprestigiarla; *d*) impulsó una importante reforma en materia de derechos y cultura indígena. Significativos avances en materia de transparencia, acceso a la información pública, protección de datos personales y rendición de cuentas públicas; *e*) el programa Oportunidades, canalizó importantes recursos para el combate a la pobreza, La información oficial sostiene que el

programa Oportunidades aumentó su cobertura de 3.2 millones a 5.0 millones entre 2002 y 2005; por el contrario, los datos que se derivan de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos y Hogares (ENIGH) muestran que la cobertura sólo aumento de 3.1 millones a 3.5 millones (Soria, 2007, p. 99); *f*) en materia de política internacional no fue capaz de negociar un “acuerdo migratorio”. Su falta de oficio político propició una mal relación diplomática con el Gobierno de Cuba; y *g*) en política nacional, el famoso “desafuero” para Andrés Manuel López Obrador, entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal, le costó el debilitamiento de la institución presidencial, el descredito del aparato de procuración de justicia y elevó la popularidad del “Peje” (Pampillo Baliño, 2008).

La sucesión presidencial entre Fox Quesada y Felipe Calderón Hinojosa se dio en un ambiente complicado por las elecciones más cerradas en la historia contemporánea del país mexicano.

La diferencia fue de poco más de 233 mil votos y favoreció formalmente al candidato del PAN, partido de centro derecha, sobre Andrés Manuel López Obrador (Coalición por el Bien de Todos) partido de centro izquierda. Votaron más de 41 millones de mexicanos que son parte de un padrón electoral de más de 72 millones (Cárdenas, 2011, p.1).

Sin embargo, el proceso electoral en su conjunto fue puesto en duda por el candidato perdedor, el que pidió la apertura de todas las mesas de votación (más de 130 mil) y el recuento de “voto por voto, casilla por casilla”, además de insistir en un buen número de irregularidades acaecidas durante el proceso electoral, tales como: la injerencia indebida de la Presidencia de la República que gastó más de 1,700 millones de pesos en una campaña paralela, el desvío de recursos públicos hacia la campaña de Calderón, la inequidad de los medios de comunicación electrónica, la participación ilegal de la clase empresarial y de la iglesia católica, entre otras, mismas que el Tribunal Electoral (TEPJF),

máxima instancia judicial en la materia reconoció y admitió en su resolución del 5 de septiembre de 2006, pero que no las estimó suficientemente graves y determinantes para anular los comicios (ibid., p.6).

Tan sólo a 10 días de haber asumido la presidencia Calderón Hinojosa avisó el 11 de diciembre del 2006 su “guerra contra el narco”. En un sin fin de cuestiones a su política, las críticas más severas tenían que ver con el uso del ejército mexicano en tareas de las fuerzas policiales. Esa lucha anticrimen característica del sexenio de Calderón Hinojosa, dejó “más de 47 mil muertos, según cifras oficiales, pero para algunos medios esa cifra ha sido superada” (Univisión, 2012) .

La “ley televisa” que ha señalado a Fox Quesada como responsable no es así, “el autor fue Calderón Hinojosa” (Scherer García, 2012, p. 44), permitió que Calderón Hinojosa gobernara con el apoyo de los poderes fácticos Televisa y TV Azteca “Con este duopolio, el llamado cuarto poder *se ganó a la ley el derecho* de ser el primer poder real o el centro de mando” (Cruz Jiménez, 2011, p. 20).

Para Cruz Jiménez, los primeros dos años de gobierno el electorado perdonó todo a Calderón, pero en los comicios intermedios de 2009 descubrió que el perdón es un espejismo. El desastre electoral, hijo incomodo de Calderón Hinojosa, tenía su razón de ser: el desempleo en su peor nivel histórico y la economía, cayó al casillero 14 según el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Después de un sexenio como el de Calderón Hinojosa y su antecesor Fox Quesada, era definitivo que en el ambiente político se reclamaba quitar del Poder Ejecutivo al PAN. El terreno se preparó para el regreso del PRI.

El domingo 1° de julio del 2012, Leonardo Valdés Zurita, presidente del IFE, dio a conocer en cadena nacional los resultados del conteo rápido:

Enrique Peña Nieto, de la coalición Compromiso por México, entre 37.93 y 38.95 por ciento de los votos frente a 30.90 y 31.86 por ciento de Andrés Manuel López Obrador, de la coalición Movimiento Progresista, y un distante tercer lugar de la panista Josefina Vázquez Mota, con 26.08 por ciento (Valdez Zurita, *apud.*, Villamil, 2012, p. 9).

Peña Nieto logró la mayoría de los votos, pero no el afecto ni la legitimidad clara de la mayoría de los mexicanos, la pantalla comercial —soldado del PRI— se enfrentó a las redes sociales —nuevos instrumentos de comunicación donde convergen Internet, la telefonía y los videos— mientras una legitimaba las elecciones con la aparición de distintas personalidades políticas, las segundas expresaban el descontento con el retorno del PRI “las primeras expresiones de retorno del PRI a Los Pinos no fueron de júbilo sino de protesta” (Villamil, 2012, p. 15).

5.2. Encuentros y desencuentros entre el poder y los medios

Cada seis años pasan este tipo de cosas, cada seis años se hace enrolló. Que si Televisa beneficiaba a Andrés Manuel y al PRD cuando estaba en el DF, y a Marcelo. Que si Televisa, a Enrique Peña. Al final de la historia siempre tenemos un liderazgo y toda la gente, en el plan y en el tema de noticias, son unos profesionales [...] Le damos completa libertad de que digan lo que quieran, porque creo fielmente que así debe ser.

Azcárraga Jean (2012).

No se pudo ocultar la sinergia de la política mexicana con los medios de comunicación, por ejemplo, en la disputa entre partidos, campañas electorales, una que otra promoción de ideologías. Lo evidente fue la acción de intereses políticos en cada actividad de los medios.

Pensar en los grupos de poder en el país nos hace reflexionar en que “hay países que han producido muchos ricos y riqueza, sin poder producir desarrollo” (González, Luis, 2012, p. 8). Más aún, “La exaltación del individualismo, bajo cuyos preceptos se fomenta la propiedad privada como culminación del bienestar humano. Ello, sin embargo, requerirá de un contexto adecuado, imperturbable, que permita asumir esta realidad sin que aparezcan dudas” (Labio, 2005, p. 1).

Es decir, el Estado mexicano fue el escenario adecuado para que Azcárraga Milmo montara una de sus mayores aspiraciones: apoderarse primero del conocimiento de lo que su audiencia quería, después la concentración del famoso futbol y por último, como decía Azcárraga Jean, “La democracia es un buen cliente” (Villamil, 2012, p. 61).

Para Azcárraga Jean la democracia es un buen negocio por el tránsito de influencias, el pago de favores y la concentración del poder-medio, pilares edificadores del monopolio mediático. Estos actos discrecionales son evidentes en dos sexenios: a) durante el salinismo, cuando se otorgó la concesión de TV Azteca a Ricardo Salinas Pliego, quien ofreció una suma de dinero mayor a la de sus rivales, además, de que este rival no significaba una verdadera amenaza competitiva para Azcárraga Jean por lo tanto era el ideal; b) durante el gobierno de Zedillo Ponce de León, cuando falleció Emilio Azcárraga Milmo, quien dejó en la ruina a su empresa Televisa. Pero, el mandatario del país hizo frente a la solución de las deudas exaltantes del consorcio, facilitando las cuestiones financieras para Azcárraga Jean. Además, del apoyo incondicional de Slim Helú, conocido empresario, para estabilizar su situación posicional y económica.

De esta forma se triangula la situación de los medios en el país, la oligarquía de Salinas Pliego con Tv Azteca y sus diversas empresas del Grupo Salinas. La dinastía de los

Azcárraga, que busca la conservación nacional y la expansión internacional de sus redes. Por último, Carlos Slim, el hombre más rico del mundo gracias a la concentración de las telecomunicaciones en México, que pretende incursionar en la televisión.

Antes de continuar se recapitularán las principales etapas entre 1982-2000, para comprender la posición de los empresarios de medios frente a las decisiones de Estado:

En su informe de gobierno López Portillo, el 1 de septiembre de 1982, dio a conocer la decisión de la nacionalización de la banca con este discurso:

Es ahora o nunca, ya nos saquearon, México no se ha acabado, no nos volverán a saquear. Inversión pública ineficiente, gasto público excesivo despilfarrador inflacionario, deuda externa excesiva y enajenante, economía petrolizada, política económica equivocada, medidas correctivas desarticuladas y balbuceantes y otras más que son ofensas y desahogos de los que no me ocuparé (López Portillo, apud., Gil, 2010).

Con esta decisión, el presidente López Portillo hizo vibrar a México. Mientras los servidores públicos aplaudieron y felicitaron al gobernante con un plantón el día 3 de septiembre en el Zócalo, el sector empresarial quedó sorprendido con esta decisión, la cual principalmente hizo temblar a Azcárraga Vidaurreta por pensar en que la televisión también entraría a la expropiación (Delgado y Luciana, 2010).

México se situó en una crisis por lo que muchos especialistas de la banca tacharon como “loco” a López Portillo. Sin embargo, para Vidaurreta significó el veto para el expresidente, puesto que, con amenazas anteriores de nacionalizar la televisión, por parte de Luis Echeverría Álvarez. En este nuevo escenario sí fue de mayor preocupación dado que “si ya lo habían hecho con la banca, también lo harían con la televisión” (Gil, 2010).

La etapa que le siguió con el presidente De la Madrid Hurtado fue un tanto pacifista en relación con el grupo Televisa. *El Tigre* trató de independizarse un poco del Estado,

mientras que De la Madrid Hurtado estaba preocupado por la crisis que ocasionó la nacionalización.

Las sorpresas suscitadas en ese gobierno fueron muchas, aparte de que recibiera a México con las “Siete plagas de Egipto”, como compara el Secretario de Hacienda del sexenio foxista Francisco Gil. Esta etapa en que el presidente De la Madrid Hurtado sufrió la deuda externa, acompañado de sismo de 1985, y el mundial de futbol del 86.

Estas tres etapas fueron de gran importancia para el consorcio mexicano a cargo del *Tigre*. Primero en el sismo de 1985, según relatos de Claudia Fernández (2000), esa mañana del jueves 19 de septiembre sufrió la pérdida de trabajadores y las instalaciones de Televisión, por lo que toda señal por televisión fue imposible e irrumpió un fenómeno radial, porque todo lo sucedido solo se podía saber por radio.

Otro de los espectáculos que causó demasiada polémica, más fuera del país que dentro fue publicado tres años antes por un periódico español:

El Gobierno de México, según el subsecretario de Deportes de dicho país, Fernando Alanís Camino, no aportará ni un solo peso a la organización del Mundial-86. El Campeonato del Mundo de dicho año será organizado por una empresa de televisión mexicana, Televisa. Las conexiones de Guillermo Cañedo, uno de los vicepresidentes de la Federación Internacional de Fútbol (FIFA) con esta empresa ha levantado suspicacias, máxime cuando México tiene una gran deuda exterior, demasiada como para que haya decidido afrontar los riesgos económicos a que obliga esta competición (Paradinas, 1983).

Sin dinero más que para cubrir los intereses que generaba la deuda externa, México estaba preparado para invertir en infraestructura y seguridad para el mundial de futbol de 1986, que ganó la sede gracias al amigo de Azcárraga Milmo, Guillermo Cañedo. Sin embargo, todo sería patrocinado por Televisa, que fue el único en recuperar la inversión, por las altas tarifas que cobró para la transmisión de los partidos en otros países, además de las negligencias técnicas atribuidas a los de Imevisión, la televisora estatal.

El tercer y último acontecimiento importante fue el desconcierto que ocasionó la salida de Azcárraga Milmo de la presidencia de Televisa. Irse a crecer a Estados Unidos porque en México, según Azcárraga Milmo ya no había forma de hacerlo más. Esto lo puntualizó el nuevo presidente de la época denominada *la primavera de Televisa* Miguel Alemán Velasco: “La crisis en serie han ido haciendo un México chiquito y Televisa no va a correr el riesgo de empequeñecerse con él” (Alemán Velasco, apud., Marín Carlo, 1986).

Estos parámetros de un país en quiebra por la deuda externa y el mejor pretexto para el consorcio mexicano de checar su expansión en el país vecino, orilló a que hubiera cambios mínimos en las intenciones de Televisa, y la relación más diplomática con el Estado por el hijo de un expresidente.

Después de seis años de crisis en el país, comenzó en 1988 el gobierno de Salinas de Gortari. Traía nuevas estrategias para reactivar la economía: “la privatización”. Y qué mejor inicio que las nuevas reglas que iban a regir a México, como la venta al que más ofreciera: “Postuló una nueva época de crecimiento, ya tenemos las bases estructurales para alcanzarla, pongamos en marcha una nueva estrategia de desarrollo, entorno al acuerdo nacional para la recuperación económica y la estabilidad” (Gil, 2010).

En esta “época de crecimiento” regresó la banca a la privatización. Todo lo que existía en territorio mexicano, más en materia de telecomunicaciones se le dio amplia apertura para que adquirieran los que tenían más dinero, o daban más por adquirir algún servicio. Esta estrategia pondría al país en desarrollo. Sin embargo, el único desarrollo que se observó fue el crecimiento de la iniciativa privada. En lugar de que el gobierno en turno liquidara la deuda, ocasionó solo abrir las carteras de los empresarios.

