

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
Del 3 de abril de 1981



**“TRINOS DELIBERANTES, TRINOS CAPITALIZABLES
EFICACIA POLÍTICA DE USUARIOS DE TWITTER EN MÉXICO”**

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

Presenta

JOSÉ DANIEL COSÍO SANTACRUZ

Directora: Dra. Helena Varela Guinot

Lectores: Dr. Manuel Alejandro Guerrero Martínez

Mtra. Estela Margarita Torres Almanza

México, D.F.

2012

A mi amado padre, Manuel Cosío Tenorio de quien aprendí que la dedicación y la entereza hacen posible alcanzar grandes metas

A mi amada madre, Alma Angélica Santacruz Barrón cuya fortaleza y sabiduría, me animaron a continuar en los momentos de mayor flaqueza,

A mi hermano Jorge y su familia y mi tíos Roberto y Martha porque siempre me acompañaron cuando las ausencias se hicieron más desafiantes

A mis queridos maestros cuya convicción y dedicación me obligaron a procurar dar lo mejor de mí en cada entrega, en especial a la Dra. Varela, el Dr. Guerrero y la Mtra. (y pronto Dra.) Torres

A mis superiores laborales quienes facilitaron el camino para alcanzar este grado académico, en especial al Mtro. Caple, el Mtro. Sámano y el Mtro. García-Téllez, quienes también compartieron su experiencia e impulsaron el proyecto

A mis muy queridos amigos quienes soportaron el proceso y mis ausencias, pero que también me alentaron a concluir; particularmente a Marimer (mi persona favorita), Francisco, Carlos, Armando, Carmen, Martha, Héctor y Alma

A esos amados seres que están adelante en el camino quienes me motivaron a no desistir.

A todos ellos y a quienes me apoyaron para elaborar este texto, dedico la obra concluida

“Con fundamento en los artículos 21 y 27 de la Ley Federal de Derecho de Autor y como titular de los derechos moral y matrimonial de la obra titulada “Trinos deliberantes, trinos capitalizables; Eficacia Política de usuarios de Twitter en México”, otorgo de manera gratuita y permanente a la Universidad Iberoamericana y a Biblioteca Francisco Xavier Clavigero, autorización para que fije la obra en cualquier medio, incluido el electrónico, y la divulguen entre sus usuarios, profesores, estudiantes, o terceras personas, sin que pueda recibir por tal divulgación una contraprestación”

JOSE DANIEL COSÍO SANTACRUZ

1 DE NOVIEMBRE DE 2012

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'JD', enclosed within a rectangular box. The signature is stylized and somewhat abstract.

FIRMA

Índice

Introducción	3
Antecedente ¿una primavera mexicana?	3
Objetivo de investigación e hipótesis principal	6
Contenido por capítulo	8
Bibliografía	14
Capítulo 1	
Internet y Twitter: la comunicación en red	16
1.1. La subcultura de internet y su uso	16
1.2. El aprovechamiento diferenciado de Internet en la vida pública	17
1.3. La encrucijada de Internet y la participación política: normalización o movilización	19
1.4. Incentivos para la acción colectiva y la vinculación de recursos comunes	22
1.5. El capital social puente, la densidad y permeabilidad de las redes	24
1.6. Seattle: los precursores de la expresión electrónica de la ciudadanía	29
1.7. Las redes sociales y los rasgos de una ciberciudadanía	30
1.8. Twitter y una caracterización de sus funciones	34
1.8.1. Incremento	36
1.8.2. Obsolescencia	41
1.8.3. Recuperación	45
1.8.4. Reversión	47
1.9. Perfil socio demográfico de los usuarios de Internet en México	52
Conclusiones preliminares del capítulo	57
Bibliografía	58
Capítulo 2	
Democracia, participación ciudadana y percepción de eficacia política	63
2.1. La democracia y su componente sustantivo: los ciudadanos	63
2.2. El circo romano y los Indymedia; modelos de involucramiento del ciudadano digital	66
2.3. ¿Evaluar la eficacia? Referentes teóricos de la ciencia política	70
2.4. Sistema político – inputs y outputs	72
2.5. La percepción de eficacia política y sus dimensiones	76
2.6. El involucramiento cívico y las investigaciones sobre la asociatividad de la población	79
2.7. El enfoque posmodernista del involucramiento cívico	81
2.8. Deliberación de temáticas de interés público	85
2.9. Extensión de las redes de socialización	87
2.10. Selección de causas y actores participantes (ciudadanía monitoreal)	89
Conclusiones preliminares del capítulo	93
Bibliografía	94

Capítulo 3

Modelos de involucramiento cívico y episodios de vinculación en México	98
3.1. El procesamiento informativo y la deliberación: detonadores del círculo virtuoso	98
3.2. El círculo virtuoso de la participación ciudadana en línea	99
3.3. El círculo vicioso de la participación ciudadana en línea	101
3.4. Involucramiento situacional: la salida de la espiral del desinterés	105
3.5. Utilidad atribuible a Twitter y algunos hallazgos de la deliberación hipermediada	110
3.6. La caracterización de Twitter en México	113
3.7. Otros episodios de vinculación ciudadana y crecimiento de Twitter en México	116
Conclusiones preliminares del capítulo	120
Bibliografía	121

Capítulo 4

4) Estudio de caso: Percepción de eficacia política e involucramiento de usuarios de Twitter en México	127
4.1. Objetivo y descripción metodológica	127
4.2. Características demográficas y panorama comportamental de la muestra	129
4.3. La hiperlocalización de causas como reforzador del involucramiento	131
4.4. Escala de percepción de eficacia política	133
4.5. Relaciones significativas en las percepciones de eficacia política	144
4.6. Antigüedad y tiempo invertido en Twitter	148
4.7. Resultados en involucramiento cívico del sondeo de usuarios de Twitter	151
4.8. El sentimiento de pertenencia	156
4.9. Insumos para el sistema democrático	162
4.10. El involucramiento cívico y los indicadores de percepción de eficacia política	166
4.11. Hábitos informativos y la viabilidad del involucramiento situacional	170
4.12. Usos y gratificaciones de Twitter como plataforma de interacción	176
4.13. Utilidad atribuible a Twitter y su relación con la percepción de eficacia política	182
Conclusiones preliminares del capítulo	189
Bibliografía	190

Conclusiones	193
---------------------	------------

Anexos	204
---------------	------------

Introducción

Antecedentes ¿una primavera mexicana?

Con la aparición Internet y la creciente incorporación de cibernautas al aprovechamiento de una estructura de comunicación descentralizada, multimediada e interactiva, la inmediatez se ha convertido en un estándar de servicio. Este fenómeno representa un desafío al ejercicio del poder y quienes lo detentan, pues las generaciones más jóvenes esperan mayor accesibilidad a la información, transparencia de las decisiones colegiadas, rendición de cuentas sobre recursos comunes y capacidad para estructurar respuestas satisfactorias a sus demandas en márgenes de tiempo más estrechos.

Nuevos grupos de personas están aprovechando Internet para interpelar, ampliar y rectificar la información que se difunde a través de los medios masivos de comunicación, asumiéndose al mismo tiempo como productores de contenidos dignos de ser considerados entre el conjunto social, aspiran por tanto a que sus conciudadanos, los propios medios masivos y sus autoridades recojan e incorporen, al menos en parte, sus puntos de vista.

Por citar un ejemplo, el 11 de mayo de 2012, el entonces candidato a la presidencia por el PRI, Enrique Peña Nieto, fue invitado a la Universidad Iberoamericana en la ciudad de México con el propósito de que expusiera su visión de país y sus propuestas de cara a la elección a celebrarse el 1º de julio. La serie de eventos ocurridos esa mañana serían continuamente referidos durante la campaña bajo el distintivo de “viernes negro”, el “11M mexicano” o “la lección de la Ibero”. Un numeroso grupo de estudiantes recibieron al candidato con diversas consignas, pero sobre todo con la intención de cuestionarlo al respecto de su desempeño como servidor público, su vinculación con diversos grupos de poder y su capacidad para gobernar el país tras su mandato como gobernador del Estado de México.

Aunque las características antes mencionadas han sido la constante en los foros universitarios en todo el mundo, el rasgo novedoso consistió en que muchos de los asistentes consignaron los acontecimientos en tiempo real dentro de un foro público digital (Twitter), una plataforma virtual de libre acceso para compartir videos (Youtube) y servicios de red social virtual (Facebook) entre otros.

Los estudiantes que protestaron y criticaron al puntero de las encuestas, lo cuestionaron sobre los excesos cometidos por policías encargados de disolver una manifestación realizada por habitantes en el municipio de San Salvador Atenco en 2006; el malestar de los asistentes se exacerbó cuando el candidato decidió responder a las consignas de los asistentes al finalizar el evento y

textualmente argumentó: "...asumo plena responsabilidad por lo sucedido en Atenco. Los responsables fueron consignados ante el Poder Judicial, pero reitero: fue una acción determinada para restablecer el orden y la paz en el legítimo derecho que tiene el Estado mexicano de usar la fuerza pública"¹.

Tras la declaración su equipo de seguridad eligió conducir al candidato a la salida a través de los corredores interiores del auditorio y no por el acceso principal por el que había entrado, lo que motivó que muchos de los jóvenes le gritaran "cobarde". Al terminar el acto, el presidente de su partido refirió que el incidente había sido incitado por grupos ajenos a la universidad y que se había limitado a un puñado de manifestantes².

El lunes siguiente, 131 estudiantes respondieron a la convocatoria de sus compañeros para difundir su desacuerdo con el candidato y la manipulación mediática que se presentó en algunos diarios y medios masivos ese fin de semana donde se omitían o minimizaban las reclamaciones y las dificultades que experimentó el equipo de logística; el vehículo que eligieron fue la edición de un video en Youtube en el que, con credencial en mano, se identificaban como estudiantes en activo y manifestaban nuevamente su repudio al candidato y una deficiente calidad informativa por parte de las cadenas televisivas.

Días después más universidades privadas y públicas se sumaron a movilizaciones y marchas a través de las cuales se exigía a los medios una cobertura mejor balanceada y apegada a los hechos. Televisa fue uno de los principales blancos de este reclamo, la consigna en las calles y uno de los temas de tendencias en Twitter fue: #YoSoy132 (Romero 2012). No faltaron periodistas y analistas políticos que empezaran a hablar de una "primavera mexicana".

La referencia se retoma, de una serie de eventos ocurridos en el norte de África y Medio Oriente, donde poco más de un año antes, el 11 de febrero de 2011, Hosni Mubarak, el presidente que habría gobernado Egipto por más de 30 años, decidió abandonar su residencia de gobierno y dejar el país en manos del vicepresidente, tras haber atravesado varias semanas continuas de movilizaciones colectivas en las plazas públicas, en las que los asistentes demandaban democracia efectiva para los habitantes de aquella nación. El especialista en redes sociales del New York Times, atribuiría el éxito de las manifestaciones al uso extendido de Facebook, y a la

¹ Para conocer más sobre el contexto de la respuesta de la autoridad frente a las manifestaciones en San Salvador Atenco, así como el video que documenta la respuesta de Enrique Peña Nieto, consulte: <http://www.adnpolitico.com/opinion/2012/05/13/6-anos-del-dia-mas-negro-de-atenco-al-dia-mas-negro-de-pena>

² Las declaraciones integrales del presidente del PRI pueden consultarse en: <http://www.animalpolitico.com/animal-electoral/2012/05/11/coldwell-pide-a-la-ibero-investigar-gritos-contra-pena-nieto/>

capacidad de convocatoria de una nueva generación de especialistas en Internet como el ex gerente de mercadotecnia para Google, Wael Ghonim (Kirkpatrick 2011)

Desde su aparición, Internet se ha distinguido por su carácter descentralizado, ya que su esquema de interacción favorece la diversidad, así como la confluencia de corrientes de opinión y movimientos ciudadanos que encuentran en esta herramienta un foro libre de censuras a través del cual pueden presentar demandas, apoyos y desafíos a las autoridades.

Un importante número de quienes han participado en estos movimientos identifican en Twitter una herramienta útil y versátil que facilita sus esfuerzos de diseminación de mensajes a un número más amplio de interlocutores de forma sencilla y práctica, a medida que incorporan a personas con intereses similares o compatibles.

Asimismo la cobertura que algunos medios electrónicos e impresos han otorgado a estos movimientos, así como las modificaciones que se han obtenido para determinados proyectos de ley y programas de gobierno a partir de la publicidad de estas acciones, sugieren que la participación organizada de algunos grupos ciudadanos tendría posibilidades de incidir sobre el ánimo, la atención y el comportamiento consecuente tanto del público general y de las autoridades en relación a las diferentes causas que dan origen a estas movilizaciones.

En México, tan sólo tres o cuatro años después de la aparición de Twitter, pueden identificarse con claridad diferentes grupos de personas que han promovido manifestaciones para llamar la atención de sociedad y gobierno alrededor de distintos temas de interés público. Uno de los episodios más notables en este sentido fue la oposición de centenares de ciudadanos al proyecto de imponer un gravamen a los usuarios de Internet, durante la discusión de la miscelánea fiscal de octubre de 2009.

En aquella ocasión los usuarios de Twitter promovieron manifestarse en contra del impuesto utilizando como etiqueta temática distintiva: #InternetNecesario, que en pocas horas se convirtió en el tópico de tendencia más comentado en español dentro de la plataforma. La noticia animó a los más involucrados con el tema a convocar a manifestaciones presenciales y a contactar a los legisladores con el objeto de frenar esta iniciativa.

Se habilitó un ícono con la leyenda .MX con el fin de apoyar esta causa y se convocó a una concentración el domingo 25 de octubre, en la que cerca de 200 personas se reunieron en la plaza Dolores del Río del parque hundido en la Ciudad de México, con el fin de emitir un claro mensaje a sus autoridades. Durante el evento 140 manifestantes portaron letras en cartulinas y formaron

como texto a los legisladores: "Congreso: para que lo sepas: esto también es #Internet! Tienen que impulsarlo, no gravarlo! #InternetNecesario para tod@s l@s mexican@s".

La consigna fue también fotografiada, videograbada y difundida a través de distintos medios masivos de comunicación invitados por los propios organizadores, logrando así ubicarse entre las primeras planas y los titulares de los diarios informativos televisivos y radiofónicos. A los ojos de muchos, la primera manifestación articulada a través de Twitter y difundida en los medios masivos habría hecho su aparición en México. En aquel momento, el número de usuarios se estimaba entre los 8 mil 500 en la ciudad capital y 55 mil en el resto del país del país (Martínez 2009)

Objetivo de investigación e hipótesis principal

Con estos antecedentes en mente, es preciso responder ¿cómo y hasta qué punto los foros de interacción virtual en Internet y los servicios de red social (como Twitter) están cambiando el modo en el que los ciudadanos se relacionan, vinculan sus intereses y son capaces de activarse para ejercer presión sobre sus autoridades?, así como describir aquellos factores que propician que una persona se sume a iniciativas políticas convocadas a través de estos canales.

