

El uso de las redes sociales en la comunicación política como un nuevo modelo de participación ciudadana

YUNUEN FLORES FARFÁN*

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad identificar de qué manera las redes sociales influyen en la participación ciudadana sobre temas políticos y cómo la sociedad interactúa en este proceso. Desde este punto de vista, la sociedad está modificando y cambiando la forma en que se genera la comunicación política, pues son estas plataformas las que permiten que la sociedad participe continuamente en el proceso de información y que se abra paso a una comunicación política bidireccional. El objetivo general es analizar el efecto de las redes sociales respecto del proceso de comunicación política, con la finalidad de identificar la participación activa de los jóvenes. La investigación está basada en un estudio mixto, con aplicación de encuestas y grupos de enfoque a jóvenes universitarios de la ciudad de Puebla. Existe un especial interés en resaltar que desde la perspectiva de la comunicación estratégica, los ciudadanos con el uso de las redes sociales se han convertido en productores de una comunicación bidireccional. Finalmente se concluye que las redes sociales no sólo han sido un canal con flujo de información inmediata, sino que han modificado la forma en que se hace la comunicación política, tomando este instrumento como un punto de referencia para los medios tradicionales de comunicación.

Palabras clave: Redes Sociales, participación ciudadana, comunicación política.

ABSTRACT

The purpose of this article is to identify the different manners in which social networks influence the citizen participation on political top-

* Estudiante de la Maestría en Comunicación Estratégica de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo electrónico: yunuen.farfan@hotmail.com

ics and how society interacts in this process. From this point of view, society modifies the way in which political communication is generated, given that it is these sorts of platforms that allow society to continuously participate in the information process and enter a two-way political communication. The general objective of this document is to analyze the effect of social networks in regarding the political communication process, aiming to uncover the active participation of youth. This research is based on a mixed study, utilizing surveys and specific groups of university students in the city of Puebla. There is a particular interest to emphasize the fact that –from the view of strategic communication- common citizens throughout the use of social networks have become creators of a two-way kind of communication. Finally, the conclusions are that social networks have been not only a channel with an instant information flux, but have also modified the manner in which political communication is generated; taking into account these instruments as a reference to be compared to the conventional communication means.

Keywords: Social networks, citizen participation, political communication.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la comunicación política ha adquirido un nuevo papel, basado en la movilización de la ciudadanía para ganar las batallas de la significación sobre lo que es y debería ser el buen gobierno, teniendo como base un buen discurso político y una política comunicativa e incluyente.

No obstante, las sociedades se transforman y constantemente se plantean nuevos enfoques, se elaboran nuevos conceptos y se diseñan nuevas tecnologías que influyen en la forma de vida de las personas, por lo tanto, el desarrollo de las tecnologías en la comunicación política y en su forma de expresión, adquiere diferentes connotaciones contextualizadas de los hechos y sus protagonistas.

Para muchos autores como Castells (2001), Scaan Maturana (2009), Rheingold (2005), o De Ugarte (2007), los sitios de redes sociales están significando un nuevo espacio de expresión social, de reclamos, de unión y de organización ciudadana. En un sentido amplio, las redes sociales han existido desde siempre, desde el comienzo de la historia del hombre, como forma de reunión e interacción humana.

Pero el desarrollo tecnológico, el predominio de las redes sociales en el mercado y las nuevas condiciones culturales y sociales, han cambiado la forma de hacer política en México. Hoy se habla de plataformas digitales políticas como espacios de opinión, de estrategias de comunicación en lugar de posicionamiento. El dilema es, el uso de las redes sociales en la política como instrumento de penetración y como punto de referencia en la percepción de la sociedad.

Concebido de esta forma, la influencia que pudiera tener el proceso de comunicación a través del uso de las redes sociales se crea y fortalece como “fuente auténtica”, ya que el fenómeno de las redes sociales ha permitido el fortalecimiento de las habilidades de comunicación y creación de nuevos códigos de comprensión. Facilita el flujo de información y divulgación de la misma, rompiendo barreras de espacio y tiempo.

Por todo esto, es necesario estudiar la relación de comunicación política, sociedad e influencia de redes sociales, más allá de lo instrumental, es decir, independientemente de contar con herramientas tecnológicas como facebook o Twitter, lo importante es comprender la interacción que actualmente se está dando entre sociedad y gobierno a través de estas plataformas, y cómo contribuye a una significación distinta de comunicación política, pues existe una reconstrucción de lo

público, en el empoderamiento de grupos sociales y en la creación de espacios de discusión y reconocimiento como nuevas formas de expresión.