Fue el 18 de julio de 1993, que pasó el caso más criticado hasta hoy en día, la concesión a Salinas Pliego de TV Azteca. Ofreció 641 millones de dólares por un paquete que contenía las dos redes nacionales de televisión (canal 7 y 13, con las estaciones afiliadas), la cadena de cines Cotsa, los Estudios América y el periódico *El Nacional*.

Vender al mejor postor no es invento de intereses de los nuevos políticos y empresarios. Es una medida estratégica incluida en la Constitución, que obliga en el caso de ventas de activos del sector público “vendérselos al mejor postor, no al más calificado” (Delgado y Luciana, 2010).

Empero, el sexenio de Salinas de Gortari terminó hecho un caos principalmente con el problema del EZLN que presentan sus demandas económicas y sociales. Hicieron presión en las esferas del poder político y mediático. Tv Azteca comenzó una lucha con Televisa por transmitir y ganar televidentes a partir del sensacionalismo (notas inventadas, mostrar lo que no perjudicara), pero en esto no se registró una buena calidad en el tratamiento de la información.

Zedillo Ponce de León llevó las estrategias de desarrollo a otro nivel. Mientras Salinas de Gortari tenía la intención de vender a quien más dinero ofertara, pero, que fuera mexicano, Zedillo Ponce de León internacionalizó la economía.

Llegaron a México los inversionistas extranjeros por el préstamo hecho por el presidente estadounidense Bill Clinton para reactivar la economía en el país. Esta introducción se notó en todos los ámbitos empresariales, menos en materia de telecomunicaciones, que siguieron conservando sus capitales con altos porcentajes de extranjeros.

Bajo el contexto político y mediático mexicano, el Estado al servicio de los grandes capitales, y los grandes capitales como los medios de comunicación al servicio del Estado, se fragmentaron las opiniones de la ciudadanía, la crisis de legitimidad cada vez era más aguda, los fraudes electorales más comunes, el despilfarro de los políticos desgastó la confianza en la democracia mexicana.

El cinismo político y mediático mexicano se agudizó en el 2010, cuando Peña Nieto gobernador del Estado de México contrajo matrimonio con la actriz de Televisa Angélica Rivera, dos años antes de las elecciones para la Presidencia de la República. Dicho suceso fue la antesala de un prominente contrato entre el equipo de campaña de Peña Nieto y los *mercadológos* políticos de Televisa⁵ para imponer al candidato priista.

Pero los mexicanos sintieron que aún tenía signos vitales el 11 de mayo de 2012 cuando veían los videos y las imágenes del candidato a la presidencia de México Enrique Peña Nieto escondido en el baño de la Universidad Iberoamericana campus Ciudad de México.

El foro *Buen Ciudadano Ibero* que se llevó acabo en el auditorio José Sánchez Villaseñor, permitió que Peña Nieto presentará su plataforma política. Al concluir la presentación un grupo de estudiantes cuestionaron su actuación como gobernador del Estado de México relacionado con el caso Atenco. El candidato les respondió pero los estudiantes no quedaron satisfechos con la respuesta y aprovecharon la oportunidad para gritarle “corre” “fuera”, mientras el candidato con su equipo de seguridad se dirigía al baño.

⁵ Para mejor comprensión del tema consultar el libro de Jenaro Villamil “*Peña Nieto el gran montaje*”, 2012.

Los *hashtags* #HuyoComoElPRI #MeEscondoEnElBañoComoPeña fueron los más populares a las pocas horas que los videos e imágenes se viralizaron en las redes sociales. Las declaraciones de los personajes públicos se vieron de inmediato en los medios de comunicación oficiales, como la del presidente nacional del PRI, Pedro Joaquín Coldwell; el coordinador de senadores del Partido Verde Ecologista de México; y Emilio Gamboa Patrón, líder nacional de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares quienes calificaron a los estudiantes como un grupo infiltrado por López Obrador, porros, personas ajenas a la institución.

Este acontecimiento prefiguró en todos los niveles un cambio importante en el país y se fortaleció en el momento que 131 alumnos de la UIA respondían con un video a las declaraciones de los personajes políticos, mostrando nombre, credenciales y dejando claro que era una protesta estudiantil, deslindándose de los partidos políticos. Seis horas después comenzó una excitación política-social en Twitter, Facebook y YouTube.

Todo indicó que México tenía sed de ser actor y cambiar el rumbo del guion prescrito para su historia, los mexicanos en las redes sociales tuvieron acelerado el corazón conforme avanzaron las horas y el hashtag #YoSoy132 alcanzó la firmeza de una nueva esperanza que visualizaba un horizonte diferente: la democratización de los medios de comunicación y el rechazo a la imposición mediática de Peña Nieto como candidato a las elecciones presidenciales del 2012.

El regreso a la realidad fue el 1 de julio de 2012, cuando Peña Nieto fue electo presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Las redes de #YoSoy132 tenían material que evidenciaba otro fraude electoral.

El regreso del PRI confirmó las características de una política del *marketing*:

[...] la televisión influyó de manera importante en el ascenso y descenso de sus protagonistas. “La comunicación política, en otro tiempo de ideas, se diluyó para privilegiar el mensaje de alto impacto y corta duración (el spot). La imagen dejó de ser un complemento, y se impuso como imperio y esencia de la actividad electoral y de su gobierno” (Villamil, 2012, p. 51).

Sin embargo, este acontecimiento es muy importantes porque las redes sociales se convirtieron en vehículos de publicidad y reflectores para los políticos, sobre todo se hizo una herramienta que promovía la construcción de la democracia, la política mexicana cambió y todos los ciudadanos empezaron a monitorear cada paso de los políticos.

6. Radiografía de las redes sociales

En este apartado fueron consultados los principales estudios sobre Internet en México para recuperar la información que ofrecen sobre la penetración de Internet en la sociedad mexicana, y el uso de las redes sociales. Los estudios consultados fueron: *Hábitos de los Usuarios de Internet en México* de los años 2013, 2014, 2016, realizados por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI); *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares* (ENDUTIH) 2015 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Además, fue consultado los estudios de *MKTdigital y redes sociales en México* 2012 y 2014 realizados por AMIPCI.

6.1. Numerología básica

Al momento de escribir este texto el INEGI acababa de dar los resultados de la *Encuesta Intercensal de 2015* donde reportó 119 millones 530 mil 753 habitantes en México de los cuales 62 millones 448 mil 892 de habitantes pertenecen a la población de internautas, es decir, la penetración de Internet en la población mexicana es de 57.4 por ciento.

Internet en México aumentó un 13 por ciento con respecto a 2014. Del total de usuarios de alguna tecnología que INEGI reportó en el territorio nacional (108 737 172), el 42.6 por ciento (46 288 280) no tiene conexión a Internet por la falta de recursos económicos 65.8 por ciento, no saben usarla 17.3 por ciento, no les interesa 11.3 por ciento.

En el Estado de México, Distrito Federal y Guadalajara se encuentran el mayor número de usuarios de Internet: 9,398,405; 9,398,405 y 4,735,556 respectivamente. En estados como Baja California Sur, Campeche y Nuevo León 7 de cada 10 habitantes es un usuario de Internet. Mientras en Chiapas, Oaxaca y Guerrero solo 3 de cada 10 habitantes están conectados a Internet.

Por lo que respecta a la distribución por género de los usuarios de Internet, los hombres observaron una participación de 50.6 por ciento y las mujeres 49.4 por ciento. La distribución por género de la población nacional es de 48.6 por ciento hombres y 51.4 por ciento de mujeres por lo que no corresponde a la participación en Internet porque hay más mujeres en el país, pero más usuarios hombres.

En el 2012 la edad de los usuarios de Internet estaba entre los 12-24 años, 44.8 por ciento. Para el 2015 la distribución del porcentaje es más proporcional. Con respecto a la escolaridad en 2012 de 40 916 394 usuarios de Internet el 24.6 por ciento (10,059,415) tenía secundaria, 28.1 por ciento (11,505,534) preparatoria y 23.8 por ciento (9,755,469) licenciatura. En 2015 aumentó el porcentaje en los de nivel secundaria 27.6 por ciento y disminuyó el nivel licenciatura 20.8 por ciento con un porcentaje similar al nivel primaria 20.9 por ciento.

En cuanto a los usos de Internet, obtener información representa la principal actividad 88.7 por ciento, después para comunicarse 84.1 por ciento, para acceder a redes sociales 71.5 (44,664,699), para entretenimiento 71.4 por ciento. El único uso que se ha modificado es el de las redes sociales que brincó del lugar sexto al tercero con respecto a los usos de Internet en 2013.

La Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI) hoy Asociación Mexicana de Internet, realizó en el 2000 el primer estudio sobre hábitos de los usuarios de Internet en México (Islas, 2015). En el 2016 dio a conocer los resultados de su reciente estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México: 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016.

De acuerdo con lo asentado en el reciente estudio de la AMIPCI, el tiempo diario que dedican los Usuarios a Internet es de 7 horas y 14 minutos, 2 horas y 13 minutos más que en 2013 (AMIPCI, 2013). El principal punto de conexión es el hogar con 87 por ciento, después en cualquier lugar mediante dispositivo móvil con 52 por ciento, en el trabajo 38 por ciento y en la escuela el 28 por ciento, la categoría nueva es en cualquier lugar mediante un dispositivo móvil que respecto a los datos del 2013 hizo bajar de posición en el trabajo y en la escuela como puntos de conexión.

En el 2014 los principales dispositivos de conexión era la Laptop y PC con 59 por ciento y 57 por ciento respectivamente en tercer lugar los Smartphones 49 por ciento (AMIPCI, 2014). Para el 2016 el principal dispositivo de acceso a Internet son los Smartphones con un 77 por ciento, seguido de Laptop 69 por ciento y computadoras de sobremesa 50 por ciento.

Con respecto a la penetración de las redes sociales, la AMIPCI estimó que entre los usos personales o de Ocio destaca acceder a las redes sociales cerca del 80 por ciento. La principal actividad Online en México es acceder a las redes sociales, seguido de enviar/recibir mails 70 por ciento, mensajes instantáneos 68 por ciento y búsqueda de información 64 por ciento.

En promedio los internautas mexicanos están inscritos a 5 redes sociales. En cuanto al uso de las principales redes sociales en México, éstos son los resultados obtenidos:

Facebook

Del total de internautas que acceden a las redes sociales, 92 por ciento están inscritos a Facebook. El 63 por ciento lo hace desde un Smartphone, el 46 por ciento de una Laptop y el 30 por ciento desde una computadora de mesa. Desde el 2012 Facebook es la red de referencia de nuestro país. Los usuarios más activos en esta red son entre 18 a 24 años 39 por ciento, seguida de los de 25 a 34 años 26 por ciento. El porcentaje de usuarias es de 50 por ciento y de usuarios 50 por ciento.

Twitter

Del total de internautas que acceden a las redes sociales, 55 por ciento están inscritos a Facebook. El 33 por ciento lo hace desde un Smartphone, el 23 por ciento de laptop y 13 por ciento de una computadora de mesa. Los usuarios más activos en esta red son entre 12 a 17 años 28 por ciento, seguida de 18 a 24 años 23 por ciento. México es el segundo país con más usuarios en Twitter en América Latina (OLOZFERA, 2015).

YouTube

Del total de internautas que acceden a las redes sociales, 66 por ciento están inscritos a YouTube. El 43 por ciento lo hace desde un Smartphone, el 35 por ciento desde una Laptop y el 20 por ciento desde una mesa de computadora. Los usuarios más activos de esta red son entre 18 a 24 años con 48 por ciento.

Los contenidos que más comparten los usuarios de redes sociales son noticias, seguido de contenidos de televisión y abajo lo relacionado con comida y bebida. Esto indica que de alguna manera los mexicanos “encontramos en las redes sociales una alternativa de información frente a lo que se presenta en los medios tradicionales” (Vázquez, 2014).

6.2. Las expresiones de la indignación

La función principal de las redes sociales es establecer o restablecer vínculos con nuestra familia, amigos, compañeros de trabajo, pero esos usos se extienden más allá de esos campos. Encontramos usos “educativos, de difusión cultural, generación de asociaciones profesionales o académicas, creación de espacios de organización civil y participación política” (Ricaurte Quijano, 2013, p. 146).

La particularidad de las redes sociales es su uso con fines de acción social: por su cualidad de crear, compartir contenidos en tiempo real con un sin fin de personas, lo que propiciará “formas de organización, denuncia, acciones y propuestas que indican sobre el mundo social, político, jurídico, cultural” (*ibid.*, p. 152).

En el caso mexicano, desde 2009 la apropiación de las tecnologías de la información y comunicación permitió la conformación de redes ciudadanas que pusieron en la arena pública el debate de temas que no necesariamente se encontraban en las agendas de los medios o política. Tal es el caso “del movimiento para anular el voto en los intermedias de 2009, iniciativas como Dejemos de Hacernos Pendejos, Pase Usted, la Asamblea Nacional Ciudadana (ANCA), el movimiento 5 de junio creador por padres de los niños fallecidos en la Guardería ABC” (*ibid.*, p. 152).

Para el 2012, se reactivó una ola de protestas en redes sociales por las elecciones presidenciales con el movimiento #YoSoy132, comenzó la generación de Facebook y de los Hashtag para protestar, apoyadas por personas en otros países. La indignación provocada por una política con tráfico de influencias, corrupta, que encascara la realidad del país unió en Red a una generación que se resiste contra el proyecto nacional.