Las expectativas que tienen las personas en cuanto a su capacidad para participar en la política, y que su contribución particular se traduzca en un resultado, se comprenden mejor cuando son estudiadas en relación a los propósitos concretos que pretenden alcanzar (Caprara et al 2009). Algunos teóricos del comportamiento social, sostienen que la percepción de eficacia política de un individuo puede estimarse en relación a la sensación que desarrolla en su interior respecto al valor y utilidad de cumplir con sus deberes cívicos, y los resultados que espera de sus contribuciones en el proceso político (Campbell, Gurin, y Miller 1954).

Es por ello que con relación a las interrogantes antes planteadas el objetivo de la presente investigación consiste en describir y analizar la percepción de eficacia política entre los usuarios de Twitter, así como recabar elementos que permitan esclarecer si ésta incide en los ciudadanos de forma tal que estén dispuestos a dedicar parte de su tiempo y otros recursos materiales o financieros para apoyar alguna causa política o de interés colectivo (también conocido como involucramiento ciudadano).

La presente tesis sostiene que aunque el capital social (Putnam 1995) se produce y consolida entre grupos de interés de convivencia presencial, las herramientas de comunicación digital y los servicios de red social han facultado la conformación de coaliciones de interés entre grupos afines de forma más amplia y evidente, obteniendo una relevante cobertura a través los medios de

comunicación masiva, de modo que han conseguido paulatinamente incrementar su participación en la deliberación de nuevos temas en la agenda pública..

La hipótesis central que orientó el trabajo de investigación postula consecuentemente que los usuarios de Twitter, pertenecientes a asociaciones cívicas de toda índole (partidos, iglesias, organizaciones civiles e incluso grupos recreativos), manifiestan expectativas más optimistas respecto a que sus solicitudes y puntos de vista sean tomados en cuenta por sus gobernantes (percepción de eficacia política más favorable) en comparación con aquellos que sólo utilizan la plataforma pero carecen de vínculos significativos fuera de sus círculos primarios de interacción (familia, amigos y trabajo o escuela).

Con el fin de comprobar estadísticamente los supuestos antes mencionados, realicé un sondeo entre usuarios de Twitter en México distinguiendo las variables que estimé podrían intervenir tanto en la percepción de eficacia política, como en el involucramiento ciudadano. Difundí este instrumento a través de correos electrónicos y redes sociales obteniendo la resolución de cerca de 500 cuestionarios completos.

Desde una aproximación cualitativa al fenómeno que se procura explicar, se realizaron también cinco entrevistas entre el 28 de enero de 2012 y el 21 de febrero de 2012 a diferentes académicos, periodistas y ciudadanos que participaron en movilizaciones ciudadanas convocadas a través de Twitter en años recientes, y quienes también han ganado notoriedad pública en medios masivos de comunicación en los que regularmente contribuyen manifestando su opinión o publicando columnas y artículos sobre sus diferentes intereses..

Los participantes en esta serie de entrevistas fueron: José Merino (@PPMerino), profesor de Ciencias Políticas en el ITAM y coautor del libro Ciudadanos MX, Antonio Martínez Velázquez (@antoniomarvel), licenciado en derecho, participante de foros consultivos sobre la iniciativa ACTA en México, Mario Campos (@mariocampos), conductor del noticiero matutino Antena Radio del IMER, Elia Baltazar (@eliabaltazar) editorialista de Animal Político y cofundadora de la Red de Periodistas de a Pie, y Maite Azuela (@maiteazuela) egresada en Ciencias Políticas de la Universidad Iberoamericana y una de las cofundadoras de la Asamblea Nacional Ciudadana (ANCA) que también publica con regularidad en el portal de noticias de interés ciudadano Animal Político. A todos ellos se agradece su colaboración en este proyecto y su retroalimentación sobre las fuentes de información que resultarían útiles consultar.

Contenido por capítulo

En el primer capítulo delinee los dos rasgos de Internet que se reproducen en Twitter y que permiten considerarlo como una plataforma de comunicación capaz de incentivar la participación política entre sus usuarios; en primer lugar debido a su estructura auto-organizativa que privilegia la simplicidad y la navegabilidad para el usuario por encima de la sofisticación, el diseño y la edición de contenidos que caracterizan a otros servicios de red social, y en segundo lugar la autonomía que reconoce a los usuarios en la producción, consumo y uso de la información que gesta en su interior, pues inspira a la diversificación, respaldo y apropiación de la información valiosa de acuerdo con los intereses de cada persona.

Inmediatamente, se analizan dos interpretaciones sobre el aprovechamiento de las tecnologías de la información y su incidencia en la participación política. El primer grupo de teóricos sostiene que sólo para quienes previamente tienen alguna afinidad con los asuntos de interés público, las herramientas digitales parecen incrementar su nivel de involucramiento en las actividades cívicas por lo que únicamente refuerzan una conducta asumida previamente asumida (Norris 2000).

Otro grupo de académicos sugieren en cambio que la comunicación digital hace más accesible la información para una variedad más amplia de públicos y por ello capta nuevos adeptos para las causas sociales, toda vez que permite interconectar temáticas de interés, exponenciando el número de foros en los que puede conocerse sobre un acontecimiento o dato relevante, además de facilitar la renovación de fuentes de conocimiento y relacionamiento, al tiempo que propicia una cultura de colaboración con el resto de los cibernautas (Pasek, More & Romer 2009).

Inicialmente esta investigación asumió que la primera corriente teórica se encuentra sólidamente sustentada en años de observaciones documentadas por quienes se adscriben a los postulados de la cultura cívica (Almond y Verba, así como Putnam). En consecuencia la hipótesis central postula que la movilización política precede al uso político de Twitter, de modo que en función de esta presunción, establecí algunos reactivos en el instrumento de campo con el fin de verificar en qué medida ambas variables presentaban alguna relación estadísticamente significativa entre sí.

A este respecto, se reseña que quienes habitualmente emprenden proyectos de solidaridad y convivencia con sus conciudadanos, desarrollan percepciones más favorables de eficacia política en comparación con quienes optan por no asociarse con otros para ningún fin. Por esta razón, este grupo de individuos presentan una mayor disposición para donar tiempo, recursos financieros y

materiales en favor de un interés colectivo como lo han apuntado los teóricos de capital social³ (Putnam 1995).

Identifico como hito fundacional de las relaciones mediadas a través de Internet a las movilizaciones producidas durante la cumbre de la OMC en Seattle a finales de 1999, donde cientos de causas confluyeron para integrar una agenda de demandas ciudadanas pendientes frente a la globalización. El factor distintivo de estas agrupaciones consistió justamente en utilizar Internet como una canal sin censuras, ni ediciones, a través del cual fue posible exponer sus demandas, y presentar el acceso a la información como un bien colectivo al que no se debía excluir a nadie, sino ponerse a disposición de cualquier persona para incrementar su utilidad pública, de modo que pudieran asumir decisiones con conocimiento de causa.

A continuación describo el surgimiento de una cultura colaborativa que se vale de las herramientas digitales para compartir información y descentralizar el ejercicio del poder, exigiendo cuentas a sus gobernantes, corporativos dominantes y al resto de la sociedad. En ese contexto, utilizo un modelo desarrollado por Marshall McLuhan para analizar Twitter como una tecnología con diversas virtudes y riesgos que reditúan en importantes beneficios o limitaciones para la actividad política en línea.

Termino esta sección haciendo una revisión del perfil demográfico de los cibernautas en México con el objeto de contextualizar al objeto de estudio del resto del texto y los principales rasgos de la población a la que nos referimos en el caso particular mexicano, en el que paradójicamente el rasgo más relevante es la exclusión y marginación de más de la mitad del país a Internet.

En el segundo capítulo, retomo algunos conceptos clave de la democracia como el único régimen en el que los gobernados no sólo son objeto de derechos, sino potenciales participantes de la vida pública, de modo que se espera que contribuyan con sus opiniones y propuestas en los procesos de toma de decisión respecto a los recursos públicos y su uso. En ese contexto el que los ciudadanos demanden resultados satisfactorios y acordes con sus expectativas a sus autoridades, forma parte del ejercicio habitual y pleno sus derechos constitucionales.

Abordo a la ciudadanía como un concepto desarrollado en los regímenes liberales de Occidente y retomo la figura alegórica del circo romano (Milbrath 1965) para explicar los distintos niveles de participación que presentan los individuos en una democracia. En estos distintos niveles de involucramiento político expongo de qué manera las herramientas tecnológicas han hecho posible

³ Aunque más adelante se explicará este concepto, Putnam explica que a través de las interacciones consuetudinarias, los individuos aprenden a vincular sus recursos y aprovecharlos para causas comunes, pues desarrollan una base confianza mutua y expectativas compartidas.

sistematizar grandes volúmenes de información, presentarla al público en general y atraer su atención de manera particularizada a través de los medios masivos de comunicación, exponiendo los contenidos de forma lúdica y alentando la interactividad y retroalimentación de las audiencias.

Aprovecho también la aproximación sistémica de la política, recuperando los postulados de David Easton, quien indica que las estructuras institucionales de autoridad recogen de sus gobernados toda clase de apoyos o solicitudes respecto de sus necesidades particulares (inputs), y a partir de éstos pone en marcha un proceso administrativo, que asigna sus propios recursos para devolver un resultado concreto (outputs) (Easton 1953).

Por ello, se asume que en los regímenes democráticos existe una diversidad de insumos que pueden proporcionarse al sistema político, cuando se ejercen las garantías individuales (libre expresión, asociación, derecho a la información, petición, participación en elecciones, etc.), lo que favorece la adecuación de las decisiones públicas, para atender las demandas de la población con el objetivo de transformarlas en nuevos apoyos y sostener el sistema de gobierno (Almond y Verba 1963).

Así, la percepción que albergan los ciudadanos de comprender las reglas y mecanismos de participación en el proceso (percepción de eficacia política interna), y la expectativa que tienen respecto a que sus demandas sean atendidas y sus representantes desarrollen soluciones correspondientes (percepción de eficacia política externa), constituyen agregadamente la medida de evaluación de eficacia política del sistema.

Este indicador de satisfacción del desempeño de una organización democrática (de cualquier dimensión), permite interpretar y en alguna medida tener un parámetro de referencia para estimar el horizonte de participación de un grupo de personas, toda vez que los individuos suelen invertir sus recursos en acciones que le reditúan en resultados concretos (Caprara 2009).

Durante el proceso de documentación encontré que las investigaciones previas han observado que los individuos que habitualmente emprenden proyectos de solidaridad y convivencia con sus conciudadanos, desarrollan percepciones más favorables de eficacia política en comparación con quienes optan por no asociarse con otros para ningún fin.

El mismo grupo de sujetos habitualmente asociados son también quienes con mayor frecuencia ponen a disposición de sus colegas, tiempo y recursos financieros y materiales para apuntalar una causa. Así sería previsible que las personas pertenecientes a una asociación civil o grupo de interés, presenten mayores niveles de percepción de eficacia política que quienes no se vinculan políticamente (o por cualquier otra razón con otros).

Se advierte además que el involucramiento ciudadano en años recientes se manifiesta como una actitud latente entre los grupos de personas más jóvenes, cuyas responsabilidades y cosmovisión los han orientado a poner en marcha estrategias para hacer un uso más eficiente de su tiempo y recursos, activando diferentes herramientas de participación social cuando lo estiman conveniente para defender un derecho fundamental o promover que algún asunto urgente sea atendido.

Históricamente en las democracias occidentales, las nuevas generaciones actúan como guardianes del interés público y vigilan el comportamiento de sus autoridades e instituciones, iniciando la deliberación alrededor de asuntos de interés común, articulando movilizaciones o grupos (de vínculos flexibles) exclusivamente cuando la causa así lo amerita (seleccionando sus batallas por decirlo de algún modo) (Hooghe, & Dejaeghere 2007).

A lo largo del tercer capítulo, se toman como referencia tres conjuntos de hallazgos sobre la participación política de los internautas de acuerdo con las evidencias encontradas en investigaciones previas. En primer lugar se encuentran los argumentos descritos por Pippa Norris respecto a que el comportamiento de ciertos usuarios de Internet representa un círculo virtuoso que va reforzando y desarrollando su comprensión de los fenómenos sociales, toda vez que el interés por conocer sobre los asuntos públicos, incrementa la atención de los consumidores de información, quienes van siendo capaces de discernir el funcionamiento de sus instituciones y las motivaciones de sus principales actores políticos de tal manera que comienzan a exigirles cuentas, movilizandolos sus recursos para atraer su atención.

Los hallazgos estadísticos de Norris apuntan a que son sólo unos pocos quienes están determinados a realizar estas inversiones en tiempo y recursos en la vida pública, y corresponden a quienes previamente a la organización o la exposición a información en Internet, se encontraban habituados a hacer esfuerzos por participar en las decisiones colectivas (Norris 2000).

El segundo modelo, atiende a las observaciones de los estudios realizados por Kenski y Stroud (2006), quienes insisten que una vez que los ciudadanos se han interesado en la vida pública y han invertido parte de sus recursos para presentar una solicitud específica a sus autoridades, existen grandes posibilidades de que se produzcan sentimientos negativos de frustración, pérdida de la motivación personal y desconfianza en los semejantes cuando las autoridades hagan caso omiso de sus demandas o respondan desfavorablemente, por lo que un déficit en la percepción de eficacia política produce como resultado una espiral de desinterés entre quienes comienzan a involucrarse en el quehacer político desde las asociaciones civiles o movimientos sociales.

El tercer y último modelo, con el cual también coincide la presente investigación, sugiere que la ruta adecuada para prevalecer frente a la negligencia o dilación de las autoridades para responder a las demandas presentadas, consiste en robustecer sus argumentos con información recabada y deliberada en el entorno próximo de los gobernados. En este caso la pertenencia a una asociación se vuelve secundario, pues a medida que se identifican asuntos de interés prioritario que se encuentran con una respuesta insatisfactoria por parte de las autoridades las personas son capaces de volver a invertir parte de sus recursos hasta incorporarlo a una agenda más amplia de discusión dentro de los medios masivos de comunicación (Kushin & Yamamoto).

Comento asimismo que las investigaciones respecto a las potencialidades de Internet como herramienta tecnológica para alentar la participación ciudadana presenta tendencias divergentes. Por un lado, cuando se toman en consideración las horas de navegación o uso general de la red no existe relación estadísticamente significativa respecto al tiempo invertido con una mayor o menor participación política.

A su vez, cuando se evalúa la recurrencia de consulta de algún portal o aplicación particular en la red, es posible identificar relaciones estadísticamente significativas respecto a la intención de participar en actividades políticas, como ocurrió con una aplicación de asesoría para las votaciones en Holanda. Ello revela que los cibernautas efectivamente desarrollan percepciones de utilidad particular para cada sitio en el que invierten su tiempo, de manera que si responden un cuestionario sobre sus filiaciones y fobias políticas en una aplicación de asesoría política, muy probablemente estén dispuestos a votar y tomen en consideración “el consejo” emitido por este sistema automatizado (Hirzalla, van Zoonen & de Ridder 2011).