DESARROLLO

A medida que la tecnología va avanzando, la manera en la que los seres humanos conviven y se comunican también cambian. Invariablemente las formas de interacción evolucionan, de tal suerte que en la actualidad, bajo la óptica de un mundo globalizado y la idea de posmodernidad, el individuo no sólo ha utilizado las herramientas tecnológicas para resolver problemas laborales sino también como un modo de convivencia, comunicación e interacción social.

Las instituciones políticas son uno de los sujetos de creación de información más importantes en la sociedad, y su información es fundamentalmente de carácter político. Las técnicas de comunicación política de estas instituciones tienen una serie de características diferenciadas de las puramente técnicas electorales, y se refieren más directamente a la eficacia de la relación entre política y comunicación.

Según McLuhan (1998), los medios de comunicación de masas han venido transformado la forma de vida de los hombres y también de la relación que llevan con el contexto que los rodea, es así, que adquieren la cualidad de poder construir ramificaciones de la capacidad de conocer e interpretar diversos escenarios, pues "construyen un lenguaje social específico, que hace cambiar nuestras percepciones sobre la sociedad y nuestras relaciones con los demás".

En un principio la comunicación política se designó al estudio de la comunicación de gobierno para el electorado. Hoy en día el hablar de comunicación política es hablar más allá de lo referente a la esfera de lo que hace un gobierno en temporada de elecciones. La comunicación política abarca el estudio del papel de la comunicación en la vida política en el sentido lato, e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad.

La comunicación política no sólo puede abarcar diversos campos semánticos, sino que también sirve para identificar la transmisión de signos o de símbolos tendientes a que el receptor realice o se abstenga de hacer una acción real o virtual. Es decir, la comunicación política consiste en el estudio de la relación entre los tres vértices del triángulo formado por: los medios de comunicación, la participación y la ciudadanía.

En este tenor, Rospir (1999), ha identificado principalmente cinco repercusiones de los medios de comunicación sobre la práctica de la comunicación política. Al primero lo define como el de la estandarización del proceso de fabricación de la noticia. Con ello quiere decir que una serie de elementos juegan por regla en la construcción de las noticias. El segundo fenómeno es el de los debates, que constituyen el rito más significativo de las campañas electorales. Son un requisito indispensable en las democracias actuales. En esos formatos, los candidatos van a ganar, no a discutir, y en este rubro la televisión se erige como protagonista porque representa la ventana al mundo de ese rito, y es a la vez un juez que decreta ganadores y perdedores.

El tercer elemento es el de la personalización de la política, la imagen y el nuevo liderazgo político. Centrarse en la figura y no en la institución es la tendencia actual seguida. Las cualidades de una buena administración hoy en día constituyen, no una inteligente y congruente elaboración del discurso, sino a su capacidad de saber manejarse en los medios. La cuarta aportación de los norteamericanos al uso de la televisión en la comunicación política es el **spot**. Elemento central del actual modelo de campaña en Gobierno. El último elemento que está ligado a este estudio, se trata de la comunicación política, que ha generado la irrupción de profesionales en el campo que, ajenos al mundo de la política se colocan en el centro de ésta porque son los encargados de diseñar las estrategias de campaña del político.

Política y comunicación son consustanciales, porque la primera gira en torno a la relación entre gobernantes y gobernados, y en la segunda se adquiere visibilidad y eficacia. La comunicación política no es la política, pero la política, parte considerable de ella, es o se produce en la comunicación política.

La moderna comunicación de gobierno supone la implementación conjunta de estrategias relacionales que posibiliten lograr una mejor posición competitiva en la mente de los ciudadanos. La comunicación política implica, ante todo, un pormenorizado estudio de la realidad. En el fondo, la cuestión planteada en el ámbito de la comunicación política, no es lograr una comunicación libre de distorsiones, sino transformar el poder social en poder comunicativo y el poder comunicativo en poder político.

La comunicación política debería ser caracterizada como un proceso de interacción social, esto es, como un conjunto más o menos amplio de actores que, con recursos, intereses y percepciones diversas, desarrollan estrategias y pautas de

interacción en el seno de marcos institucionales específicos, referidos a la dinámica socio-política en su conjunto y a políticas públicas en particular. Es indudable que el acceso y el uso de internet y otras tecnologías de información y comunicación como las redes sociales, han promovido el intercambio de información y ha conducido a nuevos paradigmas de cooperación, colaboración e intercambio.

LAS REDES SOCIALES INMERSAS EN EL PROCESO DE PARTICIPACIÓN

Actualmente, los ciudadanos están más ocupados y preocupados por interactuar en la forma de llevar a cabo una relación con el gobierno, pues la atención y observación está centrada en lo que se hace, pero sobre todo en lo que no se hace. En los últimos años, las redes sociales han crecido de manera acelerada posicionándose como los espacios de encuentro más populares en Internet.