En 2013-2014 fuimos testigos de una sin fin de manifestaciones on line y en el espacio público de acontecimientos que pusieron en pugna al poder político y la ciudadanía con los *Trending Topic* más relevantes como #LadyProfeco, #Diputables, #Ayotzinapa, #LaCasaBlanca, #YaMeCansé, entre otros que evidenciaran la dinámica entre los Jefes de Estado, los medios tradicionales y las redes sociales.

El 28 de abril de 2013 el titular de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) Humberto Benítez Treviño en su cuenta de Twitter ofreció una disculpa por la conducta inapropiada de su hija en un restaurante en la ciudad de México, después que se hiciera “Trending Topic #LadyProfeco para expresar la indignación que causó la forma de actuar de Andrea Benítez y de la dependencia al clausurar el lugar” (Redacción AN, 2013).

Humberto Benítez priista de vieja guardia, fue removido del cargo de Procurador por haber afectado la imagen y reputación de la Procuraduría, lo famoso que se hizo el caso de #LadyProfeco fue “un gran golpe a la cultura del influyentísimo y prepotencia que el mexicano tiene muy arraigados” (Herrera, 2013).

Otro caso famoso en la sociedad cibernauta mexicana que se extendió hasta los medios tradicionales y en acciones concretas en las estructuras de poder fue el caso #Diputables o mejor dicho, el escándalo que provocó el video difundido por Reporte Índigo donde aparecen diputados panistas de San Lázaro, el coordinador Luis Alberto Villareal y el vicecoordinador Jorge Iván Villalobos Seáñez bailando con teiboleras en una fiesta privada en enero de 2014.

A los diez años del famoso video que protagonizó “René Bejarano donde recibía fajos de billetes del empresario Carlos Ahumada, que se difundió en el noticiero ‘el mañanero’ programa de Televisa” (Castellanos Herrera, 2014), volvieron a surgir estas estrategias políticas que en primer momento solo se hacían entre políticos y medios tradicionales, ahora, “utilizan las redes sociales para potencializar esa estrategia” (Raphael, 2014).

Lo novedoso del caso #Diputables fue la respuesta por la comunidad en las redes sociales que rápidamente se “expresaron con el hashtag para poner sus comentarios sobre eso o compartir algún meme, que ridiculizaba a los diputados y al partido político del PAN” (Redacción Excelsior , 2014), esto indica que en México por parte de los usuarios de redes sociales aprovechan este espacio para interactuar, espacio que no existía en los medios tradicionales.

También, los mexicanos sintieron indignación la noche del 26 de septiembre de 2014 cuando 43 normalistas fueron desaparecidos de la localidad de Iguala, Guerrero. Lo relevante de este acontecimiento es que “los mexicanos prestaron mucha atención” (Reguillo Cruz, 2014) por el horror que se iba descubriendo. Las fosas clandestinas se fueron convirtiendo en noticia cotidiana “69 cuerpos en una, 15 en otra, 11 en una más” pasaban en los noticiarios de Televisión abierta, circulaba en Internet.

Esto originó que muchas personas se activaran en redes sociales con diversos hashtag para la organización de marchas, el primero #FueElEstado que sirvió para convocar a una marcha y reclamo social “la noche del 22 de octubre de 2014 miles se reunieron en la Ciudad México” (Bárceñas, 2015) después continuaron #AyotzinapaSomosTodos que aglutinó a miles de personas en las plazas públicas.

La interacción entre lo que pasaba en la calle y lo que se constituía en redes sociales fue importante, porque presionó a las autoridades a rendir cuentas, aunque ellos no supiera darlas, un caso particular fue el de Jesús Murillo Karam procurador cuando en una conferencia el 7 de noviembre dijo la frase `ya me cansé, el hashtag #YaMeCansé es uno de los más repetidos para el caso Iguala, o después el llamado que hizo el Presidente Enrique Peña Nieto a `superar ese momento de dolor´ también, se convirtió en Hashtag #YaSupérenlo.

Los reclamos sociales van en aumento en el país, no sólo por el caso Ayotzinapa, sino por el sin fin de problemas en la clase política y las condiciones de vida de los ciudadanos mexicanos. Las respuestas de que dan los políticos reflejan lo desconectados que están de a quienes gobiernan, y su incapacidad para hacer frente a esta nueva dinámica de comunicación entre el pueblo y el gobierno.

Estos movimientos y agrupaciones, a pesar de corresponder a distintos intereses, tienen rasgos en común: primero, se ha articulado a grupos de ciudadanos que cuestionan la acción del Estado y los representantes políticos; y segundo, todos ellos coinciden en utilizar las redes sociales para generar y difundir información, además, de discutir y modificar las agendas de los medios y políticos.

IV

EL MOVIMIENTO #YOSOY132

7. Génesis y evolución del movimiento

Quando non est iudex in terra, recursus est ad Deum in caelo.

John Locke

Pertinente resulta esta afirmación de John Locke para entender un suceso cuatro siglos después, puesto que la ausencia de atención para el reclamo colectivo en las instituciones orilló a los ciudadanos a publicar sus inconformidades en los espacios digitales que sin que los veamos atravesar todo nuestro cielo, las personas se dirigen al cielo, en la idea que “nuestra información viaja por el aire” (Graña, 2015).

El tejido social de los mexicanos se encuentra rasgado, se pueden observar y escuchar los gritos constantes de inconformidad en las redes sociales y en las calles. La emergencia de las distintas manifestaciones en el país, es un grito no solo de dolor, indignación o enojo, es un grito unísono de que los mexicanos necesitan reencontrar un sentido diferente para vivir en comunidad.

Es el momento en que la disgregación de la sociedad va de bajada, porque se está formando un enemigo en común que supera a la clase política y la iniciativa privada; ese enemigo común es el vacío. El vacío de poder, justicia, vida, felicidad, sinceridad, transparencia sobre todo de dignidad⁶.

Los mexicanos piden a gritos que respeten su dignidad la cual ha sido aplastada como el césped; por esa razón, frente al vacío del “juez en la tierra” los ciudadanos mexicanos se unieron a los ciudadanos del mundo para subir sus emociones y pensamientos a Facebook, Twitter, YouTube, como levantar las manos al cielo para que se

⁶ Se utiliza la palabra vacío en el sentido de ausencia. Es decir, la ausencia, de acuerdo a como lo considera John Locke en el libro “*Ensayo sobre el gobierno civil*”.

escuchen sus plegarias, sin imaginarse que alguien más está como ellos. Ahí comienza la revolución.

Al iniciar la investigación sobre el impacto del movimiento #YoSoy132 en la democracia mexicana, es necesario retomar aquí las tres esferas de nuestra investigación: (a) La democracia como forma de gobierno, que se desahogará principalmente en las instituciones y tendrá sus propios elementos para ser explicada, que será parte de un mismo sistema, junto con (b) la democracia como forma de sociedad, que con sus propias características desde la cultura política de los ciudadanos ayudarán a entender la simbiosis del (c) espacio público “real” y “digital”, el primero materializado en las calles y plazas públicas; el segundo, en constante movimiento en las redes sociales.

Estas tres esferas ayudarán a entender los éxitos que se gestan en las redes sociales y la brecha de ese éxito en la cultura institucional mexicana; es decir, #YoSoy132 resulta un buen ejemplo de cómo un movimiento tan popular en el imaginario colectivo no pudo cristalizar sus objetivos en la realidad material. Dicho de otro modo, ¿por qué #YoSoy132 no pudo trasladar al mundo real y solo se conformó con exhibir la podredumbre de los medios y su candidato en el mundo virtual?

Como quiera que sea, es indispensable antes de confirmar o rebatir las hipótesis de esta investigación dejar claro que el objeto de estudio es el impacto de las redes sociales en las democracias contemporáneas, principalmente en el empoderamiento del ciudadano. Al tratarse de gobiernos democráticos, este estudio se enmarca en las fronteras de la política institucional y de la sociedad democrática.

Los objetivos que se plantean persiguen analizar los elementos que no permiten que movimientos tan exitosos en las redes sociales se materialicen en las estructuras concretas de la política democrática.

Para desarrollar esta investigación se plantearon varias preguntas de partida: ¿los movimientos no logran trascender porque las redes sociales no llegan a amplios sectores populares? ¿Al sentirse afectados los gobiernos, personajes políticos o las empresas reaccionan con batallas en las calles y en el ciberespacio que dejan sin alternativas a los movimientos? Pese a la novedad de las redes sociales como vía de empoderamiento para la ciudadanía, ¿la política sigue estando determinada por factores estructurales y de grupos de poder?

Este estudio buscó como objetivo principal analizar los elementos que ayudan o limitan las acciones sociales gestadas en redes sociales para modificar el entorno político mexicano. Se considera la mejor opción el estudio de caso simple como estrategia para esta indagatoria porque ayudará a probar la teoría de la democracia de los ciudadanos, lo que puede representar, de acuerdo con Yin (2013, pp. 24-25), una “contribución significativa al conocimiento y a la construcción de la teoría”.

Respecto al objeto, al tratarse de un estudio de caso único, la muestra se reduce a ese movimiento específico, por ser el primero gestado en redes sociales y con gran alcance de convocatoria nacional e internacional, que pertenece a los movimientos de indignados por sus características principales: espontáneos, sin líderes, multimodales.

La elección del #YoSoy132 resulta pertinente para el estudio porque durante el periodo elegido para el análisis se pudo constatar la ida y vuelta de los espacios “reales” a los “virtuales” para su movilización; además, se produjo un hecho que permite detectar que

esta simbiosis impactó contra la coyuntura electoral en el tercer debate presidencial de los candidatos.

Lo relevante de este estudio de caso radica en que se cree que los ciudadanos tienen en la red una potente herramienta para limitar el poder de los gobernantes y así hacer más democrática su forma de gobierno.

7.1. De la campaña electoral a la crisis de la democracia

Era un viernes de mayo de 2012. Nada extraordinario parecía estar pasando. Tomé la computadora a las diez de la noche, abrí Twitter, y en primer lugar de los *trending topics* del día se encontraba el hashtag #MeEscondoEnElBañoComoEPN. Enseguida le di clic a la liga, y aparecía un sinnúmero de memes sobre Peña Nieto. Al no comprender el motivo, busqué y encontré un post que me redireccionó a YouTube, donde pude apreciar el video *Huida de Peña Nieto de la Ibero* (Rius91, 2012), que retraba al candidato priista corriendo con su equipo de trabajo hacia la salida de la UIA de la Ciudad de México, perseguidos por decenas de alumnos que gritaban: “¡Fuera!”, “¡Asesino!”, “¡La Ibero no te quiere!”.

La escena resultaba inédita. ¿Era posible que alumnos de una universidad privada tuvieran un comportamiento considerado políticamente incorrecto frente a un candidato a la presidencia apoyado por el sistema? Más aún, ¿qué estaba pasando en México, cuyas tendencias en redes sociales llegaban a internautas en todo el mundo?

Bajo este contexto, los mexicanos mostraron su indignación ante el mundo el 11 de mayo de 2012, a lo cual se denominó de muchas maneras: Viernes Negro, 11-MM (11 de mayo mexicano), Primavera Mexicana. Esto, cuando se veían, compartían y comentaban

videos, imágenes y noticias en Twitter, Facebook y YouTube sobre el altercado vivido por el candidato del PRI.

El foro Buen Ciudadano Ibero, que se llevó a cabo en el auditorio José Sánchez Villaseñor aquel 11 de mayo, permitió que Peña Nieto presentara su plataforma política. Al concluir la presentación, un grupo de estudiantes cuestionó su actuación como gobernador del Estado de México en relación con el caso Atenco. Lo que siguió a la justificación de Peña Nieto sobre su papel en ese municipio mexiquense fueron los disturbios en el auditorio por parte de los asistentes. Las consignas “¡Asesino!”, “¡Fuera, fuera!”, “¡Atenco no se olvida!” se extendieron hasta el otro extremo de la puerta principal, por lo que los asesores del candidato tuvieron que buscar una salida alterna.

Los acontecimientos en el auditorio y posteriormente en los pasillos de la UIA generaron la difusión viral de tuits con hashtags como #LaIberoConPeña, #EPNLaIberoNoTeQuiere, #MeEscondoEnElBañoComoEPN; los dos últimos se convirtieron en *trending topics* mundiales en pocas horas. Paralelamente, la batalla en televisión y radio no se hizo esperar, y las declaraciones de los personajes públicos se vieron de inmediato en los medios de comunicación oficiales, como la del entonces presidente nacional del PRI, Pedro Joaquín Coldwell; el entonces coordinador de senadores del Partido Verde Ecologista de México, Arturo Escobar; y Emilio Gamboa Patrón, líder nacional de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares, quienes calificaron a los estudiantes como “un grupo infiltrado de Andrés Manuel, porros, personas ajenas a la institución, una minoría” (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, p. 79).

El incidente de la universidad y las respuestas de los dirigentes del PRI, PVEM, Televisa y periódicos afines al tricolor provocaron que, el lunes 14 de mayo, apareciera en

YouTube un video titulado “131 estudiantes de la Ibero responden”. Se trataba de alumnos que estuvieron presentes en los hechos del auditorio y exigían derecho de réplica para cuestionar lo que se dijo acerca ellos. El video estaba dirigido principalmente a Joaquín Coldwell, Arturo Escobar, Emilio Gamboa y a los medios de comunicación que mostraban una tendencia explícita en contra de los jóvenes de la UIA con el fin de darles el mensaje de que eran estudiantes, no acarreados ni entrenados por nadie, con lo cual se deslindaban de cualquier partido político. Sin mayor producción y en fragmentos donde aparecían alumnos —la mayoría en su habitación—, cada uno decía su nombre y mostraba su credencial. Cinco horas después comenzó una agitación político-social en Twitter, y el hashtag #131AlumnosdeIbero se convirtió en *trending topic* mundial (González Villarreal, 2013, p. 63).