Análogamente cabría esperar que quienes invierten tiempo en Twitter para comentar sus puntos de vista sobre los acontecimientos públicos, esperen encontrar argumentos interesantes que nutran o desafíen sus convicciones personales respecto a sus preferencias políticas. Esta perspectiva se encuentra alineada con la teoría de los usos y gratificaciones de la comunicación (McQuail 1983), según la cual la exposición, atención, recordación y apropiación a los contenidos de los medios masivos está determinada en relación a qué tan pertinente se estima algún contenido con relación a los intereses y desafíos que enfrenta cada sujeto de forma particular. Cada persona decide qué parte de un mensaje retoma para sí mismo y su contexto.

En esta misma sección y como una forma de ilustrar este marco de analítico, realizo un recuento de algunas iniciativas ciudadanas promovidas a través de Twitter, las cuales obtuvieron resultados diversos durante de 2010 y 2011. Durante este recuento de episodios de vinculación ciudadana, describo algunas coyunturas que motivaron la activación ciudadana, los resultados en la cobertura

que obtuvieron, y recupero comentarios de sus protagonistas, investigadores, académicos y líderes de opinión que permanecen cercanos a estas causas.

En el último capítulo, describo brevemente el objetivo que persiguió la aplicación de la encuesta a usuarios de Twitter en México, así como los referentes teóricos a los que recurrí para la elaboración del cuestionario y los reactivos seleccionados para verificar cada una de las variables que se esperaba pudieran intervenir en el desarrollo de la percepción de eficacia política y el involucramiento de los ciudadanos que participan en la deliberación de temas de la agenda pública dentro de este servicio de red social.

En relación con la hipótesis central de esta tesis, se confirma que los sujetos con mayor educación e ingresos, tienden a desarrollar sus redes personales o involucrarse en trabajo voluntario con mayor frecuencia y disposición de tiempo, y al mismo tiempo son quienes más contribuyen con recursos financieros y materiales con estas iniciativas (involucramiento ciudadano), de modo que de las evidencias inicialmente apuntan a que el uso de Twitter representa un reforzador de comportamientos más que un motivador de nuevas conductas.

Asimismo se detalla que quienes pertenecen a alguna asociación cívica presentan efectivamente percepciones significativamente más favorables respecto a su propia percepción de eficacia política interna y externa, aunque su evaluación con respecto a la representatividad del sistema político en su conjunto, sea idénticamente desfavorable en ambos grupos.

Con referencia a las variables particulares que se esperaba que presentaran relaciones estadísticamente significativas con la percepción de eficacia política, fue posible identificar que el interés respecto a los asuntos públicos locales, nacionales o globales, no presentó ninguna relación con las percepciones de eficacia, en cambio las personas con mayor antigüedad en el uso de la plataforma manifestaron una mayor confianza en su capacidad de proveer insumos al sistema, por lo que la relación estadística de ambas variables es positiva.

Se observó también que el uso continuado pero restringido de Twitter (menos de una hora diaria) se relaciona más positivamente con una percepción de que las autoridades atienden a las solicitudes de los ciudadanos, sin embargo el uso más extenso presenta una relación más positiva con la noción de contar con capacidades suficientes para participar en las decisiones colectivas.

Además quienes consultan o producen un alto flujo de mensajes sobre política y economía en Twitter, también corresponden con aquellos que presentan mayores niveles de percepción de eficacia política externa y manifiestan mayores dudas respecto a si sus gobernantes se interesan efectivamente por su opiniones.

Las relaciones estadísticamente significativas encontradas en la presente investigación (y que se encuentran en línea con otros estudios previos) consisten en que:

- 1) los individuos que diversifican sus fuentes de información desarrollan mayor conocimiento, eficacia e involucramiento político. Lo que coincide con el modelo del círculo virtuoso de la participación;
- 2) la selección de causas para dedicar recursos a temas específicos fomenta la constancia en esta dinámica de intervención en los asuntos públicos.

Finalmente, los datos arrojados por el sondeo demuestran que los usuarios que atribuyen a Twitter una gran capacidad para convocar a otros y manifestarse en favor de alguna causa, presentan los niveles más altos de percepción de eficacia política interna y también sostienen una relación muy alta con quienes creen que a través de este medio es posible obtener audiencias con los representantes, de modo que los foros consultivos de los órganos legislativos y ejecutivos han incrementado la apreciación de que los ciudadanos están crecientemente incidiendo en las autoridades públicas.

Ambas son señales de que el uso continuado y mesurado de Twitter es capaz de infundir confianza y percepciones de auto-eficacia entre los grupos organizados, y que potencialmente cuenta con los elementos suficientes para captar la atención de los no involucrados, quienes dependen de encontrar interlocutores accesibles, con mayor conocimiento y que los desafíen a saber más sobre los problemas que enfrentan.

Los resultados demuestran también que para evitar el desinterés, es posible preservar la desconfianza respecto al actuar y las motivaciones ocultas de las autoridades e incluso de los medios de comunicación, siempre que se fomente la articulación de demandas y participación informada continua en deliberaciones políticas.

Bibliografía:

Almond Gabriel y Verba Sidney (1963) "La cultura política" cap. 1 "Una aproximación a la cultura política" en Diez Textos básicos de ciencia política, Editorial Ariel, Barcelona, España 2001 p. 273

Anderson M (2009) "Community Psychology, Political Efficacy, and Trust" Political Psychology, Vol. 31, No. 1, 2010 doi: 10.1111/j.1467-9221.2009.00734.x

Caprara et al (2009) "Perceived political self-efficacy: Theory, assessment, and applications" European Journal of Social Psychology Eur. J. Soc. Psychol. 39, 1002–1020 DOI: 10.1002/ejsp.604

Easton David (1953) "Categorías de análisis sistémico de la política" en Diez Textos básicos de ciencia política, Editorial Ariel, Barcelona, España 2001 p. 273

Harris, A., & Wyn, J. (2009). Young People's Politics and the Micro-Territories of the Local. *Australian Journal Of Political Science*, 44(2), 327-344. doi:10.1080/10361140902865308

Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. (2007). "Does the 'Monitorial Citizen' Exist? An Empirical Investigation into the Occurrence of Postmodern Forms of Citizenship in the Nordic Countries. *Scandinavian Political Studies*". 30(2), 249-271. doi:10.1111/j.1467-9477.2007.00180.x

Kirkpatrick, David "Egypt Erupts in Jubilation as Mubarak Steps Down" en *The New York Times*, 11 de febrero de 2011. Fuente electrónica [en línea] <http://www.nytimes.com/2011/02/12/world/middleeast/12egypt.html> , recuperado el 26 de junio, 2012.

Merino J & Vega A F (2011) "Ciudadanos.mx" / Edición 1a ed. Lugar México : D.F. : Editorial Random House Mondadori

Miranda, V. (2011), "Cooking, Caring and Volunteering: Unpaid Work Around the World", OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 116, OECD Publishing. doi: 10.1787/5kghrjm8s142-en, Fuente electrónica [en línea] <http://www.oecd.org/dataoecd/41/37/47258230.pdf> , recuperado el 4 de abril, 2012.

Morrell Michael E (2003) "Survey and experimental evidence for a reliable and valid measure of internal political efficacy" *Public Opinion Quarterly* Volume 67 p.589–602 American Association for Public Opinion

Norris P. (2000), "A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies", Cambridge University Press.

Pasek, J., More, E., & Romer, D. (2009). Realizing the Social Internet? Online Social Networking Meets Offline Civic Engagement. *Journal Of Information Technology & Politics*, 6(3/4), 197-215. doi:10.1080/19331680902996403

Putnam, Robert D. (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy* 6 (1): 65–78. doi:10.1353/jod.1995.0002

Romero T (2012) "Quieren hacer verano" Reforma 17 de junio de 2012, Suplemento Universitarios. Fuente electrónica [en línea] (acceso restringido) Reforma.com

Shapiro, Samantha "Revolution, Facebook-Style" en *The New York Times*, 22 de enero de 2011. Fuente electrónica [en línea] <http://www.nytimes.com/2009/01/25/magazine/25bloggers-t.html> , recuperado el 26 de junio, 2012.

1. Internet y Twitter: la comunicación en redes

Resumen del capítulo:

Desde el origen de Internet y posteriormente con el auge de los servicios de red social virtual, persiste una incógnita entre los estudiosos de los fenómenos sociales y las tecnologías de la información; ¿existen evidencias que respalden la noción de que las nuevas dinámicas interactivas promueven el interés y la participación política entre personas que se habrían mantenido ajenas a la deliberación de lo público? La capacidad para desarrollar vínculos de interés y movilizar recursos colectivos en colaboración con otras personas depende de las relaciones de confianza que se logren establecer con otros. Internet y Twitter aparecen como dos instancias de auto organización e intercambio habitual de información que fomentan la interdependencia de otros, al retomar elementos de convivencia del pasado y revitalizarlos. Desde hace cerca de 15 años, los jóvenes, las personas con ingresos medios y altos, así como quienes cuentan con mayores niveles de educación se encuentran encabezando el uso de las herramientas digitales para promover iniciativas solidarias y el voluntariado alrededor de intereses ciudadanos. Estos grupos han incrementando su número de adeptos paulatinamente hacia nuevos segmentos de la sociedad.

1.1) La subcultura de Internet y su uso

A mediados de los años noventa, en medio del auge de la masificación del uso de Internet en todo el mundo, algunos periodistas especularon que Internet se posicionaría en un plazo breve como la instancia de auto organización más grande que el planeta hubiera atestiguado en su historia, debido a que su estructura evoluciona de forma descentralizada a través una “díscola programación de tareas de ingeniería cibernética” (Borsook 1995).

Durante un tiempo se especuló que los programadores y miembros de las asociaciones voluntarias de alta tecnología darían forma al futuro de Internet, y en consecuencia a buena parte de la organización social. Muchos futuristas preveían que los expertos en sistemas computacionales quedarían con la responsabilidad de diseñar los sistemas de almacenamiento y aprovechamiento del conocimiento para las siguientes generaciones, toda vez que la red de redes se convertiría muy pronto en el más grande reservorio de información de la humanidad.

Howard Rheingold describe a Internet como el bien público artificial con los mejores resultados en los últimos tiempos. Explica que no sólo es un resultado, sino una infraestructura que posibilita nuevos modos de organizar la acción colectiva a través de las tecnologías de la comunicación, que permite la creación y mantenimiento de una fuente común de saberes (Rheingold 2002:74).

Los expertos en programación y sistemas computacionales, inicialmente conocidos como “*hackers*”⁴, asumieron como responsabilidad diseñar un sistema que permitiera el ingresar y navegar a través de la información contenida en los ordenadores que forman parte de una red de

⁴ El término hace referencia a su capacidad para reducir un problema a su mínima expresión y encontrarle la solución programática más practica.

forma ilimitada. Su imperativo era otorgar prioridad a lo práctico sobre el enfoque teórico, presentar la información como un bien de acceso libre y privilegiar la descentralización como un método para evitar las tentaciones autoritarias de los administradores de información (Levy 1984:26).

Fue así como el conjunto de valores compartidos entre los primeros usuarios de Internet hicieron posible la vinculación de nodos computacionales integrados en una especie comunidad virtual convergente. Asumieron como credo una curiosa consigna enunciada en 1992 por David Clark, profesor de ciencias del MIT, "rechazamos reyes, presidentes, y el voto; pues creemos en el crudo consenso y código que se ejecuta" (Lessig 1999:65).

Internet fue concebido como una herramienta tecnológica, que se valiera de la ingeniería en comunicación en redes para producir y retroalimentar una plataforma de información. Su función más importante consistía en permitir a sus usuarios innovar, y al mismo tiempo favorecer el libre tránsito de los datos y archivos electrónicos, independientemente de sus contenidos y las implicaciones que éstos tuvieran. Producir vías equitativas de acceso a la información se convirtió en la principal tarea de estos ingenieros de la red, quienes optaron por rechazar todo modelo de organización que contemplara la centralización y discriminación de la información.

El intercambio de textos en la red alimentó un sentimiento de igualdad entre los usuarios en un nivel que no se concebía en las interacciones interpersonales presenciales, debido a las restricciones visuales, auditivas, señales sociales y contextualizaciones que envuelven los encuentros cara a cara.

En la medida que la comunicación a través de las computadoras personales concentró las interacciones con terceros a través de los hipertextos, el origen nacional o étnico, género, edad y apariencia de los emisores pasaron rápidamente a segundo plano, pues los contenidos eran indistintamente transmitidos. La pericia y sagacidad de los emisores constituirían los únicos criterios que determinarían la preferencia por alguna línea editorial entre los receptores de un mensaje (Kerr 2009:14).

El aprovechamiento diferenciado de Internet en la vida pública

La valoración con respecto a los efectos de Internet sobre la vida social han transitado por tres etapas. Primero se presentó una euforia injustificada en la que se asume que muchas de las relaciones de supra subordinación, así como las asimetrías de información se verían paulatinamente atemperadas e incluso superadas por la súbita intervención de una herramienta que facilitaría el acceso igualitario a la información pública, las instituciones y estructuras sociales.

A esta apreciación optimista, siguió un escepticismo abrupto, fundamentado en estadísticas sobre el acceso y el ritmo de penetración de los servicios de Internet en las comunidades rurales y marginadas de servicios públicos, así como entre las personas con ingresos familiares escasos. Esta perspectiva identificó la amplificación de una brecha de habilidades digitales entre los usuarios y no usuarios de Internet (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001: 319). Esta suele ser la perspectiva más adoptada en México, pues coincide con los indicadores de penetración y uso de este recurso en comunidades marginadas.

Con el tiempo se ha desarrollado una apreciación más mesurada que procura balancear los beneficios que implican las "propiedades únicas y políticamente significativas" de Internet (Xenos & Moy, P. 2007: 705) y su potencial de continuar alcanzando nuevos hogares, a medida que despierta inquietudes sobre la utilidad de Internet entre las personas que han carecido de acceso al mismo, y que sin embargo cada vez más requieren cuentas de correo electrónico para dar seguimiento por ejemplo a procesos de reclutamiento y selección laboral.

La presente investigación coincide en que si bien los indicadores de penetración y uso de Internet en nuestro país, obligan a referirse a un segmento aún minoritario de la población (menos del 40% de acuerdo con los estudios de la AMIPCI referidos más adelante), existen dinámicas interactivas entre los usuarios habituales de los servicios de red social que son dignas de ser analizadas para comprender su efecto multiplicador en el resto de la sociedad. Por ello me concentro en describir la utilidad que atribuyen los usuarios de Twitter a esta plataforma en relación a distintas funciones políticas y dinámicas interactivas con sus gobernantes.