Félix Requena (2008), apunta que la redes sociales, nos ayudan a ver la organización social desde otro punto de vista, esto es a partir de un modelo diferente que no concibe la sociedad como una gran jerarquía estructurada y ordenada... por lo tanto, las redes sociales tiene una cualidad muy importante, que es que van más allá de las fronteras de un grupo: son más difusas, más dispersas y llegan a más sitios, porque son el medio para que circule una información siempre más contextualizada que la que circula por otros canales más rígidos y formalizados.

Las redes sociales en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos. (Castro, L. 2003)

De igual manera, las sociedades se transforman y constantemente se plantean nuevos enfoques, se elaboran nuevos conceptos y se diseñan nuevas tecnologías que influyen en la forma de vida de las personas, por tanto, el desarrollo de las tecnologías en la comunicación política y en su forma de expresión, adquiere diferentes connotaciones contextualizadas de los hechos y sus protagonistas.

El desarrollo tecnológico, el predominio de las redes sociales en el mercado y las nuevas condiciones culturales y sociales, han cambiado la forma de hacer política en México. Hoy se habla de plataformas políticas como espacios de opinión, de estrategias de comunicación en lugar de posicionamiento. El dilema es, el uso de las redes sociales en la política como instrumento de penetración y como punto de referencia en la percepción de la sociedad.

Concebido de esta forma, la influencia que pudiera tener el proceso de comunicación a través del uso de las redes sociales se crea y fortalece como “fuente auténtica” ya que el fenómeno de las redes sociales ha permitido el fortalecimiento de las habilidades de comunicación y creación de nuevos códigos de comprensión, facilita el flujo de información y divulgación de la misma, rompiendo barreras de espacio y tiempo.

Por ello, es necesario ponderar la relación de comunicación política, sociedad e influencia de redes sociales, más allá de lo instrumental, es decir, independientemente de contar con herramientas tecnológicas como facebook o Twitter, lo importante es comprender la interacción que actualmente se está dando entre sociedad-gobierno a través de estas plataformas y cómo contribuye a una significación distinta de comunicación política.

Sin duda, las redes sociales no sólo han sido un canal con flujo de información inmediata, sino que además son un

punto de referencia para los medios tradicionales de comunicación. En esta relación es necesario comprender cómo las redes sociales pueden constituir un espacio de reconocimiento social y de nuevas formas de expresión.

Nadie cuestiona que la incorporación de internet y de las redes sociales en la gestión pública ha marcado un parteaguas en el marco de estrategias de gobierno electrónico, pues su finalidad es difundir las acciones de bienes y servicios públicos, y en el incremento de la calidad y eficiencia de los procesos administrativos. Sin embargo, cabe preguntarse si ese tipo de fenómenos han contribuido a cambiar y mejorar las formas de participación ciudadana en México. Los actores políticos y sociales reclaman y admiten una necesidad de participación, pero hay que tomar en cuenta que cada uno de estos actores le da significados diferentes.

En México existe una limitada experiencia en materia de participación ciudadana, y más aún bajo esquemas tecnológicos, ya que esto se refiere al espacio político de la expresión de las preferencias de la ciudadanía, pero sólo pueden ser utilizadas en condiciones políticas muy específicas. Es así que los actores involucrados hablan de este tema de manera figurativa, lo que deja al descubierto una notable ausencia de tradiciones participativas. En efecto, hoy no se podrían desligar características de la administración pública del componente de la participación ciudadana, por lo que es necesario aclarar que existen diferentes definiciones directamente relacionadas con el escenario en el que se encuentre alguna situación.

Por ello, entenderemos el concepto de participación como “...la intervención organizada de ciudadanos individuales o de organizaciones sociales y civiles en los asuntos públicos, que se lleva a cabo en espacios y condiciones definidas, esto es, en interfaces socio estatales”

Isunza (2006), “que pueden o no estar definidas por la ley y que permiten el desarrollo de una capacidad relativa de decisión en materia de políticas públicas, control de la gestión gubernamental y/o evaluación de las políticas públicas a través de diversas formas de contraloría ciudadana” Olvera (2007).

Se puede deducir de lo anterior, que la participación es un proceso de generación de conciencia crítica y propositiva en el ciudadano. La participación no es realmente efectiva mientras no vaya modificando y ampliando las relaciones de poder. La participación en la democracia tiene un papel limitado en el ejercicio del poder: los ciudadanos eligen a sus gobernantes, pero una vez hecho esto, se desligan y alejan de los asuntos públicos y políticos hasta que llega la nueva elección. En este modelo democrático el sistema funciona sin una intervención, interés o participación directa de los ciudadanos en los asuntos de Gobierno.