El mensaje apuntaba hacia un viraje en la historia del México moderno, y eran los jóvenes los que se posicionaban como los agentes del cambio. Transcurrieron las horas, hasta que un tuit de Denise Dresser —retuiteado 9 mil 299 veces— que decía “Dame RT 131 Alumnos de la UIA, pero somos más los que sentimos igual, SUMATE #somosmasde131 yo soy el 132. Y tú, ¿te sumas?” Y #YoSoy132” (De Mauleon, 2012) provocó una nueva agenda política: la democratización de los medios de comunicación y el rechazo a la imposición mediática de Peña Nieto como candidato a la presidencia de 2012.

Pero la realidad se impuso el 1 de julio de 2012, cuando Enrique Peña Nieto fue declarado presidente electo de los Estados Unidos Mexicanos con 19 millones 226 mil 784 votos, es decir, el 38.21 por ciento de los sufragios. Las redes del movimiento #YoSoy132 mostraban material que señalaban otro fraude en las urnas, lo que representó la última

pelea electoral. Sin embargo, el fracaso llegó: el 132 sucumbió. ¿Sucumbió el 132 porque la efervescencia se acabó?

Indignación por parte del movimiento, ciudadanos que se sumaron a lo largo de su recorrido e incluso algunos no adheridos mostraron su repudio en redes sociales y en las movilizaciones posteriores a la elección con la exigencia de un cambio, el cual no llegó. Pero ¿cuáles fueron esos elementos que no permitieron al #YoSoy132, pese a su impacto en redes sociales, cristalizar sus objetivos?

Huntington define a la democracia como “la selección de líderes a través de elecciones competitivas por parte de las personas gobernadas por ellos” (1991, pp. 19-20); bajo esa consigna, el Estado mexicano cumple con la mínima condición porque tiene procesos electorales para elegir a sus líderes. Los últimos comicios para seleccionar al Poder Ejecutivo fueron trascendentes para los mexicanos, pues no solo renovarían al Presidente de la república, también a los 500 diputados y 128 senadores del Congreso de la Unión, así como a otros mil 498 funcionarios más —entre gobernadores, el jefe de gobierno del Distrito Federal, diputados locales, ayuntamientos, jefes delegacionales y juntas municipales— (IFE, 2012).

Los candidatos a la presidencia fueron cuatro: Josefina Eugenia Vázquez Mota, del Partido Acción Nacional (PAN); López Obrador, de la coalición Movimiento Progresista (PRD-PT-Movimiento Ciudadano); Peña Nieto, de Compromiso por México (PRI-PVEM), y Gabriel Quadri de la Torre, de Nueva Alianza (Panal). El periodo de las campañas electorales fue del 30 de marzo al 27 de junio, y la jornada electoral se llevó a cabo el 1 de julio (IFE, 2012).

Durante el primer mes de la campaña, diversos estudios mostraban un proceso de elección con aparente normalidad, “lineal, una campaña sin contratiempos, bajo control” (Espinoza Valle, 2015, p. 306). El primer debate presidencial, el 6 de mayo, pareció establecer “un clima de escaso cuestionamiento a las elecciones” (Oprinari, 2014, p. 211), evento que, además, ni siquiera fue transmitido por los principales canales de televisión abierta.

En las campañas tuvieron un papel protagónico las encuestas como fuente de información, propaganda y dirección de preferencias (Espinoza Valle, 2015, p. 210); su función consistía en revelar las intenciones de voto, y sin mayores complicaciones reportaban en las tendencias una ventaja considerable a favor de Peña Nieto sobre Vázquez Mota.

La inversión hecha en la que Jenaro Villamil (2012) señala como la campaña más cara de la historia reciente de México estaba dando resultado. La misma fórmula aplicada desde 2005, cuando Peña Nieto era aspirante para gobernador en el Estado de México, con la imagen de un candidato “atractivo, seductor de mujeres y cumplidor ante notario público de sus promesas de campaña” (*ibid.*, pp. 49-51), todo en comunión con la televisora más importante del país vinculados por un contrato millonario (*ibid.*, pp. 10-11).

La triangulación de propaganda de Peña Nieto marchaba con aparente éxito, a lo cual se sumaba la decepción del pueblo mexicano después de 12 años de transición democrática que se convirtieron solo en “un desvío del descontento popular contra el priato” (Vergara, 2014, p. 136). Las dificultades con que Calderón Hinojosa asumió la presidencia en 2006 vislumbraron el riesgo de la estabilidad y la legitimidad del Poder Ejecutivo debido a los cuestionamientos por fraude electoral.

El desgaste del panismo, la descomposición estatal acelerada por la narco-guerra, la agudización de la inseguridad, la falta de empleos y un sinnúmero de contradicciones sociales y políticas reflejaron la incapacidad de los gobiernos panistas al frente del Estado mexicano. El voto de castigo contra el PRI del año 2000 exigía y esperaba una democracia real, lo cual no solo no ocurrió, sino que se fortalecieron los valores antidemocráticos en el Estado.

Bajo los marcos institucionales, el candidato del PRI y sus representantes navegaban sin contratiempos porque todo apuntaba a que el tricolor triunfaría el 1 de julio. La percepción social creada era la de que este escenario era inevitable: “lo único que parecía estar en competencia era quién ocuparía el segundo lugar” (Espinoza Valle, 2015, p. 335).

La opinión pública parecía estar de acuerdo con el triunfo irreversible de EPN. No se encontraba por ningún lado el debate público que cuestionara la situación electoral. La información que formó al ciudadano fue la emitida por la televisión o la radio; en última instancia estaban las plataformas de Internet, en donde también los equipos de campaña de los candidatos hacían su trabajo propagandístico mediante sitios oficiales sin regulación alguna del Instituto Federal Electoral y con simulación de interacción con sus usuarios (Bañuelos, 2012).

La lucha política era inexistente; la propaganda que usaron todos los candidatos era resultado de la mercadotecnia más comercial que política; las simulaciones, las ediciones de fotos y videos, elementos superficiales que corrompieron la autenticidad, honestidad y sinceridad. El elector era percibido como un agente pasivo sin capacidad de análisis para la toma de decisiones; sin embargo, una pluralidad de voces críticas estaba por emerger en la escena pública.

7.2. De la discusión pública a las mayorías sociales

Pese a la percepción de inmovilidad, la sociedad mostraba ya cambios en su estilo de vida; en su modo de vivir y convivir había adoptado las nuevas herramientas de información que le permitieron desde sus espacios particulares renovar sus modelos de comunicación. Al igual que el resto del mundo, instauró sus propios códigos.

Frente a la desacreditada democracia representativa mexicana, se iniciaba en un espacio fuera de las estructuras institucionales la discusión pública, una nueva forma de dialogar que estaba comenzando a ser atravesada por el ya popular *hashtag* y la pregunta “¿Qué estás pensando?”. La llegada de Twitter y Facebook no solo revolucionó a los países de primer mundo, también llegaron a modificar las prácticas de algunos mexicanos con acceso a tales herramientas.

El “¿Qué estás pensando?” era una novedad para los usuarios de Facebook, y la opción de hacer público lo que estos consideraran importante sobre cualquier tema resultó un ejercicio relevante para el posicionamiento de ideas en esta plataforma. Algo similar ocurría en Twitter, donde el signo de la almohadilla (#) conectaba a múltiples personas que hablaban de los mismos temas. Esta nueva dinámica de comunicación sin límites rompió con los modelos de comunicación tradicionales en la sociedad mexicana.

En el espacio de las redes sociales, las personas comenzaron a dialogar ya sea con familiares lejanos, amigos e incluso con personas desconocidas con las que compartían gustos similares; las opciones de “seguirse” y ser “amigos” posibilitaron una interrelación más fuerte. Del uso de estas herramientas para tratar cuestiones personales se fue transitando al diálogo acerca de las estructuras de poder.

La politización en redes sociales se veía reflejada en efímeros *hashtags* como #CuantosMásCalderón, #FueElEstado, #ExijoTuRenunciaEPN. De esa manera, las redes sociales comenzaban a dar oportunidad de vigilar, denunciar y calificar lo que aconteciera en el ámbito público; pero fue hasta el 11 de mayo que la estructura estatal mexicana se encontró cara a cara con esta nueva realidad, y la oposición desde el poder a esta forma de participación se tradujo en una explosión de críticas.

El escenario donde la democracia institucional y la sociedad democrática se encontraron fue en una universidad privada. Los alumnos de la UIA trataron de trasladar su nueva forma de comunicación y expresión a las estructuras concretas de la institución al aprovechar la visita del candidato del PRI, el cual “representaba los antivalores democráticos sembrados en la historia mexicana por su partido, su estrecho vínculo con Televisa y su forma de gobernar en su cargo anterior” (Arteaga Botello y Arzuaga Magnoni, 2014, p. 128).

El escenario (la universidad) y el contexto (las elecciones presidenciales) configuraban el momento adecuado para poner en práctica los nuevos ejercicios dinámicos que posibilitaban las redes sociales. Días antes convocaron en Facebook mediante el evento “Los candidatos a la presidencia en la UIA” a quienes quisieran sumarse a participar en “una dinámica de protestas, con pancartas, máscaras del ex presidente Salinas de Gortari, preguntas incómodas y performance políticos” (González Villarreal, 2013, pp. 28-29).

Los jóvenes universitarios querían compartir sus nuevos códigos de comunicación con su entorno inmediato. Los símbolos que utilizaron para visibilizarse contaban con mensajes políticos: traer a la escena lo sucedido en Atenco, enmascararse con Salinas de

Gortari, pancartas con manchas de tinta color sangre; el conjunto de estos representaba que los jóvenes estaban al tanto de lo que estaba sucediendo alrededor del sistema político y pretendían expresarlo —sin la intención inicial de provocar más que un discusión de ideas—.

El problema comenzó cuando el equipo de campaña de Peña Nieto, enterado de la situación, decidió poner una barrera al surgimiento de una generación respaldada por los juzgados virtuales; pretendieron contrarrestarlos con viejos modelos de comunicación y represión. Mientras que los jóvenes procuraban llevar la conferencia a un lugar del diálogo, de participación social, los estrategas políticos solo buscaban “hacer creer”, “manejar la imagen” para tener una exitosa campaña que legitimara “el triunfo arrollador del PRI” (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, pp. 47-49).

Tal resistencia del poder político se vio reflejada en las estrategias de control que se llevaron a cabo. La coordinación logística del candidato se ocupó de la seguridad del ingreso y salida de Peña Nieto sin permitir la intervención de la universidad en ninguna operación. La preparación del terreno se hizo con cercos, hubo revisión de mochilas por parte del equipo de seguridad a los alumnos, se llevó a sus propios invitados (acarreados) y se convocó a comunicadores, publicistas y periodistas de afinidad priista (González Villarreal, 2013, pp. 28-31).

El ejercicio practicado por el candidato fue de un entorno controlado; por su dificultad para expresarse y dar respuesta a condiciones adversas, su falta de habilidad para improvisar, mostrada hacía poco en la Feria Internacional del Libro en Guadalajara, era la principal preocupación de sus estrategias de campaña, quienes incluso negociaban los debates presidenciales organizados por el IFE. Estas consideraciones “buscaban dificultar

el diálogo ciudadano para el que no estaba preparado Peña Nieto” (Arteaga Botello y Arzuaga Magnoni, 2014, pp. 128-129).

Sin embargo, el evento siguió otro rumbo: durante la conferencia en el auditorio las interpelaciones de alumnos, la exposición de carteles y otros elementos condujeron el escenario a un cuestionamiento a la jerarquía política y situaron a los estudiantes por un instante en una posición de igualdad de condiciones discursivas cuando Peña Nieto respondió acerca de su actuación en Atenco sin ningún guion más que el de justificar las acciones empleadas bajo dos consignas: “el derecho de emplear la fuerza pública para restablecer el orden y que ello fue validado por la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN)” (Sandoval Ballesteros, 2012, p. 43). Esto detonó la desaprobación estudiantil y terminó por colapsar en un clima de hartazgo que se haría manifiesto inmediatamente.

La salida que emprendió el candidato del auditorio y de la institución resultó ser una especie de “negociación y peregrinación” (Arteaga Botello y Arzuaga Magnoni, 2014) porque la combinación los gritos y abucheos, la marcha apresurada por los pasillos de la universidad, la cancelación de su entrevista frente a Radio Ibero 90.9 FM y la imagen de su escondite en el baño provocó una señal de ruptura hacia cualquier esquema de autoridad o jerarquía. No se consiguió el diálogo ciudadano por ninguna de las dos partes, pero se puso en horizontalidad aquel evento.

Después de lo que se interpretó como una pequeña victoria para los jóvenes y, principalmente, la democracia por construir un espacio para la igualdad entre gobierno y gobernados, pronto se quiso eliminar, hacerla invisible, minimizarla con estrategias discursivas:

[...] deslegitimar la protesta, con las sospechas de ser un hecho preparado por personas ajenas a la institución, mayores de edad que no son estudiantes, entrenados por algún partido político, su número reducido, integrado por personas con valores antidemocráticos e intolerantes (González Villarreal, 2013, pp. 40-55).

El elemento medular desde el 11 de mayo después de la protesta será la difusión de estas estrategias discursivas a través de los medios de comunicación tradicionales — televisión, radio y prensa— afines al partido político de Peña Nieto, principalmente todos medios de difusión ligados a Televisa, los cuales buscaron pronto desestabilizar cualquier ola de apoyo por parte de los ciudadanos que se informaban en estos nuevos medios.