En lo que respecta a la brecha de habilidades y conocimientos digitales resulta evidente que cualquier individuo comienza su experiencia particular en Internet con las facultades o limitaciones de su formación académica y familiaridad con las herramientas computacionales, de manera que su desarrollo quedará sujeto a su práctica habitual.

Es por ello que las personas con un ingreso socioeconómico menor en sus hogares presentarán ganancias significativamente menores o con un paso mucho más moderado, respecto a aquellos individuos que han recibido un mayor adiestramiento escolar. Esta observación sobre el incremento diferenciado de habilidades digitales de acuerdo con el ingreso y acceso particular a las tecnologías de la información ha sido denominada en la literatura americana como el efecto Matthew (Hampton 2010: 1113).

Los mismos académicos han encontrado que las desigualdades en el acceso individual y el aprovechamiento particular en el uso de Internet están también relacionados con la discriminación

socio demográfica que se presenta en cualquier sociedad y se asocian con otras inequidades y carencia de oportunidades.

Las investigaciones que cuentan con historial en esta materia han encontrado que algunos diferenciales digitales han disminuido o están en declive, como aquellos referentes al sexo y la edad, mientras que otras, específicamente relacionadas con la raza y situación socioeconómica, se han moderado ligeramente o se han mantenido estables en el tiempo.

Consistentemente se ha documentado en cambio que las personas de menores ingresos en sus hogares presentan niveles inferiores de autonomía, y cuentan con acceso limitado a medios tecnológicos para la conexión a Internet en comparación con los usuarios de niveles socioeconómicos medianos y altos, mayor preparación académica y destreza computacional, quienes en sentido opuesto acentúan sus ventajas con respecto a los primeros (Hampton 2010: 1114).

1.3) La encrucijada de Internet y la participación política: normalización o movilización

Como lo anticipaba Marshall McLuhan, las capacidades de los usuarios de cualquier tecnología de la comunicación se reproducen y amplifican, a través de los preceptos que norman las funciones de un artefacto (McLuhan 1972), de modo que con esa lógica, a pesar de que Internet fue concebido como un espacio de interacción que favoreciera la equidad de condiciones para sus participantes, diferentes académicos documentan que las personas con un alto grado de confianza personal, interés y conocimiento político tienden a agruparse en contados portales en Internet en los que regularmente interactúan con personas con un perfil similar, y de esta forma sólo son capaces de reforzar sus vínculos sociales con quienes comparten antecedentes socio demográficos (Pasek, More & Romer 2009:209).

En línea con esta apreciación, los también denominados teóricos de la normalización⁵ sostienen que el potencial político de Internet es primordialmente aprovechado por individuos y grupos previamente comprometidos con causas colectivas. Desde esta perspectiva la implementación de políticas que amplíen el uso de Internet no reditúan en ningún "efecto positivo neto" y cuantificable respecto al volumen de participantes en un proceso que implique a una comunidad (Chadwick 2006), toda vez que las desigualdades en recursos materiales, sociales y políticos (como el interés y conocimiento en los asuntos públicos así como la confianza en su capacidad de incidir en ellos)

⁵ Se han distinguido a los teóricos de la normalización a los investigadores cuyas conclusiones apuntan a que el uso de Internet sólo incrementa el capital social de las redes de las personas mayores ingresos y educación, relegando a las personas desfavorecidas en ambos ámbitos. Ello implica beneficios incrementales para los primeros, mientras que la ganancia para los segundos resulta prácticamente nula.

reproduce una disparidad similar en las motivaciones para participar en la discusión de los asuntos públicos a través de Internet (Hirzalla, van Zoonen & de Ridder 2011:3)

Estas teorías del refuerzo de redes argumentan que desde la masificación en el uso de Internet las personas conectadas desde los países del mundo desarrollado y particularmente en Estados Unidos, se vincularon inicialmente desde los estratos socioeconómicamente medios a superiores y con mayor instrucción, de modo que los movimientos sociales de los años setenta y las organizaciones no gubernamentales a las que pertenecían algunos de ellos, fueron ganando exposición en la red. Internet sirvió entonces para "reforzar la brecha entre quienes disponen de muchas fuentes de conocimiento del acontecer diario y quienes son pobres en información" y habría que añadir en relaciones con terceros (Kerr 2009:7).

Los académicos que se adscriben a esta aproximación consideran que los servicios de red social únicamente facilitan el desarrollo de relaciones y la vinculación entre personas que previamente tenían acceso a tratar con su semejantes, con quienes antes de la aparición de las redes, ya integraban y aprovechaban sus recursos en favor de una causa conjunta, ya sea porque asistieron al mismo colegio, iglesia, agrupación recreativa o asociativa, o cuentan con algún punto de referencia asociativa común (viajan al mismo destino vacacional, por ejemplo).

Internet es abordado desde esta perspectiva como un medio que favorece la interacción entre semejantes y por ello la herramienta sólo les permite reforzar sus lazos previos y multiplicar sus posibilidades de coincidencia, pero de ninguna manera agregan pluralidad o nuevos recursos a los integrantes de una red (Pasek, More & Romer 2009:198).

Entre los teóricos de la normalización o el refuerzo destaca una importante investigadora de los procesos democráticos, instituciones públicas y percepciones personales de eficacia política, Pippa Norris, quien tras analizar los datos estadísticos reveladas por el proyecto Pew sobre Internet⁶ en Estados Unidos, encontró evidencias estadísticas que le permitieron diagnosticar tempranamente que "las personas políticamente activas en Internet coincidían con aquellos sujetos altamente motivados, destacadamente interesados y mejor informados entre el electorado, aún antes de que hicieran uso de Internet, por lo que – concluye- el medio no puede considerarse como un factor determinante en el incremento del interés político" (Norris 2000:121).

⁶ Es una iniciativa del Centro de Investigación Pew, una organización no lucrativa, no partidista, que investiga el impacto social de Internet. Fue concebido para aportar datos fiables y estadísticas para estos estudios. Su trabajo se concentró en dos líneas de investigación; en primer lugar se dedicó a monitorear las actividades básicas en línea: ¿Quién usa Internet y con qué propósitos?; en segundo lugar, se concentró en cómo el uso masificado de Internet afecta a la dinámica familiar y comunitaria, la vida cívica y política, y las actividades del lugar de trabajo, entre otras. Para más información consulte: <http://pewinternet.org/Static-Pages/About-Us/Project-History.aspx> (en inglés)

Esta corriente de apreciación de Internet, estima que este medio como fuente de interacción política, sólo es capaz de afianzar las afinidades e involucramiento de quienes previamente manifiestan interés sobre los asuntos públicos, razón por la cual el consumo de contenidos noticiosos y la participación política son procesos que se refuerzan mutuamente (Rojas 2006:115).

En contraparte a esta posición, los académicos adscritos a la teoría de la movilización, insisten en que Internet puede facilitar actividades con un propósito político, y reproducir circunstancias virtuales propicias para el desarrollo de una "arena política", donde las personas son capaces de ejercer sus competencias cívicas y adquirir conocimientos que resultan relevantes para incitar la participación política (Kann et al 2007).

Quienes se adhieren a las teorías de la movilización son más optimistas sobre el papel de Internet una vez que éste alcanza a las personas de escasos ingresos. Sugieren que en la medida que cualquier individuo es expuesto a información novedosa, a la posibilidad de interactuar con personas distintas y ser testigo de una mayor diversidad de ideas y posiciones políticas, este sólo hecho es capaz de cautivar su atención e interés, de modo que tenga incentivos suficientes para ampliar paulatinamente su participación en la vida pública. Ello implicaría enriquecer su capacidad deliberativa y acercarse a un número más amplio de insumos informativos.

La apuesta sería entonces que si Internet puede ser utilizado como herramienta para construir involucramiento ciudadano, confianza interpersonal, y conocimiento político, se podría prever que el desinterés en la política, exhibido estadísticamente en las tasas de participación en elecciones entre los jóvenes en Estados Unidos y alrededor del mundo, se pudiera revertir (Pasek, More & Romer 2009:200).

A pesar de esta convicción teórica, incluso quienes consideran que Internet tiene este potencial movilizador, han reconocido que su error muchas veces ha consistido en partir de axiomas de buena voluntad ética, pero de escasa evidencia empírica. La idea de que "si lo construyes, vendrán", resulta una ilusión pues el mero acceso a un navegador web o correo electrónico, de ninguna manera garantiza que el usuario contará con el adiestramiento necesario para buscar y seleccionar información relevante para sí mismo, ni tampoco conduce necesariamente a ese individuo a establecer relaciones significativas con miembros de otras organizaciones sociales en red u otras comunidades que amplifiquen sus facultades (Kerr 2009:7).

En ese sentido, Internet parece capaz de complementar las actividades políticas de sujetos productores de contenido, pero resulta incapaz de modificar los patrones de participación de la gente (Wellman, Witte, and Hampton 2002:312). Es por ello que el análisis de la presente

investigación se ha concentrado en individuos que manifiestan interés por los asuntos políticos y que usan regularmente Twitter de modo que pudieran emplear este medio para entablar conversaciones referentes a sus inquietudes políticas y deliberar sobre ellas con otros. En ese sentido, pretende buscar evidencias de un uso específico intencionado de la plataforma y desestima que el mero uso de la plataforma determine una mayor participación política en sí misma.

1.4) Incentivos para la acción colectiva y la vinculación de recursos comunes

Las estructuras sociales que procuran la participación de la más amplia proporción de sus integrantes y se norman por reglas democráticas, obligan a los individuos a depositar su confianza en que las contrapartes respetarán los acuerdos, sin viciar o entorpecer los procesos encaminados a desarrollar una resolución colectiva, y en última instancia, reconocen que la determinación del grupo, representa las más amplias coincidencias de los involucrados, independientemente de si los insumos que aportaron para llegar al consenso final fueron muchos, escasos o ningunos. Por ello, las relaciones de confianza resultan fundamentales para la obtención de consensos y equilibrios en cualquier colectivo social.

Los teóricos de la acción racional (Olson y Downs) explican en cambio que los incentivos selectivos representan el factor más relevante en la consecución de estos consensos y por ello parten de una relativa desconfianza respecto de los participantes en un proyecto cuyos resultados implican beneficios o perjuicios para las partes interesadas.

De acuerdo con este enfoque la democracia se traduce en una serie de juegos en los que se debe incentivar a las personas a participar en los procesos de toma de decisiones, considerando que cada alternativa implica obtener beneficios particulares y colectivos simultáneamente; así, el óptimo es aquel que obtiene el mayor bien propio y el menor perjuicio ajeno, pues aparece como la fórmula más estable de cooperación.

En sentido contrario, otra corriente de investigadores considera que la confianza en los semejantes, en las reglas de convivencia y en los resultados de los procesos, representa el resultado de las experiencias que se han acumulado al procurar alcanzar metas comunes. Lo anterior los conduce a afirmar que la confianza en los conciudadanos constituye uno de los indicadores relevantes sobre el buen estado de la cultura cívica⁷ (Booth 2008:17).

⁷ Los investigadores que coinciden en el enfoque de la cultura cívica consideran que el principio de autoridad en una sociedad está determinado por consensos obtenidos a través de diálogos, así como por las habilidades persuasivas de algunos de sus integrantes. Más adelante se especifican los conceptos centrales de esta perspectiva.

La construcción de capital social como un recurso colectivo que deriva de la convivencia cotidiana aparece como una explicación inicial a la disposición de las personas a colaborar en torno a un interés político en particular, integrando los recursos y voluntades de individuos con ingresos, preparación académica y habilidades digitales diferentes entre sí.

En resumidas cuentas, el capital social consiste en el desarrollo de relaciones de confianza entre los miembros de un grupo que consideran que se conocen mutuamente y por ello son capaces de movilizar recursos de manera conjunta. En términos aún más precisos, otros teóricos definen al capital social como una serie de reciprocidades materiales y simbólicas que existen y circulan en una red social, o bien, (...) la capacidad de acción colectiva que construyen las personas sobre la base de la confianza social, normas de reciprocidad y compromiso cívico (Lerchner 2003:25).

Los estudios sobre la vida asociativa como una variable capaz de predecir los niveles de participación cívica en las democracias adquieren un auge con las investigaciones sobre capital social encabezadas por Robert Putnam, quien procuró explicar una tendencia decreciente en las votaciones en los Estados Unidos.

De acuerdo con el argumento central de su ensayo “Jugando bolos solo, el declive del capital social en América”, la baja participación en las elecciones norteamericanas coincide con una disminución en el involucramiento en asociaciones civiles, recreativas y culturales, que originalmente producían una sensación de familiaridad y confianza en las personas, y al mismo tiempo permitían vincular recursos y aprovecharlos para causas comunes cuando éstas se presentan.

Desde su punto de vista cuando las personas se perciben a sí mismas más aisladas socialmente y menos comprometidas con sus semejantes, no encuentran motivación suficiente para realizar el esfuerzo de evaluar a los candidatos a puestos de elección pública y decidir apoyar a alguno, pues en cualquier caso este resultado no produce impactos relevantes en su vida cotidiana. Esta noción de finales del siglo XX sería muy diferente a cómo concebían la vida pública comunidades con mayor asociatividad en otras regiones del mundo o incluso en años anteriores en los propios Estados Unidos (Putnam 1995:67).

En su explicación aduce que las normas y las redes de involucramiento cívico afectan poderosamente el desempeño de un gobierno representativo. Esta es la conclusión central de una

investigación cuasi-experimental de los gobiernos sub-nacionales en los veinte años previos a su publicación.

El capital social representa fragmentos de la organización social colectiva, como la confianza, las normas, y las redes que tienen el potencial de mejorar la eficiencia o el desarrollo de la sociedad facilitando la acción coordinada (Pharr y Putnam: 2000; Keele: 2007). Su producción presupone un imaginario fuerte del “nosotros” pues no es fácil que las personas establezcan relaciones de confianza y cooperación social si no consideran que comparten algo común entre ellos (Booth 2008:7).

Los teóricos de la cultura cívica, han encontrado que las posibilidades de que un grupo de personas esté dispuesto a realizar acciones coordinadas para llamar la atención respecto a un tema de interés colectivo se encuentra íntimamente relacionado con la capacidad de construir nuevos vínculos con personas de diferentes antecedentes y perfiles sociodemográficos, estableciendo el diálogo sustantivo y pertinente a sus actividades cotidianas.

Explican que esto sólo es posible cuando las personas conviven cara a cara y pueden establecer nuevas relaciones con un grupo pequeño con quienes coinciden en intereses, ya que cuando se establece comunicación con personas desconocidas a través computadoras, los vínculos que se producen son circunstanciales y el número de personas con las que se puede interactuar se amplía prácticamente sin límites (salvo por las restricción de compartir el mismo lenguaje).