Contrario a lo anterior, en la concepción participativa de la sociedad, el ciudadano es mucho más que un elector, pues además de votar para elegir a sus gobernantes y representantes, participar directamente en la toma de decisiones públicas, así como en la elaboración, ejecución, crítica y evaluación de proyectos y acciones que inciden directamente en la calidad de vida de los habitantes.

Para tener una democracia de este tipo, la ciudadanía debe estar dispuesta a participar de acuerdo con ciertos principios. Igualmente, se requiere que entre las autoridades y los habitantes haya una comunicación fluida. Es fundamental que el concepto de participación ciudadana en la vida política pueda deslindarse del tema de elecciones, pues no sólo se puede retomar esta característica en el periodo de cambio de administración en cualquiera de los tres niveles. Se trata más bien de inculcar, dentro de la política, que la participación ciudadana es una

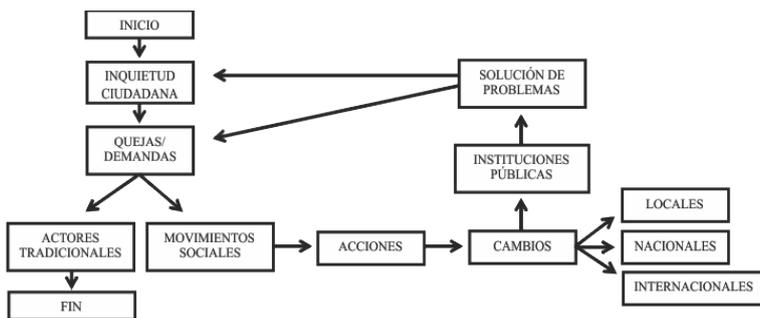
manifestación de igualdad de oportunidades que deben tener todos los ciudadanos en cualquier periodo o proceso, o en acciones y decisiones que atañen el bienestar del país.

En el periodo de transición participativa, se ha dado una polémica en el campo de la rendición de cuentas, especialmente a la creación del IFAI y a la relación que se estableció entre el ejercicio de la transparencia como medio y la rendición de cuentas como fin, pero la sociedad ha venido reclamando este tipo de inclusión en la vida política del país, pues lo que se busca finalmente es el reconocimiento de las demandas sociales y no sólo de ser parte de un proceso institucional de participación.

Actualmente existen programas y redes específicas en materia, como los comités ciudadanos, pues han ayudado a contrarrestar el poder de las autoridades, dando voz y voto a los ciudadanos y, en muchos casos, han logrado detener acciones políticas que afectaban a la ciudadanía. Asimismo, los comités ciudadanos han conseguido mejoras en la infraestructura y en el mejoramiento de servicios.

La participación ciudadana en línea puede ser abordada desde distintas perspectivas que se interrelacionan: la relación gobierno-ciudadanos, la interacción social en línea como fenómeno cultural, entre otras. Dentro de las redes, la inmediatez de la comunicación y de la transmisión de opiniones y contenido, las convierte en un potente instrumento social. Los movimientos ciudadanos se organizan a través de las redes sociales originando hechos históricos como la "Internetnecesario en México", "YoSoy132", o el reciente "EPNvsInternet".

Las formas en que la administración pública facilitan una interacción con la ciudadanía en función de sus intereses, necesidades, expectativas y percepciones es:



Lo anterior demuestra que las sociedades que han utilizado la participación ciudadana como una forma de resolver los problemas que las aquejan han logrado grandes beneficios, ya que la comprensión y el conocimiento directo de las problemáticas cotidianas aunados a la necesidad de resolverlas, facilitan el consenso y el acuerdo para desarrollar acciones encaminadas a darles solución, por lo que corresponde a todos los actores sociales impulsarlas desde todos los ámbitos posibles.

Hay que recordar que la participación (institucionalizada o no) tiene como objetivo influir en una decisión y, en principio, parece que hay muchos centros de decisión fuera del alcance de los ciudadanos. Las empresas transnacionales son el ejemplo más conocido.

Pero por lo que se refiere a las decisiones que toman los gobiernos, la relativa falta de influencia de los ciudadanos en la actual democracia representativa se ve compensada por la fuerza de ciertos movimientos sociales, como los ecologistas y feministas, pero sobre todo de temas políticos, hecho importantes en instrumentos de participación como las redes sociales.

En respuesta a esto, la sociedad civil surge de un proceso asociativo a partir de la toma de conciencia y con fines específicos que responden a un problema común que el Estado no ha podido o no ha querido resolver, su

participación debe ser encausada y promovida por el gobierno, puesto que es una intermediaria entre la esfera privada y el Estado mismo.