Al negarles reconocimiento a los protestantes y tergiversar los hechos con videos editados a favor del candidato se dieron las condiciones para iniciar un proceso de “autoconocimiento y un espacio de acuerpamiento para el *nosotros*” (Reguillo, 2012) que se comenzó a configurar en el espacio alternativo a las estructuras tradicionales. Los jóvenes, sin darse cuenta, le daban una oportunidad a la clase política de interactuar con los nuevos códigos donde todo se dice, y lo que se busca es la mayor sinceridad y autenticidad.

Pero la clase política optó por continuar bajo su tenor de apariencias, por lo que relegaron los códigos emergentes a “porros”, “acarreados” y “operadores de López Obrador” y subestimaron la estructuración que se inició en las redes sociales, donde después de que se trató de invisibilizar a los jóvenes al negarles su papel como actores políticos (Varela, 2012, p. 89) y un espacio para el diálogo ciudadano, se formó un movimiento que fue capaz de cimbrar al sistema político (Varela, 2012, p. 76).

El 12 de mayo, un día después de las protestas y de las acusaciones falsas construidas en torno a los jóvenes participantes, en Facebook se lanza una convocatoria por parte de quienes formaron parte de aquel grupo para realizar un video donde mostrarían su

identidad como estudiantes (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, p. 79) con el argumento del uso del derecho a réplica a fin de tratar de contrarrestar el discurso de los líderes políticos y los medios de comunicación parciales; todo esto, a través de Internet.

Paralelamente, los miembros de la estrategia de campaña de Peña Nieto apostaron por el olvido del pueblo mexicano sobre dicho acontecimiento, pero el 14 se conformaron mayorías sociales integradas por personas ajenas a la institución se sumaron a los 131: de escuelas públicas, de edades y profesiones diferentes, incluso de otros países.

El músculo social que se formó fue bajo las características de una comunidad estética que no tiene la exigencia de “exclusividad total, un solo patrón constructivo, un sistema de información o identidad” por el contrario pueden pertenecer a una diversidad de comunidades estéticas donde se puede encontrar los “distinto y lo alterno”, por lo que sus sistemas de comunicación son muy abiertos, inestables y frágiles, pero también son “posibilidades de caminos y proyectos” (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, pp. 55-59).

Esta acción de protesta pública de los 131 estudiantes de la UIA abrió una posibilidad frente a las elecciones presidenciales por llegar y pudo convocar a las mayorías sociales por su diversidad y multiplicidad de conexiones para conformar la estructura del #YoSoy132.

7.3. De las redes sociales a la calle

El elemento novedoso de las elecciones presidenciales de 2012 fue la participación que tuvieron las redes sociales en uso de la ciudadanía, pero también por el de los estrategas de campaña. A partir de este momento es posible detectar dos momentos en la campaña que

permiten detectar tres usos que se les dieron a las redes sociales tanto políticos como ciudadanos.

Los dos momentos son el inicio de la campaña y la etapa que siguió después del movimiento #YoSoy132. Los tres usos empleados en las redes sociales fueron: 1) la promoción y la propaganda política, 2) la activación de la participación ciudadana y 3) el espacio para esa discusión pública.

Durante el inicio de la campaña, los actores oficiales (candidatos y partidos políticos) utilizaron las redes sociales para la mercadotecnia política instrumentada y limitada solo a tiempos electorales, con el manejo tendencioso para hacer campañas de calumnia y sin límite de tiempo; la causa, “(en) 2007-2008 quedó prohibida la ‘guerra sucia’ y la compra de tiempo aire en radio y televisión” (Bañuelos, 2012, p. 54).

Lo más constante que sucedía en redes sociales desde los ciudadanos antes de mayo de 2012 era la proliferación de memes por la actuación de Peña Nieto en la FIL de Guadalajara, mas no había posicionamientos que indicaran que algo más allá podría suceder. La participación se limitaba a la opción “Me gusta” y retuits, y esas prácticas virtuales quedaban relegadas al espacio virtual.

Lo trascendente ocurrió al aparecer el #YoSoy132, asumido por la comunidad virtual después de que se viralizó el video subido a YouTube, el 14 de mayo, como respuesta a la información manipulada que dieron los medios de comunicación acerca de la protesta espontánea del Viernes Negro y en apoyo a los estudiantes que decidieron cuestionar el sistema político y defender su dignidad e identidad (González Villarreal, 2013, pp. 88-91).

Existía en Internet una euforia que iba en aumento y se reflejaba en los miles de usuarios que hablaban de ello. Todo se materializó el 18 de mayo, cuando se llevó a cabo la #MarchaYoSoy132, a las 11:00 de la mañana, por alumnos de la UIA, del ITAM, del ITESM Santa Fe y la Universidad Anáhuac del Norte para solidarizarse con los 131 alumnos y demandar frente a las instalaciones de Televisa imparcialidad y veracidad informativas, convocados a través de Facebook en la página #YoSoy132 (González Villarreal, 2013, p. 89). Se planteaba un problema político, pero no partidario, estudiantil pero no propio de las escuelas privadas, y era pacífico.

La convocatoria lanzada el miércoles 16 de mayo tuvo una pronta repercusión en redes sociales. Tres horas antes del evento, ésta había alcanzado 7 mil 623 menciones, incluidos retuits (González Villarreal, 2013, p. 94), de los cuales el 80 por ciento corresponde a cuentas con tantos seguidores como los de diarios nacionales o Tuitstars: “(Las menciones) se volvieron voces, caras, gritos: el #YoSoy132 encarnó en cientos de estudiantes de universidades privadas, alrededor de cuatrocientos solo del ITAM” (González Villarreal, 2013, p. 97).

Los estudiantes pronto comenzaron a ocupar el espacio público, las calles, los parques, lugares simbólicos; los últimos días de mayo se transformaron en días consecutivos de marchas: el 23 de mayo, en la Estela de luz; el 28 de mayo, para exigir la transmisión del segundo debate presidencial; el 29 de mayo, de TV Azteca al Instituto Federal Electoral, y el 30 de mayo, la reunión interuniversitaria en Ciudad Universitaria, en la Plaza de la Tres Culturas.

Los integrantes del #YoSoy132 no solo ocuparon el espacio digital, también lo hicieron con el espacio público; funcionaron como grupo de presión que logró que se

transmitiera en cadena nacional el segundo debate presidencial, además de convocar a la ciudadanía para ser observadores electorales.

Pero la victoria para Peña Nieto llegó. La ventaja fue de 6.87 por ciento frente a López Obrador: “no eran los resultados pronosticados por las encuestas y menos los que esperaban sus estrategias de campaña” (Villamil, 2012, pp. 9-11). Para los simpatizantes y militantes del #YoSoy132 representó un fracaso porque, a pesar de tener registrado en fotos, videos y audios —los cuales fueron difundidos a través de Internet— para “reportar incidentes de robos de urnas, intimidación a votantes, coacción del voto, secuestro de funcionarios de casilla y desaparición de un presidente de casilla” (*ibid.*, pp. 18-19), la decisión final fue el triunfo para el candidato priista.

8. Radiografía del movimiento

El movimiento #YoSoy132 tuvo un alcance relevante de manera simbólica en las redes sociales: exhibió las limitaciones intelectuales de Peña Nieto, mostró la manipulación mediática que lo catapultó al poder, evidenció las debilidades de su liderazgo, aglutinó a millones de mexicanos en contra del candidato priista, entre otras consecuencias. Sin embargo, en términos prácticos, el impacto del movimiento #YoSoy132 no alcanzó su objetivo principal, pues no logró que Peña Nieto perdiera las elecciones a la presidencia de la república, objetivo implícito. De ahí que resulte importante analizar las razones que impidieron que un movimiento con tanto impacto en el imaginario colectivo de los mexicanos, y en especial de los jóvenes y estudiantes, con una impresión mediática relevante, no pudiera cristalizar sus objetivos.

Cabe recordar que la presente investigación contempla diez factores o variables intervinientes, los cuales nos permiten reunir e identificar las razones que impidieron el regreso del PRI en el 2012 la democratización de los monopolios mediáticos en el país, consignas ambas del movimiento #YoSoy132. Para simplificar dividiré estos factores en estructurales y coyunturales.

8.1. Factores estructurales

El primer factor estructural que inhibió la trascendencia del movimiento #YoSoy132 más allá del mundo virtual, tiene que ver con el alcance real de las redes sociales en un país que, como México, forma parte de aquellos que mantienen una brecha tecnológica con respecto a los países desarrollados. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet, la penetración de Internet en el país era para el 2012 del 40 por ciento, y el alcance de las

redes sociales, del 30 por ciento (AMIPCI, 2013); por otra parte, la televisión contaba con una participación del 81.2 por ciento (Sosa Plata, 2012, pág. 89). Con estos datos es evidente que el marco de las elecciones presidenciales de 2012 tuvo como principal fuente de información y penetración social la televisión, ya que duplicó la penetración de Internet en los hogares y dejó a las redes sociales con un alcance reducido en comparación con el medio de mayor alcance; no obstante, es pertinente apuntar que en ese tiempo los usuarios de Internet eran de clases medias, se necesitaba “una condición económica que les facilitara el acceso a una computadora, Internet y dispositivos móviles” (*ibid.*, p. 90).

El segundo factor tiene que ver con el poder real de los medios tradicionales en México. Ciertamente, el tema de los grandes monopolios mediáticos de México (Televisa y TV Azteca) no fue abordados por los jóvenes de la UIA el Viernes Negro. Sin embargo, su actuación inmediata a la protesta los hizo protagonistas de los objetivos del movimiento, al intentar minimizar el acontecimiento ocurrido en el noticiario de Joaquín López-Dóriga, el programa estelar de noticias de Televisa, donde la mayoría de los mexicanos se informaron durante los últimos años (González Villarreal, 2013, págs. 42-43). Frente a esta situación, señalada de sesgada y parcial en términos informativos, los jóvenes exigieron neutralidad de los medios en cuanto a coberturas informativas de las campañas, procedimientos que pudieran intervenir en la orientación de preferencias (Sosa Plata, 2012, pág. 92).

Al sentirse aludidos en la crítica del #YoSoy132, los grandes monopolios mediáticos reaccionaron virulentamente contra el movimiento; los noticiarios de Televisa y TV Azteca tuvieron una cobertura de las actividades del candidato priista. *El Universal* y *Excélsior* no publicaron fotografía alguna en su portada sobre las protestas. Los diarios nacionales y regionales de la Organización Editorial Mexicana publicaron el nuevo

discurso de la estrategia de campaña de Peña Nieto: “Reposicionar a Enrique Peña Nieto como candidato ágil, prudente, tolerante y capaz de enfrentar situaciones difíciles por sí mismo”. De esa manera trataron de neutralizar su impacto en la sociedad y desacreditar su causa al darles seguimiento a las entrevistas de los líderes del partido y estrategias de campaña que dejaron en la mente de las personas a jóvenes calificados como “intolerantes”, “entrenados” “de izquierda”, situación que provocó la división de la opinión pública (González Villarreal, 2013, págs. 45-47).

El tercer factor estructural consistió en que el movimiento fue la primera experiencia que tuvo empatía en México, desde el EZLN, con los jóvenes, principalmente los universitarios, desde las redes sociales para enfrentarse a un candidato sistémico. La espontaneidad se reflejó en las marchas del 18 de mayo, después de las de Televisa y la de la Estela de Luz.

La conducción fue con la libertad de la agregación de sus miembros; emplearon un sistema interno de asamblea que a la postre les trajo problemas: con la creación de la Asamblea General Interuniversitaria (AGI), las decisiones eran consultadas en las asambleas locales, cuestión que se convirtió en “un método consultivo, que dificultó la organización democrática en el movimiento” (Oprinari, 2014, págs. 220-221); por otra parte, su concreción en la coyuntura electoral dejó a un lado la raíz del estallido del movimiento: “la convocatoria a unirse para manifestarse en contra de todo el sistema de dominación” (González Villarreal, 2013, págs. 168-169).

En este sentido, cuarto factor estructural, #YoSoy132 fue víctima de su propio éxito inicial, pues terminó contaminado por diversos actores (partidos, candidatos, etc.) que

buscaron aprovecharse del impacto del movimiento para su propia causa, con lo que la expresión política procedió a viciarse y perdió buena parte de su espontaneidad inicial.

Tal fue el caso de Saúl Alvidrez y Manuel Cossio, alumnos del Tec de Monterrey, infiltrados del PRD y el PRI respectivamente, datos que se pueden corroborar en el libro *El acontecimiento #YoSoy132* de Roberto Gonzáles Villareal. Asimismo, sucedió con la infiltración de individuos que ocasionaron violencia y vandalismo, cuestiones que no respaldaban a los integrantes del movimiento: “fue difícil deslindarse de esos actos en la opinión pública” (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, pp. 150-151). Un detalle clave es que el movimiento no pudo restablecer su sistema asambleario a nivel masivo luego de su estructuración (Oprinari, 2014, págs. 220-221).

El último factor estructural, crucial para frenar los objetivos del movimiento, fue que en el Estado mexicano la novedad de las redes sociales como vía de empoderamiento de la ciudadanía en una suerte de ágora virtual implicó que la política sigue estando determinada por factores estructurales y de grupos de poder que a la postre imponen sus soluciones y preferencias incluso sobre el juego democrático.