Insisten en que el anonimato y la fluidez de las conversaciones en foros digitales permiten un ingreso y salida fácil, lo que permite que produzcan "relaciones de pasada". “Esa espontaneidad no sólo resulta atractiva [...] para algunos cibernautas, sino que desalienta la auténtica formación de capital social. Si la entrada y salida son demasiado fáciles, el compromiso, la confianza y la reciprocidad no se desarrollan” (Putnam 2000:177).

En función de ese “nosotros” resulta indispensable hacer una primera diferenciación fundamental toda vez que se haga referencia al capital social respecto al capital humano, ya que este último se refiere a los rasgos personales que permiten a un grupo de personas, experimentar ciertas ventajas sociales respecto a sus semejantes, entre las que destacan la preparación académica y el nivel de ingresos de su núcleo familiar, mientras que el capital social se refiere a las relaciones sociales (por ejemplo la pertenencia a grupos de la comunidad) que proporcionan otros beneficios no económicos para sus participantes (Paxton, 1999:104).

1.5) El capital social puente, la densidad y permeabilidad de las redes

Si bien algunos teóricos del capital social como Coleman consideran que las relaciones fuertes y las redes densas son de suma importancia para la generación de "vínculos" que cimentan la confianza y la reciprocidad, otros sugieren que las redes sociales más grandes y menos densas promueven más eficientemente la movilidad social, y permiten el desarrollo de una "vida asociativa" mucho más provechosa para la comunidad (Kerr 2009:5).

En la generación de estos nuevos vínculos el tamaño de una red también cuenta, pues es un factor determinante del número de personas con las que un individuo mantiene conversaciones regulares para hablar de asuntos que inciden sobre su comunidad. Por otra parte la densidad de cada red, se refiere a la fortaleza de los vínculos y la frecuencia en la que se utilizan herramientas digitales de comunicación en los diálogos que sostiene un individuo con sus semejantes (que son distintos por ejemplo entre miembros de la familia que respecto de personas desconocidas)

En este contexto, es conveniente distinguir que la profundidad de la conversación y las posibilidades de incidencia sobre el comportamiento político varían entre la comunicación interpersonal y la medida por la computadora. En principio, resultaría plausible que sólo los familiares y amistades cercanas que conozcan las preferencias políticas, afinidades partidistas e inquietudes particulares de una persona, cuenten con antecedentes suficientes para invitarlo a un formar parte de alguna agrupación, votar por algún candidato, favorecer alguna causa o ejercer un derecho de petición, esperando que respondan favorablemente (Walker 2008:136).

Es entonces más probable que un miembro de una familia nuclear tome como su confidente principal o socio de discusión de asuntos importantes a alguien dentro de su círculo próximo, y por ello existen evidencias de que las redes familiares intervienen en dar forma a la participación cívica y social de las personas (Stern & Fullerton 2009:558).

No obstante, los modelos más recientes de activación cívica sugieren –irónicamente siguiendo los argumentos de Putnam- que las invitaciones a participar en actos políticos provienen de grupos ajenos a la familia y los amigos más próximos, de modo que ocurren en otros espacios de afinidad social como el trabajo, la escuela y la iglesia o en centros recreativos. Ello sugiere que los sujetos optan por evitar las consecuencias de la politización en sus relaciones más íntimas, pues inevitablemente parecen llevar a desencuentros con otros y es un costo muy alto que asumir entre familiares (Walker 2008:137).

Toda vez que algunos individuos se adscriben a causas políticas y adquieren información fuera de sus círculos relacionales más próximos, se deduce que quienes cuentan con redes más grandes de comunicación, incrementan sus posibilidades de participación política; debido a que son más propensos a estar expuestos a personas con mayores niveles educativos, quienes a su vez

comparten sus conocimientos y experiencia, invitando a otros a conocer de algún problema público y emprender alguna acción orientada a su atención.

Poseer más contactos también aumenta la frecuencia de la discusión de asuntos de interés común entre los individuos, toda vez que a medida que el tamaño de una red de discusión se incrementa, se multiplica también la probabilidad de escuchar diferentes posiciones y argumentos plurales, provenientes de sujetos políticamente activos. Ello ha demostrado tener un efecto directo sobre el involucramiento cívico (Leighley 1990: 463).

Por todo lo anterior, incluso si las redes de personas no los exponen a personas con conocimientos y no se caracterizan por la frecuente discusión de los asuntos públicos, sólo el tamaño de la red debería aumentar la probabilidad de recibir oportunidades no redundantes de participación y reclutamiento en grupos de intereses diversos, en las que estas cuestiones se traten de manera presencial y se vuelva más interesante conocer el contexto de lo que se discute (Gil de Zuñiga & Valenzuela 2011:403).

Calore Pateman sostuvo que las actitudes y los comportamientos individuales están determinados por hábitos de comportamiento dentro de las instituciones en las que las personas regularmente se desenvuelven. Por lo tanto, cuando alguien toma parte activa en instituciones con procedimientos democráticos es más propenso a desarrollar actitudes, aptitudes y cualidades psicológicas que contribuyen a formar la convicción de que las personas son capaces de comprender los problemas que le rodean y convertirse en parte de quienes pueden resolverlo (consolidando su percepción de autoeficacia política) (Pateman en Carter 2006:411).

Los fundamentos teóricos sobre cultura cívica proporcionados por Almond y Verba, así como la ruta metodológica de evidencias cuantitativas planteada por Norris, resultan útiles entonces para analizar de qué manera las redes sociales (de contacto cara a cara o virtuales) van configurando conocimientos, hábitos y conductas que fortalecen las percepciones de eficacia política e involucramiento ciudadano que son los efectos que resultan trascendentes para la presente investigación.

En ese sentido el nivel personal de participación política en las redes sociales o en la vida cotidiana está limitado por la cantidad de tiempo y dinero disponibles para este fin, así como por las habilidades comunicativas que las personas han desarrollado o poseen de formación (Walker 2008: 125). Empero estas actividades requieren como factor indispensable, la voluntad de ser tomados en cuenta en sus comunidades locales, un rasgo que se encuentra muy por encima de sus limitantes por nivel socioeconómico (Verba et al., 1995:343).

Los primeros teóricos de los efectos de la comunicación en cascada o en pasos consecutivos, postularon que la influencia de los vehículos masivos de difusión estaba a su vez mediada por líderes de opinión e influenciadores de las personas (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet 1944). Identificaron también tres funciones principales de la información política: la activación, el fortalecimiento de convicciones, y el patrón de conversión hacia un credo, lo que resulta consistente con las investigaciones posteriores (Hanson et al 2010:586). En los servicios de red social la expectativa sería que las personas consulten los contenidos publicados por sus líderes de opinión de manera que vayan formando también su criterio propio.

En correspondencia con estos argumentos, un estudio realizado por la Asociación de Periódicos de Estados Unidos en 2004 encontró que las personas entre 18 y 34 años de edad, quienes recuerdan haber utilizado un periódico en la escuela con regularidad coinciden con quienes manifiestan con mayor frecuencia interés en la política y las cuestiones de gobierno local. Además algunos estudios muestrales sobre programas de lectura de periódico en escuelas de educación media, revelan que los estudiantes con hábitos semanales de lectura y discusión de artículos sobre política son más propensos a buscar información adicional respecto de estos temas, utilizando los medios de comunicación y consultando con miembros de su familia (Vercellotti & Matto 2009:3-15).

A este respecto, Verba, Schlozman, y Brady habrían anticipado que existen tres experiencias que afectan la disposición de los jóvenes para participar en acciones cívicas en el futuro: la educación, la "estimulación política en el hogar", y el involucramiento en las actividades representativas durante la escuela secundaria. (Verba et al 1995:448).

Particularmente en el caso del desarrollo de percepciones de eficacia política, otras observaciones documentan que los estudiantes con bibliotecas de amplia variedad en casa, tienden a ser más positivos respecto de los beneficios que son capaces de obtener a través de la participación política, con respecto a estudiantes similares con un menor número de libros en casa (Lopes, Benton & Cleaver, E. 2009:12).

Dado que en la era digital las posibilidades de consulta de fuentes informativas se multiplican exponencialmente, la discriminación de la información con fundamentos científicos se vuelve el factor determinante y es en esta tarea en la que los líderes de opinión requieren ser consultados de manera más casual a través, por ejemplo, de los servicios de red social.

Existen elementos para afirmar que la confluencia de factores personales determinan el involucramiento particular de los individuos, pero las relaciones que desarrollan las personas en su

vida diaria y el tipo de información a la que se encuentran expuestas son las que multiplican sus posibilidades de asumir roles activos respecto de cuestiones de interés colectivo. En este renglón la información que reciben de fuentes fidedignas y de forma comprensible, les permite entablar conversaciones al respecto y consolidar sus aprendizajes sobre las cuestiones sociales.

Resulta comprensible que el hablar de los problemas comunes motive a los ciudadanos a investigar por sí mismos, y por ello las charlas políticas incrementen el valor de las noticias e información transmitida a través de los medios masivos de comunicación. Factores que en conjunto sugieren que las grandes redes sirven como un recurso más determinante en relación con la deliberación, conocimiento político y el desarrollo de habilidades informativas (Campbell & Kwak 2011:1008).

Investigaciones más recientes, conducidas en Estados Unidos, indican que la mayoría de los jóvenes (65%) encuentran noticias de su interés de forma casual o accidental mientras desarrollan sus actividades cotidianas o se conectan a la red. Este fenómeno representa una extraordinaria oportunidad para que las organizaciones políticas difundan sus causas particulares e intenten movilizar a los jóvenes cautivando su atención a través de los medios digitales (Pew 2011)

Otros estudios demuestran que aquellos sitios de Internet que ofrecen mayor autonomía al usuario como oportunidades para desarrollar historias propias y expresarlas en un foro, gozan de las mejores tasas de visita, estancia y adscripción a una causa, de modo que los blogs, se caracterizan por estimular el aprendizaje cívico con enfoque de actualización continua (Bennett, Wells & Freelon 2011:837, 851).

En línea con los argumentos de Howard Rheingold, la comunicación continua y progresivamente instantánea de grupos de interés, la producción de contenidos con un estilo personalizado y la posibilidad de compartir y debatir posturas frente a temáticas que inciden en la vida del público en general, han dado a Internet una dinámica propia que se diversifica con el paso del tiempo y que ha dado lugar a esquemas en los que las relaciones humanas de toda especie se encuentran en el centro del modelo para la comunicación.

La información y el conocimiento se convierten en bienes transferibles en la medida que la relación interpersonal (receptor-emisor), la confianza en la fuente y las habilidades cognitivas se van desarrollando entre los usuarios de dos nodos cognitivos de la red, en un proceso que asemeja el funcionamiento de las terminales neuronales del propio cerebro humano (Rheingold 2002).

1.6) Seattle: los precursores de la expresión electrónica de la ciudadanía

La dinámica comunicacional a través de las redes sociales digitales, así como su potencial movilizador, tiene como uno de sus primeros precedentes a nivel mundial la aparición una singular manifestación de ciudadanos en Seattle entre el 30 de noviembre y el 3 de diciembre 1999, cuando esa ciudad se convirtió en sede de la cumbre de la Organización Mundial del Comercio.

Mientras las reuniones de los jefes de Estado y representantes de las naciones agrupadas en este órgano internacional sesionaban, los miembros de diversas organizaciones civiles y sindicatos, estudiantes e individuos sin filiaciones políticas de diferentes partes del mundo, se dieron cita en el exterior en la ciudad para solicitar a sus gobernantes y grandes empresarios una agenda democrática para la globalización.

El fenómeno llamó poderosamente la atención de los medios de comunicación, quienes presentaron en todo el mundo imágenes de multitudes obstruyendo centros comerciales, anarquistas destruyendo establecimientos de empresas transnacionales y miles de personas marchando en las calles que fueron enfrentadas con gases lacrimógenos y balas de goma para restablecer el orden.

En medio de este contexto, diversas organizaciones civiles señalaron a las corporaciones transnacionales como los poderes dominantes en los inicios del nuevo milenio, argumentando que algunos conglomerados comerciales tendrían mayor influencia sobre políticas de los gobiernos nacionales, toda vez que recaban ingresos mayores a los impuestos totales de muchos países que son receptores de inversión de estas empresas.

Los académicos estadounidenses, Kevin DeLuca y Jennifer Peeples describen que durante aquella coyuntura, los involucrados en las movilizaciones procuraron obtener cobertura mediática, a fin de expresar sus ideales (particularmente a la televisión) como una forma contemporánea para someter sus perspectivas a consideración de la sociedad en su conjunto, acudiendo a la esfera pública y aprovechando estos canales, como un foro idóneo para dar a conocer sus argumentos y solicitar al mismo tiempo que otros interesados participaran en la discusión política sobre cómo regir el desarrollo colectivo hacia el futuro (DeLuca y Peeples 2002:125-127).

La efervescencia de la ciudadanía mundial en Seattle ilustra con relativa elocuencia, una creciente necesidad de hacer patente una sensación de insatisfacción respecto a las capacidades de los gobiernos nacionales para hacer frente a diversos desafíos que trascienden sus fronteras. En este sentido, Habermas describe que históricamente la aparición del espacio público, se presentó en la

medida que se amplió la base de quienes se reunían, se asociaban y se expresaban con el fin de formar parte de la opinión pública (Habermas 1989:24).

Las diferentes causas que coincidieron en las manifestaciones masivas de Seattle, llamaron la atención sobre un amplio rango de problemas sociales que la era del comercio libre habría evidenciado alrededor del mundo, tales como los derechos laborales, los aranceles establecidos para la protección de industrias locales o la polución y deforestación en los países en desarrollo.

Esta confluencia de intereses tan diversa y potencialmente contradictoria, fue caracterizada por algunos estudiosos de los fenómenos sociales como la movilización de “los camioneros y las tortugas”, en alusión al singular desfile de causas que retomó como título de su libro, el compilador John C Berg en 2002⁸. A pesar de la variedad de sus orígenes, algunos de estos grupos fueron capaces articular coaliciones de interés y compartir una base de recursos para producir beneficios para el provecho de las diferentes partes (Levi y Murphy 2006:651).

Los eventos sociales que enmarcaron el desarrollo de la cumbre de la Organización Mundial de Comercio en Seattle, no sólo representan un antecedente relevante a la dinámica cultural que trataré de describir con mayor detalle a lo largo de los siguientes capítulos, sino que ilustran también con gran elocuencia diferentes rasgos del contexto y la participación de los ciudadanos contemporáneos, toda vez que las herramientas tecnológicas de intercomunicación permiten a los individuos agrupar sus intereses y demandas en foros electrónicos o virtuales, de modo que sus inquietudes puedan coincidir, al menos durante un breve espacio de tiempo para después disociarse.