La exclusión de la sociedad en la esfera política le obliga a la sociedad civil a buscar una voz y la encuentra en el tratamiento de las declaraciones manifestadas en las redes sociales. Por medio de la participación ciudadana se puede ser parte de la toma de decisiones y cooperar de manera responsable con las instituciones del Estado, o de otra forma, demandar de ellas una actuación responsable.

La participación ciudadana en cuestiones de política ha tomado cuerpo a través de la intensidad y diversidad con la que los actores sociales, individuales y colectivos, tratan de hacer valer sus intereses en la toma de decisiones que subyacen a las políticas públicas, pretendiendo con ello, tomar parte en el diseño de las orientaciones de cambio social que aquellas implican.

El capital social, analizado en innumerables ocasiones por sociólogos y antropólogos como Pierre Bourdieu, lo consideran como el valor de la colaboración e intercambio entre grupos, a través de una red de relaciones que permite el acceso a determinados recursos para el beneficio grupal e individual, cobra un nuevo significado a la luz de las modernas maneras de interrelación que producen las redes sociales.

Esta relación entre capital social e Internet actualiza la clásica relación entre asociaciones civiles y democracia en el espacio de los flujos. En otros términos, las redes sociales, especialmente la convergencia entre Internet y la telefonía móvil, permiten una interacción horizontal, o par a par entre los ciudadanos, afirman la visión horizontal de la política y representan un desafío a la idea vertical centrada en el sistema democrático representativo.

En otros términos, el capital social virtual se manifiesta en la web como construcción de redes sociales y comunidades virtuales, promoviendo el compromiso cívico, la confianza, la reciprocidad, el sentido de pertenencia y la identidad social, todos valores propios de las sociedades democráticas. Aunque estos aspectos sólo son válidos para quienes usan las redes sociales y continúan vedados para quienes padecen la brecha digital. Su funcionalidad y universalidad tienen una repercusión compleja en la sociedad, su impacto, tanto global como local, se incrementa y desarrolla a cada minuto con nuevas utilidades que dan lugar a cambios sustanciales para la colectividad y los individuos.

Es fundamental que el concepto de participación ciudadana en la vida política pueda deslindarse del tema de elecciones, pues no sólo se puede retomar esta característica en el periodo de cambio de administración en cualquiera de los tres niveles. Se trata más bien de inculcar, dentro de la política, que la participación ciudadana es una manifestación de igualdad de oportunidades que deben tener todos los ciudadanos en cualquier periodo o proceso, o en acciones y decisiones que atañen el bienestar del país.

A pesar de que estudios de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), en su publicación sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2013, reflejó que de un total de usuarios encuestados en la muestra, el 92% dice acceder a una red social, y que, además el 74% de internautas son jóvenes entre los 18 y 25 años de edad, parece que los políticos y los equipos de campaña no terminaron de entender cómo usar las redes sociales a su favor, creyendo que son una especie de caja mágica sólo para ganar elecciones.

De acuerdo con el Instituto Federal Electoral, hay 34 millones de jóvenes entre 18 y 34 años en el padrón

electoral⁵⁴. Aproximadamente el 40% del total de ciudadanos en posibilidad de votar. Este rango coincide con la edad del 55% de los usuarios de Facebook, que es la red social más usada en el país. Tal dato nos lleva a plantear que las redes sociales se erigen en espacio propicio para intentar involucrar a los jóvenes en prácticas democráticas.

Sin embargo lo que han estado haciendo los políticos en funciones es repetir las viejas prácticas de hacer campañas, simular, hablar sin escuchar, sin entender la forma abierta y horizontal en que funcionan las redes sociales. Incluso se hacen perfiles falsos para aumentar su número de seguidores tal y como se hace con el acarreo.

En el ámbito político, adaptar las bondades tecnológicas en el trabajo de la administración pública en México ha sido un proceso muy lento, sin embargo varios gobiernos ya están bastante familiarizados con la tecnología y las nuevas formas de comunicación, intentando implementar herramientas virtuales a su método de comunicación, por lo que en esta investigación se llevará a cabo la contemplación únicamente de Facebook y Twitter como activadores de la comunicación política en la sociedad.

Los jóvenes de hoy utilizan las redes sociales gran parte del día como respuesta a un fenómeno global permitiendo la entrada de éstas en temas políticos, en los cuales su uso tiene más fuerza. La red brinda herramientas que permiten trabajar de manera colaborativa impulsando el interés en los jóvenes y fortaleciendo lazos no sólo afectivos sino de relación participativa, pues cada vez es más común el pertenecer a un grupo en específico con alguna tenencia o fin político y esto da pie a que los integrantes se vean en la necesidad de alimentar “sus redes” por medio de la opinión, la crítica y/o la reflexión.