El entramado institucional respetó las líneas trazadas en las estrategias de campaña, pese a que los jóvenes evidenciaron la manipulación preelectoral y el fraude en los comicios “(se) registraron 350 videos sobre delitos electorales, en 700 fotografías la coacción, 500 denuncias ciudadanas respaldadas con argumentos jurídicos” (Alonso, 2013), más de 2,700 reportes que el Tribunal Federal Electoral no consideró suficientes para invalidar la jornada electoral.

8.2. Factores coyunturales

El primer factor coyuntural que inhibió la trascendencia del movimiento #YoSoy132 más allá del mundo virtual, tiene que ver con el ámbito de actuación de los partidarios del movimiento. En efecto, los partidarios del movimiento #YoSoy132 no supieron o no pudieron trascender su ámbito virtual de origen y deliberación pública para conquistar en las calles a más adeptos a su causa mediante movilizaciones y otras formas de activismo, pues las redes sociales, hasta 2012, no llegaban hasta los sectores más amplios de la sociedad, los populares.

De acuerdo con los registros de actividades empleadas por el movimiento, sí se logró llevar las propuestas del #YoSoy132 a las calles: diversas manifestaciones y protestas se dieron en la mayoría de estados del país (Morelos, Veracruz, Tamaulipas, Tlaxcala, Baja California Sur, Sinaloa, Zacatecas, Quintana Roo, Durango, Baja California, Guanajuato, Estado de México, Oaxaca, Campeche, Guadalajara, Chihuahua, Yucatán, Puebla, Chiapas, Colima, Monterrey, Nayarit, Tampico y el Distrito Federal; es decir, 22 de los 31 estados). Sin embargo, “las manifestaciones o pequeñas células de cada estado se desarrollaron en las capitales o ciudades principales”, lo que propició relegar a los ciudadanos de las zonas rurales o las zonas urbanas pequeñas (Sosa Plata, 2012).

Los resultados se reflejaron en la contienda electoral porque la participación de los distritos rurales y distritos urbanos en pobreza se incrementó; el comportamiento: “en distritos rurales o urbanos con tasas de pobreza que van de 50 a 97 por ciento de sus habitantes registraron un incremento significativo en la emisión del voto: pasaron de tasas de 40 a 50 por ciento (en a elección de 2006) a 65 y hasta 83 por ciento (este 2012), mientras el sector urbano, con mayor nivel de bienestar, mantuvo la misma tasa de

participación e inclusive se observó reducción en algunos distritos” (Espinoza Valle, 2015, p. 333).

El segundo factor coyuntural fue la determinación de la causa del movimiento, que tantas confusiones tuvo para el público en general y divisiones para los propios integrantes —principalmente porque se definió de origen como un movimiento apartidista, pero al mismo tiempo antipeñanietista; es decir, delimitó su causa en negativo y le faltó ser más propositivo a la hora de ofrecer alternativas a Peña Nieto—. Este factor permite ver cierta inconsistencia ideológica, ya que, sin pronunciarse abiertamente a favor de López Obrador, promocionó al candidato de la izquierda, del “voto informado”, lo cual fue relacionado con la “solidaridad al PRD” (Oprinari, 2014, págs. 206-207). Para el movimiento fue difícil tomar distancia de la izquierda (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, p. 150); para muchas personas, el movimiento estaba asociado a corrientes políticas específicas.

El tercer factor tiene que ver con la reacción de los estrategas de campaña de Peña Nieto para intentar neutralizar los efectos negativos en su contra propinados por el movimiento #YoSoy132. En efecto, la estrategia de minimizar el movimiento en redes sociales fue diferente pese a que sus estrategas de campaña iniciaron una batalla en las propias redes sociales debido al poder que la crítica estaba alcanzando en contra del candidato; no pudieron neutralizar en el espacio virtual el impacto negativo hacia EPN impulsado por el YoSoy132.

Un estudio realizado por la Universidad de Cataluña demuestra cómo en Twitter el candidato ganador tuvo 58.05 por ciento de tuits negativos, menos que la candidata Josefina Vázquez Mota, con 72.70 por ciento, y más que López Obrador, con 35.58 por ciento (Monterde Mateo, Carrillo Martin, Esteve Del Valle, y Aragón, 2015, pp. 24-25).

El impacto en la expresión negativa hacia EPN después de #YoSoy132 se incrementó. Los reclamos en las redes sociales se manifestaron en las estrategias empleadas para controlar ese espacio: “acarreo digital”, “bots”, “compra de publicidad”; es decir, “el movimiento #YoSoy132 afectó la comunicación en Twitter de los candidatos a elecciones presidenciales de 2012”, y en ese terreno permitió una lucha más justa y horizontal (pp. 27-28).

El cuarto factor coyuntural tiene que ver con una de las interrogantes que nos colocamos al inicio de nuestra investigación: ¿le faltó al movimiento #YoSoy132 mayor creatividad para fundamentar sus cuestionamientos hacia Peña Nieto y su campaña? Por el carácter de la crítica que prosperó en las redes sociales —más visceral que argumentativa, más irónica que fundamentada, más reactiva que propositiva: desgaste en la crítica—, durante el periodo de estudio se detectó, de acuerdo con Bañuelos, el poder de convocatoria que alcanzó el movimiento a través de las redes sociales y su arsenal creativo en dos direcciones: *a)* la autoproducción de información fotográfica y gráfica informativa y testimonial con un fuerte acento en el reforzamiento de las demandas del movimiento; y *b)* la producción de símbolos, gráficas, carteles y calcomanías orientados a simbolizar las acciones del movimiento (Bañuelos, 2012, pp. 48-49).

Fue la imagen, principalmente la cultura del meme, la que se convirtió durante el proceso electoral en el medio y soporte para la articulación del consumo conversacional, interactivo y participativo del #YoSoy132.

Finalmente, el quinto factor interviniente atraviesa una de las características fundamentales de la nueva oleada de movimientos sociales, no cuentan con líderes. Del mismo modo, la organización del #YoSoy132 fue cuidadosa para no postular líderes o

dueños del movimiento, una de las medidas fue nombrar a voceros de las diferentes Universidades. Sin embargo, como señaló Genaro Lozano “El movimiento no ha tenido líderes. Ha tenido voceros de distintas universidades, algunos más mediáticos que otros” (2012, p. 1). Esto ocasionó que ha determinados personajes la opinión pública los reconociera como líderes.

Dentro del movimiento, como se ha mencionado siempre, hubo problemas entre los radicales y los moderados, al finalizar las elecciones muchos miembros se retiraron. Pero, el momento que marcó la ruptura definitiva del movimiento con la opinión pública fue cuando Televisa decidió transmitir un programa en el canal de Foro Tv, “*Sin filtro*”. Los promocionales por redes sociales difundían un programa integrado por universitarios, pero lo que más llamó la atención fue el ex miembro del movimiento Antonio Atollini participara en él (López Carrillo, 2014, p. 12).

La apertura del programa fue un golpe mediático para el movimiento. A pesar que los personajes como Antonio Atollini, Genaro Lozano, Gisela Pérez de Acha entre los más conocidos, que integraron el nuevo programa de televisión postearon en sus redes sociales la desvinculación de meses atrás con el movimiento (Proceso, 2012, p. 1), no impidió la avalancha de críticas por redes sociales y la idea dentro de la opinión pública de que los medios estaban siendo democratizados (López Carrillo, 2014, p. 12).

La mejor evidencia para demostrar la intención de dividir a la opinión pública fueron los distintos comentarios de Azcárraga Jean en su cuenta de Twitter “Cuando abrimos, porque no abrimos... Cuando no abrimos, porque no abrimos... yo a favor de la apertura #SinFiltro” (Azcárraga Jean, *apud.*, *Expansión*, 2012, p. 1), “¿Qué no es lo que

quieran estos jóvenes? ¿Un programa donde puedan expresarse libremente?” (Azcárraga Jean, *apud.*, *Proceso*, 2012, p. 1).

Entretener a la opinión pública mientras defendían las posturas de cada parte o aclaraban la situación tuvo sus éxitos, le regresó la legitimidad a Televisa y puso en duda la del movimiento. Incluso intelectuales mexicanos como León Krauze lo reconocieron como “un triunfo histórico de los universitarios en su relación con el gigante televisivo” (Krauze, 2012, p. 1). Un mes después, Pérez de Acha abandonó el programa y escribió una columna donde explica los motivos que la orillaron a ser parte del programa “La seducción fue muy fuerte: plena libertad para un grupo de jóvenes que no teníamos idea. Parecía una gran oportunidad. Sonaba muy tentador.” (2012, p. 1).

El factor de los líderes, no fue un elemento determinante, pero sí fundamental para ponerle obstáculos al éxito social del movimiento #YoSoy132, la desconfianza que se ha forjado en la historia de los movimientos mexicanos, principalmente en los líderes de éstos, se dejó traslucir también en esta situación que fue aprovechada por los grupos de poder.

CONCLUSIONES

El movimiento #YoSoy132 representó un parteaguas en la política mexicana en las redes sociales, exhibió la pobreza intelectual de EPN, mostró la burda manipulación mediática que lo catapultó al poder y las debilidades de su liderazgo, aglutinó a millones de mexicanos en contra de un candidato, entre otras consecuencias. Sin embargo, en la realidad concreta, el impacto del movimiento fue desvanecido con el triunfo del candidato priista, pues su objetivo implícito era que no llegara a la presidencia. Por ello, resulta interesante conocer cuáles fueron las razones que evitaron que un movimiento inédito gestado desde el imaginario colectivo de los mexicanos, que logró trascender el gran impacto mediático al espacio público, no cambió el triunfo anunciado del PRI.

La realidad que se expuso en este trabajo es que el uso de las redes sociales en México aún resulta deficiente para democratizar las estructuras institucionales. Sin embargo, son herramientas que comienzan a empoderar al ciudadano mexicano y lo ayudan a cuestionar el quehacer político. Por esta razón, las conclusiones que en esta indagatoria se manifiestan arrojan las siguientes conjeturas:

1. El #YoSoy132 fue exitoso solo entre las personas que compartían acceso a un dispositivo, acceso a Internet y con determinado grado de estudio.
2. La intervención del movimiento en el proceso electoral de 2012 fue deficiente porque el entramado institucional hizo lo suyo y dividió a la opinión pública.

A continuación explicaré cada punto para tener los argumentos válidos con el fin de enjuiciar el uso de las redes sociales en beneficio de la democracia.

Fue una novedad para los candidatos a la presidencia y los medios de comunicación, incluso para la academia, que los jóvenes estudiantes mexicanos se interesaran por el proceso electoral de manera activa. Cabe aclarar que no fueron todos los jóvenes ni todos los estudiantes.

a) Pese a su intención de trasladar sus objetivos a las calles, “las manifestaciones o pequeñas células de cada estado se desarrollaron en las capitales o ciudades principales”, lo que propició relegar a los ciudadanos de las zonas rurales o las zonas urbanas pequeñas (Sosa Plata, 2012). Los resultados se reflejaron en la contienda electoral porque la participación de los distritos rurales y distritos urbanos en pobreza incrementó, pues el comportamiento “en distritos rurales o urbanos con tasas de pobreza que van de 50 a 97 por ciento de sus habitantes registraron un incremento significativo en la emisión del voto: pasaron de tasas de 40 a 50 por ciento (en la elección de 2006) a 65 y hasta 83 por ciento (este 2012), mientras el sector urbano, con mayor nivel de bienestar, mantuvo la misma tasa de participación e inclusive se observó reducción en algunos distritos” (*apud.*, Espinoza Valle, 20 , p. 333).

b) En 2012, de acuerdo con datos proporcionados por la Asociación Mexicana de Internet, la penetración de Internet en el país era del 40 por ciento, y el alcance de las redes sociales, del 30 por ciento (AMIPCI, 2013); mientras que la televisión tenía una participación del 81.2 por ciento (Sosa Plata, 2012, p. 89). Con estos datos es posible señalar que el marco

de las elecciones presidenciales de 2012 tuvo como principal fuente de información y penetración social la televisión, la cual duplicó la penetración de Internet en los hogares y dejó de lado las redes sociales con una penetración reducida en comparación con ella.

c) En redes sociales, pese a que los estrategas de campaña de EPN iniciaron una batalla en las propias redes sociales, por el poder que la crítica estaba alcanzando en contra del candidato, no se pudo neutralizar en el espacio virtual dicho impacto negativo, impulsado por el #YoSoy132. En las redes sociales, Peña Nieto no ganó las elecciones.

d) Durante el periodo de estudio se detectó el poder de convocatoria que alcanzó el movimiento a través de las redes sociales y su arsenal creativo en dos direcciones: “a) la autoproducción de información fotográfica y gráfica informativa y testimonial con un fuerte acento en el reforzamiento de las demandas del movimiento; b) la producción de símbolos, gráficas, carteles y calcomanías orientados a simbolizar las acciones del movimiento” (Bañuelos, 2012, pp. 48-49). Es decir, la creatividad no fue un factor que les afectara.