Aunque en la presente investigación hago un esfuerzo por documentar las movilizaciones “virtuales” de mayor duración, me concentro mayormente en analizar los factores que permiten el desarrollo de relaciones virtuales de confianza y solidaridad a través de los servicios de red social, describiendo aquellos elementos que facilitan capturar la atención del internauta, mantenerla e incentivarlo para que comprometa parte de su tiempo, recursos materiales y habilidades en la difusión y conocimiento de la causa, en comparación con aquellos rasgos tecnológicos o dinámicas de interacción que pueden inhibirla.

⁸ El libro referido tiene como título original: “Teamsters and Turtles?: US Progressive Political Movements in the First Century” Para más información, consulte: <http://www.amazon.com/Teamsters-Turtles-Progressive-Political-Organizations/dp/0742501922>

1.7) Las redes sociales y los rasgos de una ciberciudadanía

Las redes sociales constituyen una forma de entender las relaciones interpersonales en cualquier sociedad, y son evidentemente anteriores a la aparición de Internet, mientras que los servicios de red social virtual representan una plataforma digitalizada para facilitar la comunicación entre los integrantes de cualquier grupo y consignar el intercambio de información en aquel medio.

Tomando la licencia de emplear la categorización taxonómica que ocupan los biólogos para clasificar a los seres vivos, procuraré describir a la “familia” de las redes sociales, adentrarme en el género de los servicios de red social virtual, para finalmente ahondar en los rasgos de la especie Twitter como una plataforma de microblogging.

Jesús Galindo, sostiene que las redes sociales son “estructuras compuestas por personas que se encuentran conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, intercambios económicos, relaciones interpersonales o que comparten creencias, conocimientos o prestigio”.

Él mismo advierte que los servicios de red social en cambio, se apoyan de los sitios de Internet para alojar información y habilitar herramientas que permiten en general;

- 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema que requiere una inscripción,
- 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y
- 3) revisar y recorrer estas vinculaciones y las realizadas por otros dentro del sistema (Galindo 2010:24).

En su abordaje de los servicios de red social, Galindo explica que representan un nuevo nicho civilizatorio en el que en su opinión se desarrolla una cibercultura, pues en su interior se llevan a cabo prácticas alfabetizadoras que identifican una nueva forma de pensar, mucho más flexible y dinámica. Añade que su formato está concebido además para consultar nuevas referencias y presentar la información de modo accesible e inacabado (Galindo 2010:24).

La facilidad para entender la información e ir la relacionando con otras temáticas ha motivado a muchos estudiosos de los procesos de enseñanza y aprendizaje, a procurar emplear estas herramientas para instruir a las personas a apropiarse de nuevos conocimientos y hacer que éstos sean identificados como útiles para su vida cotidiana.

Los puntales de esta cibercultura, son los llamados nativos digitales, quienes desarrollan habilidades y conocimientos, tomando como una de sus fuentes principales de información a la red

de redes: Internet. Michael Hauben, se refirió por primera vez a los *netizens*⁹ o ciudadanos de la red, como "los individuos que dedican tiempo y esfuerzo (*primordialmente intelectual*) en hacer de Internet, esta nueva parte de nuestro mundo, un lugar mejor".

La definición anterior deliberadamente excluye a quienes sólo consultan los contenidos o utilizan espacios virtuales con el simple objeto de entretenerse o alimentar su ego con los comentarios positivos que recibe en su perfil y la aprobación sobre sus actividades diarias de parte de sus contactos. Admite que si bien las visitas a páginas dedicadas a los juegos o esparcimiento no dañan la red, tampoco contribuyen en el enriquecimiento de sus contenidos (Hauben 1996).

A propósito de esta dinámica participativa en la red de redes, Margaret Robertson, reconoce que el uso cotidiano de Internet materializó en parte el anhelo de Hauben en pocos años, caracterizando y marcando a un grupo generacional que la hace posible y proporciona sustancia. En este grupo de jóvenes, que están habituados a intercambiar información a través de Internet desde la educación secundaria (es decir quienes para la masificación de Internet en 1995 tenían entre 13 y 16 años), alteró la comprensión de las identidades nacionales.

Se trata de un grupo de personas que se entienden a sí mismos como agentes de una democracia electrónica, en donde las redes sociales representan el enfoque principal de los usuarios, quienes gozan de una autonomía relativa en su actualización informativa. Los denominados *netizens* o ciudadanos de la red, se caracterizan por un sentido de propósitos individuales y prácticos, mientras que el sentimiento de obligación política se encuentra disminuido en ellos, pues se perciben en general orientados (o constreñidos) por las ofertas del mercado y poseen en común una desconfianza hacia los medios masivos de comunicación.

Trascienden a la opinión pública (en los términos habermasianos), porque la producen desde sus dispositivos, aplicaciones y herramientas de presentación, de manera que con eso contribuyen con el debate político. Son capaces de producir información a un precio relativamente bajo y ponerla a disposición de quienes tienen acceso a la red, no importa su ubicación en el mundo, sus sitios pueden ser vistos, activados y modificados (Robertson 2009:287).

De acuerdo con Manuel Castells; "una cultura de la virtualidad real, construida alrededor de un cada vez más interactivo universo audiovisual, ha penetrado en la representación mental y la comunicación en todas partes, la integración de la diversidad de culturas en un hipertexto electrónico" (Castells 1996). La interacción hipermediada, digitalizada y complementada a través

⁹ Muchas veces *netizens* también es traducido como internauta o cibernauta, en mi opinión esto parece inexacto ya que este término hace una mayor referencia a la navegación o consulta de sitios en la web y no resulta consistente con la definición propuesta por Hauben,

de distintas herramientas dentro de Internet es comprendida y asimilada de manera diferenciada entre los jóvenes quienes se han convertido en los fijadores de tendencias respecto a las herramientas interactivas de comunicación.

Investigaciones desarrolladas en ex repúblicas soviéticas han demostrado que mientras las generación X (1965-79) considera que los encuentros físicos con sus amistades de Internet son interesantes y necesarios; la generación Y (1980-1989) estiman que la diferencia entre un encuentro físico o realizado a través de Internet con sus amistades no representa prácticamente ninguna diferencia, ya que la convivencia es prácticamente idéntica, de modo que los servicios de red social permiten mantenerse en contacto.

Por su parte quienes han experimentado las tecnologías de Internet desde su uso de razón, es decir, quienes nacieron después de 1990 (generación Z), coinciden en que las redes sociales son suficientes para establecer relaciones con sus amistades en Internet, lo que significa que existe una demanda prácticamente nula de encuentros presenciales (Levickaité 2010:179) y que hacia el futuro este rasgo cognitivo modificará muchas de las dinámicas sociales.

Estos “nativos tecnológicos”, también conocidos como *instant online* o de conexión inmediata, son identificados como el grupo que encabeza esta nueva acepción del ejercicio de la ciudadanía, aunque no sean el único grupo involucrado en este proceso; de acuerdo con Rasa Levickaité, se trata de una generación que ha sido impulsada a crecer más rápido, entrar antes en las escuelas, se encuentran expuestos al marketing a más temprana edad, son conocedores de Internet, se han formado desarrollando varias tareas a la vez, pasando entre un asunto y otro, valorando más la velocidad que la precisión; sólo han conocido la comunicación a través de dispositivos móviles, hipervínculos, la generación de contenidos por los usuarios e identifican que están siempre a sólo unos clics del conocimiento (Levickaité 2010: 172-173). Ello supone “la utilización de Internet como medio de relación, así como un medio de información” simultáneamente (Illia 2003:333).

El renombrado libro de Hauben “*Netizens*” desde 1993 daba la bienvenida al siglo XXI a una nueva generación de ciudadanos de la red, quienes se caracterizarían por considerar al resto como sus compatriotas, no por vivir físicamente dentro de las fronteras de un país, sino debido al contacto habitual con personas de todas partes del planeta a través de Internet, en este contexto; la separación geográfica se sustituye por la existencia en el mismo espacio virtual (Hauben 1993:3). Así pues, aunque las distinciones generacionales aparecen difusas en lo referente a quiénes fijan tendencias en la red, sin duda la virtualidad está cambiando la forma en la que se concibe la asociación con otros.

La ciberciudadanía también se caracteriza por la búsqueda continua de información de manera que una vez que se obtiene, se procura ponerla disponible y con acceso libre a todos los semejantes que puedan estar interesados (como herencia de los criterios de los hackers, antes mencionados), de modo que con ella pueda cada individuo normarse un criterio particular sobre el desempeño del gobierno y qué tan bien sus representantes están cumpliendo con su mandato y beneficiando a las personas.

En este mismo proceso, la información debe ser procesada y discutida en grupos de colaboración de manera que pueda adquirir un significado trascendente (Zosimo 2011: 106). Ésta es por ejemplo la lógica subyacente a herramientas como Wikileaks, donde se presenta en bruto información oficial que compromete a gobiernos e industrias.

La cultura colaborativa de los ciberciudadanos postula que su carácter se encuentra mucho más íntimamente entrelazado con la vida cotidiana que con los procesos políticos y debates, de modo que está mucho más orientada por la intuición, la curiosidad y la creatividad. “El lenguaje se transforma en el referente fundamental a partir de cual podemos comprender nuestro entorno, de modo que cualquier regulación de la cultura, resulta en una auto-limitación de la comprensión del mundo que habitamos” (Benkler 2006:413).

En términos generales entonces, es posible decir que las nuevas generaciones de ciudadanos, desde aquellos que nacieron a mediados de los años sesenta y que hacen uso de Internet como adultos (Julian Assange) hasta los más jóvenes, han colaborado paulatinamente en privilegiar el libre acceso a información de interés público y relevante.

Tal como lo solicitaron los manifestantes de Seattle, procuran también transparentar el ejercicio de gobierno y sus procesos, de modo que los ciudadanos cuenten con más herramientas para exigir cuentas de estos órganos de interés colectivo. La máxima para los grupos de jóvenes que procuran promover la participación política y utilizan Internet para este fin, a lo largo de los últimos casi 20 años, ha sido buscar la información y presentarla de forma cada vez más comprensible y creativa.

1.8) Twitter y una caracterización de sus funciones de acuerdo con McLuhan

Considerando estos antecedentes, Twitter aparece como un servicio de red social e intercambio de información en tiempo real, caracterizado por la funcionalidad de conectar a los usuarios en una plataforma de micropublicaciones (*microblogging*) de acuerdo con temas de interés. Aunque la longitud máxima de los mensajes en el tablero de publicaciones es de 140 caracteres, posiblemente su función más destacada, atractiva y versátil es la capacidad de añadir

hipervínculos a otras páginas y documentos que amplíen o nutran una publicación; lo que proporciona contexto y contenido multimedia¹⁰ “embebido”¹¹. Así pues, los tuits (o micropublicaciones) pueden utilizarse para dar un mensaje dotándole de referencias.

La plataforma sugiere seguir personas o temáticas de acuerdo con la relevancia que sus contenidos pueden representar para los usuarios, y finalmente cuenta con la posibilidad de indexar las palabras clave que se utilizan a lo largo de la línea del tiempo de generación de contenidos o *timeline* (Twitter 2012).

De acuerdo con sus propios creadores, cuando Jack Dorsey concibió Twitter, se encontraba en búsqueda de una especie de servicio de control de mando a través del cual se pudieran compartir, en narrativas textuales cortas, los eventos dentro de un club nocturno a través de una plataforma de mensajes en los teléfonos celulares (Sarno 2009).

Dom Sagolla, cofundador de Twitter, refiere que el 21 de marzo de 2006, cuando la primera versión de esta plataforma estuvo lista, consideraron entre bromas llamarle *Friendstalker* (acosador de amigos en inglés), ya que describe la revolución del modelo de interacción y representa una metáfora virtual del servicio, en la cual radica su gran movilidad. Como el mismo lo diría “la diferencia entre ser amigo de alguien y seguir a alguien podría cambiar regularmente, ya que en determinado momento podrías recibir una gran cantidad de mensajes cortos de texto en tu celular y en determinado momento ninguno” (Sagolla 2009).

Con el fin de describir las funciones de Twitter y sus implicaciones con referencia al desarrollo de una subcultura comunicativa para sus usuarios, retomaré a uno de los más versátiles, controvertidos y flexibles teóricos de los fenómenos mediáticos contemporáneos, Marshall McLuhan, quien sostuvo que “las tecnologías al igual que las palabras son metáforas; de modo que comprometen la transformación del usuario en tanto que establecen nuevas relaciones entre este y sus medios” (McLuhan 1991).

La simbiosis que se produce entre Twitter, su entorno y usuarios sugiere que enumere algunos de sus rasgos para explicar de qué manera esta plataforma incrementa las capacidades de sus usuarios (acrecentamiento o *enhancement*), qué otras tecnologías deja obsoletas (obsolescencia), qué elementos recupera de tecnologías o habilidades que habían caído en desuso (recuperación) y cuáles de sus rasgos cuando son llevados al extremo se revierten en contra de los propósitos mismos para los que fue concebido como herramienta (reversión).

¹⁰ Multimedia: plataforma tecnológica que, reúne en un soporte único texto, sonido e imagen estática y móvil (Salaverría 2001).

¹¹ Embeber: se refiere a la comprensión de la información dentro de modo que pueda ser desplegada al hacer clic sobre el vínculo.

1.8.1 ¿Qué cualidades, sentidos o capacidades de sus usuarios amplia? (Incremento)

Interacción personalizada

Los perfiles de identidad dentro de la plataforma hicieron posible intercambiar mensajes dirigidos a individuos específicos y con ello poder “arrobarlos”¹². Las plataformas de conversación previamente habilitadas se diseñaron para iniciar y sostener la conversación alrededor de temáticas generales, como ocurrió con el caso de los *chat rooms* y muchos de los foros de opinión en los sitios de los diarios. A su vez, el servicio de mensajería instantánea MSN (Messenger) requería como condición indispensable para conversar con otros su dirección de correo electrónico.

Twitter hizo posible comenzar pláticas a partir de los mejores rasgos de los sistemas anteriores; presentó un foro público para emitir mensajes breves, permitió que todos los usuarios potencialmente leyeran estos contenidos de acuerdo con sus intereses, y al mismo tiempo dio lugar a intercambiar textos con nuevos destinatarios, sin la necesidad de contar con su correo electrónico. En suma, Twitter está diseñado para enviar mensajes breves en un foro público que privilegia la conversación en tiempo real.

En el caso específico de su uso con fines políticos, incrementa la capacidad de hacer llegar mensajes a gobernantes, legisladores y figuras públicas, lo que produce una sensación de participar en un acto público, al poder “lanzar una consigna al gobernante” evadiendo los costos de una sanción pública en un entorno de interacción física o un encuentro cara a cara. Este novedoso sentimiento resulta impensable a través de otros canales de transmisión simultánea que se ven impedidos a dar cabida a todas las voces al mismo tiempo debido a sus limitaciones de tráfico o espacio.