54 www.ife.org.mx/.../IFE.../Estudio_muestral_de_Participacion_Ciudadana

Utilizar las redes sociales tiene muchos beneficios, entre ellas se puede encontrar la oferta de una gran variedad de información que puede intervenir en el proceso de elaboración de actividades; obliga a los jóvenes a formarse un criterio pues tendrá que seleccionar la información, analizarla, sintetizarla y plasmar su propia opinión, dejando una huella a largo tiempo.

El entretenimiento no ha sido el único sector que se ha beneficiado con la incursión de las redes sociales, pues dentro de la administración pública se ha considerado ya crear equipos de personas que se dediquen exclusivamente a monitorear y alimentar este tipo de herramientas para fortalecer la imagen, actividades, y el quehacer político en general, el cual se está posicionando como metodología dominante sobre otro tipo de colaboraciones, aunque hay que tener cuidado a la hora de establecer y definir la interacción entre el público meta al que se dirige, pues a futuro se demandará este tipo de habilidades.

El actor político que trabaje con redes sociales, con el fin de usarlas como una herramienta de comunicación, deberá actuar con responsabilidad en el momento de replantear esta comunicación otorgada, mejorando la calidad en la información, así como la forma en que se esté considerando una retroalimentación por parte de los ciudadanos. En el futuro se tendrán jóvenes que continuamente estarán desarrollando habilidades tecnológicas y cognitivas demandando acciones y compromisos incluyentes a una sociedad cada vez más demandante.

EL NUEVO ESCENARIO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO

Redefinir y ampliar la gobernanza en el país, particularmente en las formas de participación ciudadana,

en los procesos de toma de decisiones sobre asuntos de interés público y en la recuperación de la esfera pública, ha sido uno de los discursos más importantes de la incorporación de las redes sociales en la gestión pública.

La interrogante que prevalece es, si la configuración del poder en las democracias de los diferentes niveles de gobierno en México, se ha modificado sustancialmente con la evolución de la agenda de redes sociales para el desarrollo y con el avance de las políticas de en la última década.

Algunos expertos, como Manuel Canto Chac, sostienen que la participación en línea es un reflejo de la participación democrática en el entorno fuera de línea y que es preciso asegurar mecanismos de participación e inclusión a ese nivel en primera instancia si se espera que las redes sociales contribuyan al ejercicio democrático.

Otros plantean entusiastamente que el acceso y uso de las redes sociales abren un nuevo abanico de posibilidades participativas que, incluso en contextos con déficit democrático, facilitan la inclusión de grupos y la emergencia de nuevas prácticas de articulación y activismo social, político.

No hay una sola respuesta, más aún cuando analistas políticos adscritos a distintas tendencias ideológicas, afirman que en México se vive actualmente la construcción de nuevos modelos de dominación cuyo rasgo es la injerencia del aparato público basada en la reinstitucionalización del Estado.

Una de las características más notables de esta situación es la captación, neutralización o eliminación de las formas autónomas de resistencia y organización social y política. Queda mucho por debatir si más allá de algunos casos, las herramientas de participación basadas en redes sociales pueden sentar las bases para un nuevo tipo de relación entre gobiernos y ciudadanos que supere los modelos

hegemónicos de la democracia representativa.

La reciente revolución social en los territorios árabes plantea nuevos referentes ya que tuvo un componente importante de organización, comunicación y sensibilización a través de redes sociales y otras herramientas digitales. Se podría pensar que la adopción masiva e innovadora de prácticas participativas apoyadas en internet puede constituirse en el surgimiento de nuevas correlaciones de fuerzas sociales, de nuevas prácticas de interrelación de los actores y de nuevas configuraciones de poder.

Félix Requena (2008), dice que otra ventaja importante del uso de las redes sociales es que permite cuantificar los vínculos. Se puede dar una graduación a los lazos. En primer lugar si hay vinculo o no lo hay. En segundo lugar cuál es la fortaleza de ese vínculo, si se trata de una relación fuerte o de una relación débil. Pese a estas diferencias las redes sociales están produciendo un cambio con efectos políticos y sociales que superan las clásicas limitaciones del tiempo y el espacio a través de la emergencia de un tiempo atemporal.