El segundo rubro fue ilustrativo porque se mostró la deficiencia del sistema político mexicano para insertarse en la nueva dinámica que exigen los ciudadanos informados; con el poder del juzgado de las redes sociales se detectaron los patrones tradicionales para frenar al movimiento.

a) Minimizar el movimiento: Las televisoras Televisa y TV Azteca en sus noticiarios principales tenían una cobertura especial de las actividades del candidato del PRI. Al igual,

la prensa escrita en sus principales diarios como nacionales (*El universal* y *El Excélsior*) y regionales (Organización Editorial Mexicana) decidieron no otorgar ninguna mención o fotografías de las protestas, por el contrario, siguieron el nuevo discurso de campaña oficial para reposicionar a EPN como un candidato con las habilidades para enfrentar situaciones difíciles. De esa manera trataron de neutralizar su impacto en la sociedad y desacreditar su causa, exhibiendo las entrevistas de los líderes del partido y estrategias de campaña que dejaron en la mente de las personas a jóvenes “intolerantes” “entrenados” “de izquierda”, situación que dividió a la opinión pública (González Villarreal, 2013, pp. 45-47).

b) La filtración: dañó la reputación del movimiento que dejaron huellas lacerantes en la opinión pública, por los distintos modos en los que se dieron. En un primer momento el aprovechamiento por parte de los partidos políticos que buscaron utilizar el impacto del YoSoy132 a su favor; también, los individuos que ocasionaron violencia y vandalismo cuestiones que no respaldaban los integrantes del movimiento, pero “fue difícil deslindarse de esos actos en la opinión pública” (Galindo Cáceres y González-Acosta, 2013, pp. 150-151).

c) Instituciones cooptadas: La idea de Look acerca de levantar las manos al cielo cuando no existe un juez en la tierra para velar por los valores supremos de la humanidad, tiene mucho sentido en la sociedad mexicana, principalmente en la ciudadanía que pese a que evidenciaron la manipulación preelectoral y el fraude electoral, “registraron 350 videos sobre delitos electorales, en 700 fotografías la coacción, 500 denuncias ciudadanas

respaldadas con argumentos jurídicos” (Alonso, 2013) una suerte de más de 2700 reportes que el Tribunal Federal Electoral (TRIFE) no las consideró suficientes para invalidar el proceso electoral.

Se demostró cómo el entramado institucional opera como cómplice para frenar la efervescencia ciudadana; sin embargo, la nueva cultura política que dejó #YoSoy132 muestra que actualmente hay una mayor participación política mediante Internet en el país.

BIBLIOGRAFÍA

ALHESSEN, M. (2014), "Siria y Egipto la barrera del miedo ha caído", *Vanguardia*, núm. 50, pp. 29-35.

ALONSO, J. (2013), "Cómo escapar de la cárcel de lo electoral: el Movimiento #YoSoy132", *Scielo*, mayo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-92742013000200002

AMIPCI (2013), "Hábitos de los usuarios de Internet en México 2013", Asociación Mexicana de Internet: https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_Internet/estudio_habitos_Internet_2013.pdf

AMIPCI (2014), "Hábitos de los usuarios de Internet en México 2014", *Asociación Mexicana de Internet*: https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_Internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf

ARBESÚ VERDUZCO, L.I. (1998), "Mercadotecnia política", *Biblioteca Jurídica Virtual*: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=515>

ARDÉVOL, E. y G. SAN CORNELIO (2007), "Si quieres vernos en acción: YouTube.com", *Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet*, Bloc de Carmen Guarani: https://carmenguarani.files.wordpress.com/2007/11/ardevol_san_cornelio.pdf

ARDITI, B (2015), "La política distribuida de los rebeldes del presente: la acción en la era de la Web 2.0", *Academia Edu*: https://www.academia.edu/17769633/La_pol%C3%ADtica_distribuida_de_los_rebeldes_del_presente_la_acci3n_en_la_era_de_la_Web_2.0

ARENDT, H. (1958), *La condición humana*, Barcelona, Paidós.

ARTEAGA BOTELLO, N., y J. ARZUAGA MAGNONI, (2014), "Derivas de un performance político: emergencia y fuerza de los movimientos 131 y YoSoy132", *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 76, núm. 1, pp. 115-144.

BAÑUELOS, J. (2012), "Imagen política y democracia digital en México. Análisis semiótico de la imagen política en medios digitales: elecciones 2012", En C. Arango, J. Bañuelos, P. Ricaurte Quijano y G. Sosa Plata, *Esfera pública y tecnologías de la información y la comunicación*, México, Sinergia, pp. 15-58.

BÁRCENAS, J. (2015), "Ayotzinapa: un año narrado en redes sociales", *Animal Político*: <http://www.animalpolitico.com/2015/09/ayotzinapa-un-ano-narrado-en-redes-sociales-2/>

BASAVE, A. (2013), "Del 11-M al #YoSoy132: crónica de un movimiento denunciado", en J. Buj, *Universidad desbordada: jóvenes, educación superior y política*, México, UIA, pp. 15-43.

BECERRA, L. R. “El Auge de Internet”. En *Revista académica e institucional de la UCP* [En línea]. 2000. [Consulta: 20 de diciembre de 2015]. Disponible en: <http://biblioteca.ucp.edu.co/ojs/index.php/paginas/article/view/123>

BECK, U. (2012). *Una Europa Alemana*. Berlin, Alemania, Paidós.

CALDERÓN, F., Y SZMUKLER, A. (2014). “Los jóvenes en Chile, México y Brasil disculpe la molestia, estamos cambiando el país”. *Vanguardia*. Núm. 50, pp. 89-93.

CANSINO, C. (2010). *La revuelta silenciosa*. Puebla, México, Bénemerita Universidad Autónoma de Puebla.

_____. “Diez Tesis sobre el Homo Twitter”. Bloc de César Cansino *Textos Heréticos* [En línea]. 17 de Enero de 2012. [Consulta: 20 de Agosto de 2014]. Disponible en: <https://textoshereticos.wordpress.com/2012/01/17/diez-tesis-sobre-el-homo-twitter/>

_____. ”Hoy la democracia se juega en Twitter”. Bloc de César Cansino *Textos Heréticos* [En línea]. 3 de Enero de 2012. [Consulta: 20 de Noviembre de 2014] de Textos Heréticos: <http://textoshereticos.wordpress.com/2012/01/03/hoy-la-democracia-se-juega-en-twitter/>

CANSINO, C., SCHMIDT, S., Y NARES RODRÍGUEZ, G. (2014). *¿Democratizando la democracia? De la primavera árabe a los indignados*. Puebla, México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Juan Pablos Editor.

CÁRDENAS, J. “El proceso electoral 2006 y las reformas electorales necesarias”. En *Biblioteca Jurídica Virtual* [En línea]. 2011. [Consulta: 19 de Mayo de 2015]. Disponible en:

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/cconst/cont/16/ard/ard2.htm>

CARR, N. (2010). *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales*. Bogotá, Colombia, Taurus .

CASTELLANOS HERRERA, H. “El periodismo necesita inversión”. En *Milenio* [En línea]. 6 de Marzo de 2014. [Consulta: 21 de Enero de 2016]. Disponible en: http://www.milenio.com/firmas/horacio_castellanos_herrera/video-escandalo-exhibio_18_257554309.html

CASTELLS, M. (2002). “La Sociedad Red. Un marco analítico”. Bloc de Manuel Castells *Teorías para una nueva sociedad* [En línea]. 2002. [Consulta: 10 Marzo de 2015]. Disponible en:

<https://sociologiaunad.files.wordpress.com/2009/03/castells1.pdf>

_____. (1998). *La Era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Vol. II, Madrid, Siglo XXI.

- _____ (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid, España, Alianza Editorial.
- _____ (Enero-Marzo de 2014). “El poder en las redes”. *Vanguardia*, p. 110.
- _____ (7 de Octubre de 2000). “Internet y la Sociedad Red”. En *Universitat Oberta Catalunya*. [En línea]. 7 de Octubre de 2000]. Disponible en:
<http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html>
- _____ (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid, Alianza Editorial.
- CELORIO, M. (2011). *Internet y dominación. Hacia una sociología de la nueva espacialidad*. México, Plaza y Váldes Editores .
- CEREZO, J. (2011). *Libro de Twitter. Conectados en 140 caracteres*. Genes.
- CORTARELO, R. (2011). *La política en la era de Internet*. Valencia, Tirant Lo Blanch México.
- CRUZ JIMÉNEZ, F. (2011). *Las concesiones del poder*. México, Grupo Planeta Spain.
- DAHL, R. A. (1971). *La Poliarquía*. (3ª edición ed.). (J. M. San Marín, Trad.). Madrid, Tecnos.
- DE MAULEON, H. “De la red a las calles”. En *Nexos*. [En línea]. 1 de Septiembre de 2012. [Consulta: 15 de Marzo de 2016]. Disponible en:
<http://www.nexos.com.mx/?p=14969>
- DEBRAY, R. (1993). *El Estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. (H. Pons, Trad.). París, Manantial.
- ECO, U. (2015). *Número Cero*. Milán, Italia, Lumen.
- _____ (1968) *Apocalípticos e Integrados*. España, Lumen.
- EL ECONOMOMISTA. “Las 20 redes sociales más utilizadas en el mundo”. En *El Economista*. [En línea]. 26 de Noviembre de 2012. [Consulta: 20 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://listas.economista.es/tecnologia/1565-las-20-redes-sociales-mas-utilizadas-en-el-mundo>
- ESPINOZA VALLE, V. A. (2015). Yo Soy 132 y la elección presidencial 2012. En L. E. Concepción Montiel, y A. Sánchez Sánchez, *Democracia, redes y participación ciudadana*. p.301.
- EXPANSIÓN, E. “Del movimiento #YoSoy132 pasan a los micrófonos de Televisa”. En *Expansión en alianza con CNN*. [En línea]. 25 de Octubre de 2012. [Consulta: 20 Octubre de 2015]. Disponible en: <http://expansion.mx/nacional/2012/10/24/del-movimiento-yosoy132-pasan-a-los-microfonos-de-televisa>

_____. “La visita de Peña Nieto, motivo de abucheos de estudiantes en la Ibero”. En *Expansión*. [En línea]. 11 de Mayo de 2012. [Consulta: 28 de Julio de 2015]. Disponible en: <http://expansion.mx/nacional/2012/05/11/la-visita-de-pena-nieto-divide-a-estudiantes-en-universidad-iberoamericana>

FERNÁNDEZ, C., Y ANDREW, P. (2000). *El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México, Grijalbo.

GALAN, J. “Cuando el 'cuarto poder' se constituye en cuarto poder: propuestas”. En *Universidad de La Sabana*. [En línea]. Marzo de 2014. [Consulta: 20 de Agosto de 2015] Disponible en:

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2666/3389>

GALINDO CÁCERES, J. (2013). Las nuevas tecnologías de información, comunicación y las políticas culturales en México. Comunicología e ingeniería en comunicación social del servicio de redes sociales Facebook. En O. Islas, & P. Ricaurte, *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*. México, Razón y Palabra, pp. 31-45.

GALINDO CÁCERES, J., Y GONZÁLEZ-ACOSTA, J. I. (2013). *#YoSoy132 La Primera Erupción Visible*. México, Global Talent University Press.

GONZÁLES MENDOZA, V., Y PETERSEN, M. D. “Alcance de Twitter como herramienta política”. En *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*. [En línea]. 2010. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/709/70916426006.pdf>

GONZÁLEZ, L. M. (2012). “Las élites extractivas”. *Expansión*. Núm. 1103, p. 224.

GONZÁLEZ VILLARREAL, R. (2013). *El acontecimiento #YoSoy132. Crónicas de la multitud*. D.F., México, Editorial Terracota.

GRANADOS, O. “¿Cómo fue el sexenio de Miguel de la Madrid?”. En *Animal Político*. [En línea]. 03 de Abril de 2012. [Consulta: 20 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.animalpolitico.com/2012/04/como-fue-el-sexenio-de-miguel-de-la-madrid-2/>

GRAÑA, R. “¿Qué es y cómo funciona el WiFi?”. En *Cómo funciona qué*. [En línea]. 8 de Abril de 2015. [Consulta: 15 de Enero de 2016]. Disponible en: <http://comofuncionaque.com/como-funciona-el-wifi/>

GUERRERO, M. A. (2010). Los medios de comunicación y el régimen político. En S. Loaeza, y J.-F. Prud'homme, *Instituciones Y Procesos Políticos*. Vol. XIV. México, Colegio de México, pp. 231-302.

HERRERA, M. “Caso ‘Lady Profeco’: mensaje a los políticos”. En *Forbes México*. [En línea]. 17 de Mayo de 2013. [Consulta: 20 de Enero de 2016]. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/caso-lady-profeco-mensaje-a-los-politicos/>

HUNTINGTON, S. P. (1991). *La tercera ola. La democratización a finales del siglo XX*. (J. Delgado, Trad.). Barcelona, Paidós .

INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL. “Las elecciones del primero de julio: Cifras, datos, resultados”. En *Instituto Federal Electoral*. [En línea]. 28 de Junio de 2012. [Consulta: 20 de Enero de 2016]. Disponible en:

<http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/CNCS/CNCS-IFE-Responde/2012/Julio/Le010712/Le010712.pdf>

ISLAS, O. “Cifras sobre jóvenes y redes sociales en México”. En *Entre textos*. [En línea]. Abril-Julio de 2015. [Consulta: 30 de Diciembre de 2015]. Disponible en:

<http://entretextos.leon.uia.mx/num/19/PDF/ENT19-1.pdf>

LABIO, A. (2005). “Poder y manipulación informativa”. En *Razón y palabra*. [En línea]. Febrero-Marzo 2005. [Consulta: 20 de Febrero 2014]. Disponible en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n43/alabio.html>

LAGO, S., & MAROTIAS, A. “Los Movimientos Sociales en la Era de Internet”. En *Razón y Palabra*. [En línea]. Enero-Junio de 2006. [Consulta: 28 de Marzo de 2015]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520736012>

LLAMAS ARÉCHIGA, B. “Una aproximación teórica a la estrategia del marketing político”. En *Revista Investigación Académica Sin Frontera*. [En línea]. 2014. [Consulta: 20 de Febrero de 2015]. Disponible en:

<http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/inicio/wp-content/uploads/2014/02/SF19.pdf>

LINZ, J. (1987). *La quiebra de las democracias*. Madrid, Alianza Editorial.