Capacidad de síntesis

El rasgo más característico de Twitter en comparación con otras plataformas de opinión en línea, es el límite de caracteres para compartir cualquier contenido (140), lo que obliga a desarrollar la habilidad de comunicarse mediante formatos condensados, prescindiendo en muchos casos incluso de todo contexto para privilegiar un impulso, una idea, una noticia, un tema o un concepto.

¹² Se entiende por arrobar; mencionar a otro usuario por su nombre dentro de la plataforma precediéndolo de una arroba (@) a fin de que el sistema le notifique que fue nombrado por otros.

Frente a un evento o tema de interés público que se encuentra a discusión o es transmitido a través de otros medios electrónicos, llega a ocurrir que los usuarios den prioridad a expresar sus puntos de vista en tiempo real, pues se asume que los lectores cuentan con el contexto suficiente del perfil del emisor y tienen nociones de su historial de posicionamientos públicos previos con respecto de la narrativa de los eventos mismos.

Un ejemplo de esta dinámica puede ser una publicación que sólo consigne: “No se toleran preguntas” y que requiere de una interpretación de acuerdo con un contexto particular y el posicionamiento de su emisor. En este caso, la expresión es un enunciado sarcástico dirigido a Carmen Aristegui, quien tras citar a una conferencia de prensa a sus colegas, se limitó a leer un posicionamiento sobre su salida de un espacio radiofónico, acusando a los propietarios de coartar su libertad de expresión y ejercicio periodístico.

Así pues, como toda plataforma de expresión, sus mensajes requieren a veces de una sofisticada decodificación, respecto a un contexto. Como bien lo reconoce el experto en Internet, la sociedad de la información, educación a distancia y aprendizaje electrónico Alejandro Pisanty: “Twitter no sería nada si se entendiera lo que la gente dice”.

Inmediatez

En la medida que un grupo de usuarios son testigos de un mismo evento en directo y sin mediación, tienen la capacidad de percibirlo y reportarlo, destacando diferentes aspectos del mismo bajo criterios muy diversos. El sistema siempre prioriza en la línea temporal¹³ (TL) los mensajes de acuerdo a los más recientemente emitidos, de manera que aparecen en la ubicación superior de la plataforma de mensajes.

La desventaja de esta programación es que algún mensaje destacadamente elaborado queda a “expensas” de ser descubierto, retuiteado o marcada como tuit favorito por algún usuario de modo que “gane popularidad” y pueda ser apreciado por más personas. Una vez que pasan las avalanchas de mensajes es posible decantar los tuits llenos de contenido.

Simultaneidad y habilidad multitarea (multitasking)

La capacidad de reportar en texto, video o imágenes “en vivo”, ha motivado una sensación de contar con la habilidad de realizar varias tareas al mismo tiempo. Un reciente estudio de la Universidad de Colorado, muestra que los estudiantes universitarios combinan el uso de sus

¹³ Línea temporal o Timeline (abreviado TL) se refiere al orden cronológico de las publicaciones ya sea de un usuario o grupo de usuarios, empezando de lo más reciente a lo más antiguo.

teléfonos inteligentes (*smartphones*) mientras ven la televisión 82%, escuchan música 85%, caminan 84% o realizan compras en los centros comerciales 75% (University of Colorado 2010). Esto se refleja en los mensajes que se emiten dentro de Twitter, en donde se consignan habitualmente buena parte de estas actividades.

Seguimiento de las actividades y comentarios de las personas

Uno de los acuerdos tácitos (y posteriormente explícitos) entre Twitter y sus usuarios es que la información que comparten es de naturaleza pública, de modo que puede ser consultada por cualquier persona física o moral, e incluso por quienes no se encuentran registrados como usuarios regulares. Por ello se faculta a los usuarios elegir si desean “proteger” sus publicaciones, obligando a quienes los siguen a ser admitidos por los titulares de un perfil, con lo cual se impide también reproducir directamente los comentarios a través de la función retuit (RT).

Los usuarios adquieren también la facultad de bloquear a otros usuarios cuando lo consideren conveniente, de manera que puedan ignorar todas las menciones que un tercero realice sobre ellos dentro de la plataforma, sin que ello implique que el resto de los usuarios que siguen al tercero dejen de leerlo o puedan hacerle llegar esta misma consigna a través de un retuit de la otra persona.

En cualquier caso, el volumen de usuarios de Twitter en determinados segmentos de la población hacen posible que incluso quienes no posean un perfil en esta red aparezcan de cualquier modo referidos por terceros y que incluso se encuentren archivos gráficos, fílmicos y de audios en esta plataforma refiriendo su nombre, de modo que en este sentido de máxima publicidad, incluso quienes no se encuentran propiamente afiliados podrían eventualmente encontrarse referidos.

Estructuración horizontal de la participación de los usuarios

La plataforma es un foro abierto a las publicaciones en general donde no existe ninguna jerarquización de la información. Los contenidos están determinados por los usuarios a los que se selecciona seguir, por lo que nadie cuenta con la capacidad de imponer “una línea editorial”, sino que cada cual la va confeccionando a su lista de contenidos a gusto personal.

Cuando se identifican mensajes desagradables la opción: “dejar de seguir” se encuentra a solo un clic de distancia (también conocida como *unfollow*). Con ello se faculta a las personas a elegir a sus sujetos de interés y que evalúen su continuidad en su línea temporal debido al contenido que éstos publican.

El uso de la facultad de selección de usuarios a seguir, está precedido por la familiaridad y conocimiento de personalidades públicas y reconocidas en los medios de comunicación masiva, lo que también ha favorecido la “transportación” de las celebridades a estos foros de opinión, así como el surgimiento de nuevos comunicadores para temáticas particulares o personajes excéntricos que atienden a nuevas inquietudes de su audiencia. Lo anterior pareciera sugerir que los más exitosos tienden a ser quienes son capaces de hacer convivir estos tres rasgos en la construcción y presentación de sus personajes virtuales.

Indexación de publicaciones por temáticas (#TT)

La extensión de los mensajes dentro de una plataforma de microblogging como Twitter permite clasificar más fácilmente los contenidos de acuerdo a los sujetos, sustantivos, verbos y objetos a los que se hace alusión. A medida que se desarrollaron más funcionalidades para la plataforma, la sistematización de las publicaciones alrededor de temáticas sobre las cuales se identificaba un mayor volumen y tráfico de usuarios comentándolo fue denominado Tema de Tendencia (o *Trending Topic* en el inglés original), de manera que incluso se habilitó como otra función el uso de una etiqueta con el símbolo de número (#), para indexar una determinada combinación de palabras que procurarían clasificarse por tema o marcar tendencia en determinado idioma.

Discusión de temas con audiencias más amplias

La diferencia fundamental de Twitter en relación con los mensajes de texto en teléfonos móviles es su capacidad de hacer converger el código y la estructura de los últimos con las capacidades en volumen de mensajes y emisores de Internet, en un sistema de estructuración que permite discriminar sólo la información que resulta de interés pero no el número de personas a las que se sigue (al menos en principio).

A este respecto, Gonzalo Ibarra (@YoNoFui) comentó en entrevista que aunque el entorno y las demandas políticas de México en comparación con los regímenes que cayeron en África del Norte durante 2011, o las movilizaciones de indignación en el Reino Unido, España y Estados Unidos presentan una naturaleza y un desafío muy diferente entre sí para quienes son responsables de conducir el gobierno en aquellos países, Twitter y otras redes sociales han sido de gran utilidad como un espacio para expresar inconformidades y demandas de apertura e inclusión al sistema político mexicano en su conjunto.

Desde su perspectiva, esta plataforma ha funcionado como una válvula para liberar presión dado que el régimen político preserva un déficit importante con los gobernados, pues desde la alternancia presidencial, no se habían modificado las reglas de participación ciudadana,

amplificando su capacidad de participar en los procesos políticos sino hasta la reciente reforma política publicada. Explica que esto fue posible al menos en parte, a que los usuarios como él mismo se involucraron activamente en las discusiones tanto con sus conciudadanos como con los representantes a través de protestas, consignas y acampadas que se promovieron bajo la temática de tendencia #ReformaPolíticaYa¹⁴.

Vinculación con grupos de personas similares

A través de la identificación de temáticas e incluso por recomendación de la propia plataforma los usuarios pueden encontrar a individuos con intereses comunes solamente a través de la lectura de sus publicaciones o gracias a la indexación de temas de interés. Mario Campos (@mariocampos), destaca en entrevista para esta investigación que una de las más importantes virtudes de Twitter es que reduce de manera significativa el costo de los esfuerzos orientados a encontrar personas afines respecto a las interacciones presenciales, facilitando el reforzamiento e incremento de vínculos sociales.

Identificación de posiciones opuestas o grupos encontrados

En el mismo sentido, es posible ubicar también a opositores y adversarios de las ideas y posiciones personales, lo que revela la diversidad de la sociedad y los usuarios dentro de una plataforma (incluso en cuestiones tan triviales como el estado de ánimo o humor en las personas). Los desacuerdos y disensiones suelen hacerse presentes pronto en el uso cotidiano de Twitter, lo que permite (en principio) el intercambio de impresiones y argumentos, con la limitante de que en cualquier momento pueden abandonarse una conversación o bloquearse a un emisor.

Hipertextualización y la convergencia de tecnologías

La hipertextualización e la capacidad de presentar referencias a otros documentos externos sobre una temática o concepto, incluyendo un hipervínculo dentro de la misma palabra, de manera que al seleccionarlo en la pantalla, se remita a la argumentación o el contexto en el que se presenta una idea.

De acuerdo con Carlos Scolari, en el Internet el texto “puede ser comprendido en su totalidad sólo como una estructura en evolución, casi proteiforme” (Scolari 2008: 86), de modo que este sistema procura emular los principios que rigen el pensamiento del ser humano al interconectar ideas a medida que son presentadas.

¹⁴ Este episodio de vinculación digital y participación ciudadana será comentado con mayor amplitud durante el capítulo 3

Twitter faculta a los usuarios a incluir más información que sólo textos, permite habilitar vínculos a contenidos fotográficos, videos, esquemas, archivos de audio y música, entre muchos otros. Esta es una de las características que más lo enriquecen a pesar de la limitación de caracteres.

Hipermediación

Nelson explica que el sistema de hipermediación tiene como lógica funcional el que todos los documentos y creaciones de las personas estarán siempre inacabados y serán susceptibles de ser reutilizados de modo que deben ser archivados una misma plataforma (Nelson 1992: 2,14-20).

Años atrás, con el desarrollo de la video-cámara y los reproductores fílmicos para los hogares, McLuhan habría reconocido que “la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos”. Este es el rasgo que más identifica a los cibernautas (McLuhan/Nevitt 1972:198), quienes se han convertido en productores y consumidores simultáneamente de los contenidos que se exhiben a través de Internet.

Como ejemplo de esta dinámica, Mario Campos reveló que su ingreso a Twitter se dio con cierto escepticismo, pero a medida que fue utilizando la herramienta se encontró que se trataba de un foro a partir de cual se puede complementar mucha de la información que se publica en la prensa, y a través de la cual también es posible entrar en contacto directo con las figuras públicas de modo que se pueda enriquecer una historia o el contenido de cualquier nota, con declaraciones, reacciones y entrevistas concertadas a través de este medio.

1.8.2 ¿Qué cualidades, sentidos o capacidades de los usuarios deja obsoletos? (Obsolencia)

Grandes narrativas

La limitación textual de la plataforma impide la redacción de grandes disertaciones o la vinculación de demasiados conceptos para sostener una idea. En Twitter las grandes historias, ceden su lugar a la subjetividad y las formas particulares de abordar temáticas comunes.

Independientemente del grado de elocuencia y precisión de los autores de un mensaje, el conocimiento del contexto del emisor, resulta enriquecedor para reforzar la comprensión del sentido de una frase breve. Cierta familiaridad es útil para identificar el tono que se encuentra empleando un emisor.

En este contexto puede también decirse que el perfil de un usuario para sus lectores, se compone de una imagen que lo identifica (también conocida como *avatar*), 240 caracteres en los que describe su perfil biográfico, y los últimos 3 a 10 tuits que son capaces de leer quienes se interesen por seguirlo.

Por ello puede afirmarse que la atención de los lectores se concentra sobre los emisores y sus interpretaciones sobre eventos que se asumen como comunes, ya que uno de los preceptos que alimentan la hipermediación, es que simultáneamente se producen contenidos instantáneos con perspectivas diversas alrededor de un mismo hecho. La visita del candidato del PRI a la presidencia de México, Enrique Peña Nieto, a la Universidad Iberoamericana ilustra con claridad esta situación, pues la video documentación de los participantes resaltó distintos aspectos respecto del mismo evento¹⁵.

Lógica lineal de estructuración

En ese mismo tenor, las narrativas tradicionales suelen presentar como estructura general una introducción o problemática general, los rasgos de los protagonistas, una secuencia de eventos que se van complejizando entre sí y nos llevan a un clímax o un punto en el que el desarrollo de los eventos toma por unos momentos una dirección diferente a la esperada, y que, finalmente nos conducen a una conclusión donde los episodios y personajes seleccionados para narrar la historia cobran un nuevo sentido.

En Twitter, tal como en la prensa escrita, la radio y la televisión, la gran mayoría de los protagonistas se encuentran en continuo movimiento y en la medida que los eventos están ocurriendo en tiempo real, pueden ser presentados o 'encontrados' como introducción, desarrollo, punto de quiebre o conclusión de cualquier historia, dependiendo de la narrativa que se quiera presentar en 140 caracteres.

Son los protagonistas, los eventos en tiempo real y las primeras reacciones (pulsiones) que despiertan, aquellos que se vuelven dignos de una mención o seguimiento. Toda vez que el proceso de selección y reconstrucción de eventos queda a criterio del usuario de la plataforma en la que se produce y comenta la información.

Las conclusiones de cualquier historia permanecen abiertas, y estarán sujetas a revisión a medida que aparezcan nuevos personajes o factores a considerar. Éste es uno de los legados más claros de la posmodernidad, en la que tal y como lo describe Zygmunt Bauman el caos como el opuesto

¹⁵ Para mayores referencias sobre la visita de Enrique Peña Nieto a la Universidad de Iberoamericana consultar: <http://www.adnpolitico.com/2012/2012/05/15/videos-las-dos-versiones-de-la-visita-de-pena-a-la-ibero>

del orden, representa “una negación de todo lo que se esfuerza por constituir el fin (...) es un producto de la auto-constitución (...) condición *sine qua non* de su posibilidad (reflexiva)” (Bauman 1991:7).

Jerarquización de la información

Gracias a la hipervinculación de la información, la estructuración de la misma tampoco atiende a presentar los eventos en una lógica deductiva o inductiva. La simultaneidad y la inmediatez cobran mayor relevancia que ordenar los mensajes emitidos a través de alguna categorización, salvo cuando se desea establecer una etiqueta (*hashtag*¹⁶) de acuerdo con el criterio de un emisor o reproductor de un mensaje.