Los hashtag (entendido como una etiqueta con el símbolo de gato), trending topic (palabras o frases más repetidas en un momento concreto en twitter) y los foros online, pueden aguardar respuestas, el monitoreo de los desempeños políticos y la construcción de otros canales participativos representan nuevas prácticas ciudadanas, el comportamiento de jóvenes generaciones digitales, y el resto de los ciudadanos se diferencia según sus capacidades en el uso de la tecnología, los espacios híbridos se construyen a partir de la confluencia de espacios físicos y de flujos, todos datos entre otros que anuncian este cambio.

Como reverso, sin embargo, persiste una visión vertical de la política manifiesta en el sistema democrático representativo propio de las sociedades de masas donde

prima la lucha entre el poder hegemónico y las respuestas contra hegemónicas. La distinción entre los aspectos estructurales y coyunturales políticos permite señalar la incertidumbre con respecto a eventuales cambios en la democracia representativa como resultado de la comunicación online y su llana suplantación por la idea horizontal de la política, la emergencia de multitudes inteligentes y la participación ciudadana online.

Aunque exista como tendencia la construcción de una nueva relación entre la participación ciudadana online y política sobre todo en situaciones de conflicto.

CONCLUSIONES

La visión vertical de la política está registrando cambios como efecto de la participación en redes sociales orientada hacia una democracia más participativa y deliberativa, una idea horizontal de la política. La convergencia entre Internet y la comunicación política permite presentar demandas al sistema democrático representativo por fuera de sus canales institucionalizados, donde la relación entre gobierno y sociedad se expresa por definición a través de plataformas horizontales.

El estudio cuantitativo aplicado a los jóvenes universitarios validó que el uso de las redes sociales sobre temas políticos es un nuevo espacio de participación ideal en contextos políticos, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales donde se vive la censura.

La incorporación de manifestaciones políticas en redes sociales permanece en la memoria colectiva ciudadana hasta que otras situaciones sociales críticas promuevan su utilización. Esta nueva forma de participación en plataformas digitales permite combinar los contactos cara a

cara y las movilizaciones con las redes sociales online y las comunidades virtuales dando lugar al ciberactivismo.

Existe una débil capacidad de administración de las redes sociales por parte instancias gubernamentales, lo cual genera una brecha de comunicación con los participantes activos. Deliberadamente la inclusión de la tecnología en temas políticos ha generado el involucramiento ciudadano a través de las diversas manifestaciones en redes sociales.

La participación en redes sociales se aplica especialmente a los nativos digitales, e generación o generación de los mensajes de texto, mientras tanto en otros sectores sociales persiste la brecha digital y sus efectos de exclusión.

Esta participación en redes sociales no logra institucionalizarse bajo la forma de una organización política. Es claro que en muchos sentidos Twitter contribuye a la simulación de la política y de las prácticas políticas, sin embargo, también brinda amplias oportunidades en el ámbito político, pero no sólo ahí, sino también, en la comunicación, la participación, las elecciones, la democracia.

La vasta teoría sobre campañas y elecciones debe abrir sus horizontes a las nuevas tecnologías de la información, pero no sólo en épocas de elecciones, sino más bien enfocarse en reconocer la importancia que están tomando las redes sociales en la formación de una nueva participación ciudadana. No obstante no se ha observado su impacto sobre la formación de otros valores propios del ejercicio de la participación ciudadana, como son la confianza y reciprocidad que también inciden en la configuración de una sociedad democrática.

REFERENCIAS

Achache, Guilles. (1992). *El marketing político, en El Nuevo Espacio Público*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Aguilar Villanueva, Luis. (1993). *El estudio de las políticas públicas*. México: Editorial Porrúa.

Arévalo Álvarez, Luís Ernesto. (1992). *Apuntes del Curso: Derechos Humanos*. Puebla: Universidad Iberoamericana Puebla.

Baena Paz, Guillermina. (2001). *Acerca de la Comunicación Política y del marketing político en México. ¿Quién dice que no se puede?* Estudios Políticos No 27. Revista de Ciencia Política FCPS-UNAM.

Bañón, Rafael y Carrillo, Ernesto. (1997). *La nueva Administración Pública*. Madrid: Alianza Universidad.

Bolos, Silvia. (2004). *Organizaciones Sociales y Gobiernos Municipales*. México: IGLOM.

Bordieu, Pierre. (2003). *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Ediciones Itsmo.

Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2001) Internet y la Sociedad Red. Recuperado el 13 de abril de 2013 de

<http://tecnologiaedu.us.es/cursos/29/html/bibliovir/pdf/106.pdf>

Dabas, Elina Nora. (2007). *Red de Redes. Las prácticas de la intervención en redes Sociales*. Buenos Aires Argentina: Editorial Paidós.

De Ugarte, David (2007) El poder de las redes. Cobre Ediciones. España.

Del Rey Morató, Javier. (2008). *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales*. Madrid: Editorial Tecnos.