LOAEZA, S., Y PRUD' HOMME, J. F. (2010). *Los grandes problemas de México, tomo XIV, “Instituciones y procesos políticos”*. México, Colegio de México.

LOCKE, J. *Ensayo sobre el gobierno civil* (8ª edición ed.). México, Gernika.

LÓPEZ CARRILLO, O. R. “Pensar (con y sin) el Estado. El reformismo y la autonomía en el movimiento #Yosoy132 de la ciudad de Guadalajara, Jalisco”. En *Cuarto Congreso Nacional de Ciencias Sociales*. [En línea]. Marzo de 2014. [Consulta: 20 de Octubre de 2015]. Disponible en:

https://www.academia.edu/9433371/_Pensar_con_y_sin_el_Estado._El_reformismo_y_la_autonom%C3%ADa_en_el_movimiento_Yosoy132_de_la_ciudad_de_Guadalajara_Jalisco._4to_Congreso_Nacional_de_Ciencias_Sociales

LORENZO, A. “Las redes sociales comienzan a verse como el quinto poder”. En *El Economista*. [En línea]. 30 de Enero de 2012. [Consulta: 20 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.eleconomista.es/tecnologia-Internet/noticias/3706863/01/12/Las-redes-sociales-comienzan-a-verse-como-el-quinto-poder.html>

MAESTRE, A. (2014). De la indignación falsa a la real . En C. Cansino, S. Schmidt, y G. Nares Rodríguez, *¿Democratizando la democracia?*. Puebla, México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, pp. 103-120.

MAFFESOLI, M. (2004). *La transfiguración de lo político* . (D. Gutiérrez Martínez, Trad.) Francia, Herder.

MCLUHAN, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. (P. Ducher, Trad.) Massachusetts, EE. UU.: Paidós.

MONTALVO ORTEGA, E. (2007). Democracia y Reforma del Estado (2000-2006). En A. A. Solís de Alba, M. Ortega, A. Marina Flores, y N. Torres, *Balance del sexenio foxista y perspectivas para los movimientos sociales*. México: ITACA. pp.338-350.

MONTERDE MATEO, A., CARRILLO MARTIN, R., ESTEVE DEL VALLE, M., Y ARAGÓN, P. (2015). *#YoSoy132: ¿Un nuevo paradigma en la política Mexicana?*. España, Internet Interdisciplinary Institute.

NAFRÍA, I. (2007). *Web 2.0: el usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona, España, Grupo Planeta.

NIETO, A. “Las 40 redes sociales más populares”. En *Web Empresa 2.0*. [En línea]. 2012. [Consulta: 26 de Diciembre de 2015]. Disponible en:

<http://www.webempresa20.com/blog/456-las-40-redes-sociales-mas-populares.html>

OKAZAKI, S., RUBIO BENITO, N., Y CAMPO MARTÍNEZ, S. “Antecedentes de las redes sociales como canales de comunicación promocional para los jóvenes”. En *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*. [En línea]. Septiembre de 2012. [Consulta: 5 de Marzo de 2015]. Disponible en:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600139>

OLOZFERA. “México, el segundo país con más usuarios en Twiter en América Latina”. En *Olozfera*. [En línea]. 28 de Agosto de 2015. [Consulta: 30 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.olozfera.com/blog/méxico-twitter-américa-latina>

OPRINARI, P. (2014). Apuntes sobre la huelga de fin de siglo . En S. Moissen, *#juventudenlascalles 68.99.YoSoy132*. México, Ediciones Armas de la Crítica, pp. 185-210.

_____ (2014). El #YoSoy132: Un nuevo despertar de la juventud mexicana. En S. Moissen, *#juventudenlascalles 68.99.YoSoy132*. México, Ediciones Armas de la Crítica, pp. 211-224.

PAMPILLO BALIÑO, J. P. (2008). *El PRI, el sistema político mexicano y la transición democrática*. México, Ediciones de Educación y Cultura .

PARADINAS, J. “Suspicias en torno a que Televisa organice el Mundial-86”. En *El País*. [En línea]. 13 de Octubre de 1983. [Consulta: 13 de Abril 2014]. Disponible en: http://elpais.com/diario/1983/10/13/deportes/434847613_850215.html

PASQUINO, G. “De la democracia de comparsas a la democracia de protagonistas”. En *Psicología Política*. [En línea]. 2000. [Consulta: 24 de Agosto de 2015]. Disponible en: <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N20-1.pdf>

PÉREZ DE ACHA, G. “Por qué me salí de #SinFiltro”. En *Animal Político*. [En línea]. 28 de Noviembre de 2012. [Consulta: 2 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2012/11/28/el-error-de-legitimar-esquemas-oxidados/>

POPULATION PYRAMID. “Mundo 2015”. En *Population Pyramid*. [En línea]. 2015. [Consulta: 10 de Febrero de 2016]. Disponible en:

<https://populationpyramid.net/es/mundo/2015/>

PROCESO, R. “Líder de #Yosoy132 una estrella más de Televisa; le llueven críticas”. En *Proceso*. [En línea]. 24 de Octubre de 2012. [Consulta: 13 de Octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/323385/lider-de-yosoy132-una-estrella-mas-de-televisa-le-llueven-criticas>

R3CR3O. “131 Alumnos de la Ibero responden”. [Video de YouTube]. 14 de Mayo de 2012. [Consulta: 28 de Julio de 2015]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=P7XbocXsFkI>

RAPHAEL, R. “¿Quién grabó a los dipu-tables?”. En *Sin Embargo*. [En línea]. 5 de Agosto de 2014. [Consulta: 10 de Enero de 2016]. Disponible en:

<http://www.sinembargo.mx/opinion/15-08-2014/26401>

REDACCIÓN AN. “‘Lady Profeco’ mete en problemas a su papá”. En *Aristegui Noticias*. [En línea]. 28 de Abril de 2013. [Consulta: 20 de Enero de 2016]. Disponible en: <http://aristeguinoticias.com/2804/mexico/lady-profeco-mete-en-problemas-a-su-papa/>

REDACCIÓN EXCELSIOR. “Tras el escándalo panista, los memes en redes contra 'diputables'”. En *Excelsior*. [En línea]. 12 de Agosto de 2014. [Consulta: 10 de Enero de 2016]. Disponible en:

<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/08/12/975876#imagen-6>

REGUILLO, R. “Reflexiones iniciales en torno a #YoSoy132”. Blog de redacción de Magis. [En línea]. 28 de Mayo de 2012. [Consulta: 20 de Enero de 2016] Disponible en: <http://www.magis.iteso.mx/redaccion/reflexiones-iniciales-en-torno-yosoy132>

_____. “Ayotzinapa, el nombre del horror”. En *Revista Anfibia*. [En línea]. Octubre de 2014. [Consulta: 13 de Marzo de 2015]. Disponible en:

<http://www.revistaanfibia.com/ensayo/ayotzinapa-el-nombre-del-horror/>

RENDUELES, C. (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era digital*. México/ Colombia, Debate.

RICAURTE QUIJANO, P. (2013). Redes ciudadanas en la era digital: La nueva esfera pública. En O. Islas, y P. Ricaurte, *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*. México, Razón y Palabra, pp. 140-156.

RIUS91. “Huida de Peña Nieto de la Ibero”. [Video de YouTube]. 11 de Mayo de 2012. [Consulta: 28 de Julio de 2015]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=3OV0A8t1PfA>

RODRÍGUEZ, Á. (Enero-Marzo de 2014). “La pérdida del monopolio”. *Vanguardia*, núm. 50, p.3.

RODRÍGUEZ CANO, C. (2013). *Comunicación en Red, Política en Movimiento*. México, Razón y Palabra.

ROSANVALLON, P. (2006). *La Contrademocracia. La política en la era de la desconfianza*. París, Francia, Manantial, Buenos Aires.

RUIZ, A. “#MeEscondoEnElBañoComoEPN se convierte en TT; tuiteros vuelven meme a Peña Nieto... otra vez”. En *Elecciones 2012*. [En línea]. 11 de Mayo de 2012. [Consulta: 27 de Febrero de 2014]. Disponible en: <https://elecciones2012mx.wordpress.com/2012/05/11/meescondoenelbanocomoepn-se-convierte-en-tt-tuiteros-vuelven-meme-a-pena-nieto-otra-vez/>

SANDOVAL BALLESTEROS, N. (2012). “Las metiras sobre Atenco”. *Proceso* (1856), pp. 43-44.

SANTAMARINA CAMPOS, B. (2008). Movimientos sociales: una revisión teórica y nuevas aproximaciones. *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia*, núm. 22, pp. 112-131.

SARTORI, G. (1987). *¿Qué es la democracia?* (1º edición ed.). (M. Á. Ruiz de Azúa, Trad.) México, Taurus.

- SCHERER GARCÍA, J. (2012). *Calderón de cuerpo entero*. México, Grijalbo.
- SCHUMPETER, J. (1946). *Capitalismo, socialismo y Democracia*, Madrid, Guadarrama Madrid.
- SILVA, R. (1998). *Los Espacios Públicos en Iberoamérica. Ambigüedades y problemas Siglos XVIII-XIX*. México, Fondo de Cultura Económica.
- SORIA, V. M. (2007). Resultados negativos de la política de Vicente Fox. En A. A. Solís De Alba, M. Ortega, A. Mariña Flores, y N. Torres, *Balance del sexenio foxista y perspectivas para los movimientos sociales*, México, Ítaca, pp. 19-40.
- SOSA PLATA, G. (2012). #YoSoy132: jóvenes frente a las redes sociales y la democratización de los medios de comunicación. En C. Arango, J. Bañuelos, P. Ricaurte Quijano, y G. Sosa Plata, *Esfera pública y tecnologías de la información y la comunicación*. México, Instituto Electoral del Distrito Federal, pp. 81-119.
- SUBIRATS, J. “Democracia como forma de vida”. En *El País*. [En línea]. 24 de Enero de 2015. [Consulta: 20 de Agosto de 2015]. Disponible en:
http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/01/24/catalunya/1422132625_282394.html
- TARROW, S. (1998). *El poder en movimiento*. Madrid, Alianza Editorial.
- TEJEDA ÁVILA, R. “Amigos de Fox, breve historia de un “partido” efímero”. En *Redalyc*. [En línea]. septiembre-diciembre de 2005. [Consulta: 19 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13803403>
- TORRES VARGAS, G. A. “El uso del término “redes sociales” y algunas confusiones”. En *Scielo*. [En línea]. 2008. [Consulta: 20 de enero de 2015]. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2008000200001&lng=es&tlng=es
- TREJO DELABRE, R. “El imperio del marketing político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas”. En *América Latina Hoy*. [En línea]. 25 de agosto de 2000. [Consulta: 16 de Febrero de 2015]. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30802503>
- _____. “Cultura, intercambio y pensamiento en la era de Facebook”. En *Viviendo el Aleph*. [En línea]. 2010. [Consulta: 30 de Agosto de 2015]. Disponible en: <https://lared.wordpress.com/2014/02/05/cultura-intercambio-y-pensamiento-en-la-era-de-facebook/>
- _____. (2000). Internet y sociedad urbana Cuando el ciberespacio y la calle se complementan. En S. Finkelievich, *¡Ciudadanos, a la red!*. Buenos Aires, Argentina, La Crijía. pp. 26-39.

UNIVISIÓN. “¿Qué marcó al gobierno de Felipe Calderón?”. En *Univisión*. [En línea]. 30 de noviembre de 2012. [Consulta: 18 de Mayo de 2015]. Disponible en: <http://noticias.univision.com/article/1360543/2012-11-30/mexico/noticias/felipe-calderon-entrega-poder-balance-seguridad>

VALLEJOS, F. “El estrategia detrás del triunfo de Obama en las elecciones”. En *Forbes México*. [En línea]. 22 de Septiembre de 2014. [Consulta: 22 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/el-estratega-detras-del-triunfo-de-obama-en-las-elecciones/>

VARELA, H. (2012). El movimiento “Más de 131”: de la invisibilidad a la ocupación del espacio público. En J. Buj, *Universidad desbordada: jóvenes, educación superior y política*. México, Universidad Iberoamericana, pp. 75-92.

VÁZQUEZ, R. “México, primer lugar en penetración Social Media”. En *Forbes México*. [En línea]. 31 de Julio de 2014. [Consulta: 20 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/mexico-primer-lugar-en-penetracion-social-media/>

VERGARA, J. (2014). El 68 mexicano: Limitaciones y alcances de una gesta heroica. En S. Moissen, *#juventudenlascalles 68.99.YoSoy132*. México, Ediciones Armas de la Crítica, pp. 133-157.

VILLAMIL, J. (2012). *Peña Nieto el gran montaje*. México, Grijalbo.

WE ARE SOCIAL. “Estadísticas mundiales 2015: Internet, social media y móvil”. Bloc de Esmeralda Díaz. [En línea]. 10 de Mayo de 2015. [Consulta: 30 de Diciembre de 2015]. Disponible en: <http://www.esmeraldadiazaroca.com/2015/05/estadisticas-mundiales-2015-Internet.html>

Yin, R. (2013). *Investigación sobre estudio de casos. Diseño y Métodos*. (2ª). Londres, SAGE Publications.