Faerman, Juan. (2009). *Faceboom. El nuevo fenómeno de masas Facebook*. Argentina: Ediciones B.

Fernández Collado, Carlos y Hernández Sampieri, Roberto. (2007). *Marketing Político e Imagen de Gobierno en Funciones*. Tercera Edición. México: McGrawHill.

Garrido, F. J. (2004). *Comunicación estratégica: las claves de la comunicación empresarial en el Siglo XXI*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Gerstlé, Jacques. (2005). *La Comunicación Política*. Chile: LOM Ediciones.

Guerrero, Manuel Alejandro. (2011). *Medios de comunicación y democracia*. México: Universidad Iberoamericana, UNESCO.

Gosselin, Andre. (1998). *La Comunicación Política, Cartografía de un Campo de Investigación y de Actividades*. Barcelona: Gedisa.

López Jiménez, Sinesio. (2001). *Ciudadanos Reales e Imaginarios*. Perú: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

Mangone, Carlos y Warley, Jorge. (1994). *El discurso político*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Mancini, Paolo. (2006). *Comunicación y política*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Meyer Rodríguez, José Antonio. (2009). *Comunicación Estratégica: Nuevos horizontes de estudio*. México.

Mora y Araujo Manuel. (2005). *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Editorial La Crujia.

Morduchowicz, Roxana. (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.

Nosnik, A. (1991). *El análisis de Sistemas de Comunicación en las organizaciones*. En Fernández, C. (Comp). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.

Olvera, Alberto J. (2003). *Sociedad Civil, Gobernabilidad y Democratización en América Latina: México*. México: Fondo de Cultura Económica.

O'Shaughnessy, Nicholas y Henneberg, Stephan. (2000). *The Idea of Political Marketing*. Westport Connecticut: Praeger.

Pasquali, Antonio. (2007). *Comprender la comunicación*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Pérez, Rafael Alberto. (2001). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona: Ariel Paidós.

Philippe, Bretton. (1990). *Medios, Mediación y Ciudadanía*. Barcelona España: Icaria.

Picazo, L. y Evadista, G. (2003). *Comunicación Estratégica. Para crear, fortalecer y posicionar imagen corporativa*. México: McGraw-Hill.

Ramírez, Juan Manuel y Regalado Santillán, Jorge. (2000). *Cambio Político y Participación Ciudadana en México*. México: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara.

Razgado Flores, L. (2002). *La comunicación política en México: propuestas para su análisis*. Anuario de Investigación de la Comunicación IX, CONEICC.

Requena Santos, Félix. (2008). *Redes Sociales y Sociedad Civil*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Rheingold, Howard (2005) *Multitudes Inteligentes. La Próxima Revolución Social*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Rodríguez, Ernesto. *Participación Juvenil y Construcción de Ciudadanía: Hacia un abordaje Integral*. Recuperado el 18 de septiembre de 2013 de

www.rema.org.py/publicaciones/Participaciónciudadana.doc

Rodríguez Estrada, Mauro y Samet Letichevsky, Sigfrido. (1998). *Creatividad en la Política. La Fórmula Esencial*. México: Editorial Pax.

Rospir, J. (1995). *Comunicación Política*. Madrid: Universitas.

Sacaan Maturana, Soraya (noviembre, 2009) Las redes sociales y la inteligencia colectiva: nuevas oportunidades de participación ciudadana. Ponencia en el IV Congreso de la Cibersociedad 2009. Recuperado el 09 de julio de 2013 de

<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/las-redes-sociales-y-la-inteligencia-colectiva-nuevas-opportunidades-de-participacion-ciudadana/879/>

Salazar Vargas, Carlos. (2010). *Politing: Marketing político integrado*. México: BUAP.

Sartori, Giovanni. (2001). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. México: Editorial Taurus.

Scheinsohn, Daniel. (2009). *Comunicación estratégica*. Buenos Aires: Granica.

Tironi, E y Cavallo, A. (2001). *Comunicación Estratégica*. Chile: Taurus.

Valdez Zepeda, Andrés. (2005). *Mercado y Democracia: la política en la era moderna*. México: IEE de Chihuahua.

Verón, Eliseo. (1996). *Conducta, Estructura y Comunicación*. Buenos Aires Argentina: Amorrortu Editores.

Verón, Eliseo. (1996). *La Semiosis social: Fragmentos de una Teoría de la Discursividad*. España: Gedisa.

Villanueva Lomelí, David y Villanueva Varela, Artur. (2010). *¿La Nueva Gestión Pública?*. México: BUAP.

Ziccardi, Alicia. (1998). *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*. México: Porrúa.