La versatilidad de la herramienta radica también en su simplicidad y en deliberadamente evitar proporcionar cualquier tipo de orden a la información, lo cual deja en manos de los mismos usuarios y aplicaciones complementarias la presentación de los hechos en vivo y en bruto. Ello representa un relevante contraste con la estructuración de los noticieros en secciones.

Mario Campos destaca que Twitter de alguna manera está modificando las posibilidades para establecer agenda pública entre la clase política, los medios de comunicación y la sociedad civil. Explica que si bien durante el autoritarismo de la hegemonía de partido en México, el presidente era el actor que monopolizaba el discurso político y durante la transición los medios se volcaron en críticas y establecieron su propia agenda. Hoy en día, a través de los servicios de red social digital, los temas de tendencia nos permiten identificar cuáles son algunas de las preocupaciones en las que coinciden los ciudadanos y que muy posiblemente no están recibiendo tanta cobertura o investigación periodística como algunos miembros de la sociedad desearían, de modo que evidenciar esta brecha no sólo se ha vuelto posible sino deseable.

Describe que desde su punto de vista, en las redes se está evidenciando una lógica diferente del ecosistema de la información, donde los diferentes actores están encontrando nuevas vías para hacer llegar sus mensajes a públicos masivos o decisivos, como sucede para los ciudadanos creativos e ingeniosos por un lado, o para las figuras públicas por el otro que cuando cuentan con millones de seguidores pueden prescindir (al menos momentáneamente) de los medios masivos de comunicación y dirigirse directamente a su público. Apunta sin embargo que ello implica limitaciones respecto a que no todas las personas tienen la misma oportunidad de utilizar esta herramienta y aún entre quienes la utilizan los tuits no tienen un mismo peso real.

¹⁶ El símbolo de numeral #, también denominado hashtag, se utiliza para marcar las palabras clave o temas en un tuit. Fue creada orgánicamente por los usuarios de Twitter como una manera de categorizar los mensajes (más en <http://support.twitter.com/articles/247830-que-son-las-etiquetas-el-simbolo-de-gato>)

Espacios de privacidad

Una plataforma de emisión de mensajes como Twitter cuenta con pocos límites y criterios para eliminar cierta información o contenido. En general sólo está previsto denunciar usuarios como emisores de mensajes publicitarios basura (o *spam*), ya sea bloqueando la lectura de sus mensajes en la línea temporal (*TL*) de un usuario particular, sin embargo, sólo después de varios bloqueos los administradores pueden considerar clausurar el perfil, mientras que la otra vía es a través del llenado de una solicitud de apoyo a Twitter.

La difamación o el daño moral no están previstos como ofensas o motivos para una baja en Twitter, por lo que diversos usuarios y programadores de computación han desarrollado también perfiles dedicados a la provocación intencional de usuarios o lectores, creando controversia muchas veces como un medio de mero entretenimiento, y se caracterizan por la interrupción o desvío de temáticas de discusión. Se trata de un fenómeno y perfil particular de actuación que ha sido denominado *trolleo*.

Independientemente de la recepción de mensajes indeseables en cualquier variedad, uno de los rasgos más relevantes de los servicios de red social, es que no es requisito indispensable contar con un perfil para ser objeto de comentarios y documentación como ya se anticipó. A través de textos es posible describir las acciones cotidianas de un sujeto, presentar sus fotografías, videos o cualquier tipo de ilustración desarrollada y publicada por un tercero.

Incluso cualquier previsión para proteger información personal y compartirla “sólo con amigos o grupos de contacto” resulta ingenuo, no sólo por la vulnerabilidad de los datos digitales, sino justo por la mera posibilidad de ser objeto de las publicaciones intencionales o accidentales de otros. Mark Zuckerberg, creador de Facebook, en una de sus más destacadas entrevistas sobre las políticas de seguridad de los perfiles de los usuarios de este sitio, enunció una de las frases que mejor describen uno de los aspectos que se revolucionó a partir de la aparición de los servicios de red social: “la era de la privacidad terminó y debemos aprender a lidiar con ello”¹⁷

Otras tecnologías de mensajería instantánea

Aunque el auge de los servicios de red social como Facebook y Twitter es relativamente reciente (2010), existen ya indicios de que los servicios de mensajería instantánea como Microsoft Messenger han presentado decrecimiento en su uso entre grupos particulares de la población

¹⁷ Para mayores referencia sobre esta cita y su contexto consultar: http://www.readriteweb.com/archives/facebook_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov.php

ocupada (en escuela y oficinas) mayores de edad en Estados Unidos, donde 15% reporta que dedica menos tiempo a enviar mensajes a través de esta vía (Wolford 2011) e incluso esta misma tendencia puede identificarse en las más recientes mediciones de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)

1.8.3 ¿Qué recupera que haya quedado en desuso? ¿Qué aspectos privilegia el artefacto o tecnología? (Recuperación)

Textualidad

En comparación con otras dos plataformas de comunicación en Internet con más visitas y adeptos hasta la publicación de esta tesis, Facebook (con más de 700 millones de perfiles¹⁸) y Youtube (con más de 35 horas de nuevo contenido publicado cada minuto¹⁹) que han privilegiado los contenidos fotográficos y audiovisuales, Twitter se presenta como un espacio que otorga el lugar central al texto, con lo que recupera en buena medida su difusión y consumo masivo. Es posible que su éxito esté basado justamente en hacer de los lectores, productores y consumidores de micromensajes, muy a pesar de las tan comentadas restricciones en caracteres.

Descripción simple

Los mensajes de texto en los teléfonos móviles ya habrían precedido a los tuits, sin embargo el número limitado de receptores habría condicionado a que la gran mayoría de los contenidos se refirieran también a pocas temáticas muchas veces muy operativas o personalizadas, siendo Twitter una plataforma de convergencia donde es posible incluir hipervínculos a otros contenidos. Un creciente número de usuarios han desarrollado nuevamente la habilidad de escribir a modo de encabezados de diario o guionistas literarios, de forma que en un solo enunciado son capaces de atraer la atención de la audiencia y resaltar la sustancia de un evento o idea.

La proposición de temáticas y opiniones

Con tantos emisores produciendo y comentando contenidos de los usuarios o medios, lo más cercano a una agenda de la plataforma lo constituyen la lista de temáticas que presentan más coincidencias de menciones específicas y que marcan una tendencia entre los usuarios, mejor conocidos como *trending topics* (los #TT antes referidos) dentro de Twitter.

¹⁸ Para mayores referencias sobre el número de usuarios de Facebook en 2011 consultar: <http://www.insidefacebook.com/2011/04/21/facebook-climbs-toward-700-million-users-worldwide-with-steady-growth-in-the-us/>

¹⁹ Para mayores referencias sobre la producción promedio de contenidos en Youtube consultar: <http://www.techdirt.com/articles/20101113/16224811855/amount-of-video-content-uploaded-to-youtube-increasing-at-an-astounding-rate.shtml>

Cualquier persona puede intentar promover la discusión de una temática añadiendo solamente un símbolo de número (#) justo antes de la palabra o concepto que desea promover como #Superbowl o #Mubarak, dos de las más comentadas por ejemplo a principios de 2011, y esperar a que el resto de los usuarios esté dispuesto a comentarlo bajo la misma etiqueta o sumarse a alguna de las que se encuentren ya ubicadas entre las primeras 10 localmente o a nivel mundial.

Retroalimentación

Frente a otros medios electrónicos como la televisión o la radio e incluso los impresos, donde se destinan espacios para atender y reproducir comentarios de la audiencia, en Twitter el volumen más importantes de contenidos está compuesto por comentarios de usuarios, quienes comentan respecto a una gran diversidad de temáticas, que en buena medida coinciden y gravitan alrededor de aspectos noticiosos y eventos del mundo del entretenimiento, ya sea a través de manifestaciones culturales, artísticas o deportivas entre otros. En esta lógica Twitter puede ser entendido como un gran buzón de sugerencias temáticas²⁰.

Recomendación (RT, # y #FF)

En las comunidades tradicionalistas, en las que los medios de comunicación masiva juegan un papel secundario, las referencias sobre las personas y su reputación suele ser un fenómeno que facilita o inhibe las interacciones tomando como referencia la confiabilidad de las contrapartes.

Ocurre un fenómeno similar en las comunidades digitales, en donde el anonimato o la falta de interacción cara a cara, es suplido a través de las referencias y recomendaciones de terceros. El esquema sobre la clasificación de los usuarios de Internet con respecto a sus promesas, ha sido empleado por la plataforma de compra-venta Ebay, el sitio para la consulta y reservación de servicios de hospedaje *Trip Advisor* y la página para la adquisición digital de libros Amazon, a través de ellos los clientes refieren qué tan confiable fue su experiencia de compra en comparación con la descripción del producto o servicio que se publicitó en estos sitios.

En el caso de Twitter, seleccionar la lectura de contenidos frente al gran volumen de productores, ha dado pie a que los propios usuarios manifiesten sus coincidencias, agreguen comentarios o perspectivas de contraste, a través de una función de la plataforma conocida como *retuit (RT por el prefijo que se ubica al publicar este mensaje)*; que justamente tiene como fin compartir la misma información o contenidos con otros seguidores. Se trata de una dinámica que podría asemejarse a

²⁰ Para mayores referencias sobre la preponderancia de las temáticas en Twitter consultar: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1902818,00.html>

una especie de resonancia o eco de los mensajes emitidos, la otra forma de destacar un tuit particular es marcarlo como favorito, de manera que pueda conservarse en un archivo personal.

La otra dinámica de recomendación de perfiles de usuarios se ha denominado *Follow Friday* (#FF por sus siglas en inglés) algo así como “viernes para seguir”. Mediante esta etiqueta quienes cuentan con un perfil en la plataforma pueden sugerir seguir a otros usuarios cada viernes, aunque con el tiempo esta práctica informal ha caído en desuso.

Ideogramas (Íconos y micro referencias)

La falta de señales visuales dificulta la interpretación de los mensajes textuales (Goffman 1959). La lectura de textos breves hace complejo comprender la intención o el tono de algunas oraciones; las bromas, ironías o sarcasmos carecen del refuerzo expresivo que puede percibirse en un encuentro cara a cara, mediante la modulación de la voz, los gestos o las referencias sensoriales que acompañan a las palabras y nutren su sentido. En respuesta a esta problemática se insertan símbolos o muy breves referencias para hacerlos comprensibles y dotarlos de una connotación.

Los llamados “*emoticonos*” pueden ayudar al receptor a interpretar los mensajes en línea dentro de foros virtuales de asincronía; es decir, donde las respuestas no se producen en un intervalo de tiempo fijo entre una contribución inicial y una respuesta (Vergeer & Hermans 2008:42) Como su nombre lo indica, se utilizan los emoticonos para demostrar las emociones de quienes emiten un mensaje.

1.8.4 ¿Qué usos de esta tecnología corren el riesgo de revertirse en contra de los propósitos originales cuando son llevados al extremo? (Reversión)

Sobre-simplificación del entorno

Los contenidos que se encuentran en Twitter corresponden primordialmente a aspectos subjetivos y referentes a la vida cotidiana de un gran volumen de sujetos, por lo que en primera instancia, los conceptos, opiniones e información que se encuentran en esta plataforma no pueden ser tomados como una fuente fidedigna de referencia, a menos que el autor y las evidencias que acompañen a un texto gocen de credibilidad o alguna especie de sustento metodológico. Con el tiempo los propios usuarios han ido aprendiendo a discriminar las fuentes habituales de información confiable del ruido o distorsiones en el ambiente.

Debido a que no existe un editor de contenidos y se favorece la libertad expresiva en la plataforma, es inevitable encontrarse con usuarios que reducen las problemáticas sociales a conceptos o verbalizaciones asequibles para el público en general, lo que en muchas ocasiones inhibe el desarrollo reflexivo respecto de los asuntos públicos.

A pesar de todas las virtudes de la convergencia digital y la hipertextualidad, nuevamente son los usuarios de la plataforma los únicos responsables de seleccionar fuentes fidedignas de información, o de disponer de tiempo e interés para contrastar puntos de vista con el objeto de formarse un criterio propio.

Trivialización, banalización y desacralización de todas las instituciones

La libertad de expresión ha dado lugar también a que ninguna institución o personalidad pública quede exenta de la crítica frontal y agresiva, que en ocasiones puede apreciarse como ofensiva e irrespetuosa por algunos actores de la vida pública, quienes en foros públicos e institucionales habían tenido cierto control respecto de la retroalimentación que recibieran.

Por el contrario, en Twitter existen toda clase de textos dirigidos directamente a estas figuras y organizaciones sin observar ningún protocolo, lo que en términos de lo simbólico sugiere la desmitificación y desacralización de todo lo público.

Elia Baltazar (@elibaltazar), periodista independiente y ex editora de la sección Nacional de Excélsior, consultada también para la presente investigación, explica que para los medios Twitter representó también una oportunidad de atraer nuevas audiencias a sus canales tradicionales de difusión, TV, radio o prensa, ya que una de las tácticas más socorridas en años recientes ha sido reproducir las declaraciones de diferentes usuarios, lo que los ha hecho aparecer como más próximos a la opinión pública.

Añade sin embargo que este rasgo no revela sino la desmedida fascinación que existe sobre este canal de expresión, en el que existe plena libertad de insultar a los personajes públicos o entrar en debates de varias horas sin construir ningún acuerdo. Dice que nos encontramos en una borrachera de la *opinocracia*, en la que pocos medios están diseñando las herramientas y aplicaciones complementarias para identificar información valiosa dentro de esta plataforma, más allá del termómetro del estado de ánimo de los usuarios que suele ser más bien anecdótico.

Desinformación (especulación y rumor sobre los hechos)

Es por ello que en estos nuevos espacios de interacción social, los periodistas se encuentran frente a nuevos dilemas éticos en el ejercicio de su profesión, pues aunque en principio pareciera que tienen acceso a una fuente inagotable y creciente de información, resulta indispensable que determinen y hagan pública la fiabilidad de la información que difunden y el carácter de sus publicaciones; es decir, si deben de leerse como posiciones personales o del medio que representan, si son parte de un rumor o un proceso de investigación periodística, etc.

Resulta engañoso atribuir confiabilidad incluso a quienes habitualmente laboran en los medios de comunicación masiva, pues cualquiera puede sacrificar la veracidad de la información privilegiando el convertirse el primero en emitirla. Retomar información de las redes y difundirla a través de canales masivos es un ejercicio que puede ser más nocivo que benéfico visto desde esta perspectiva (Meneses 2011), pues resulta prácticamente imposible verificar que el mensaje sea emitido por la persona a la que se le atribuye, pues el *hackeo* o secuestro temporal de la administración de cuentas en este canal de comunicación a personalidades se ha vuelto más frecuente, e incluso lo reportado puede estar severamente distorsionado por la percepción del emisor o la limitación del espacio para consignar los hechos.

Como ejemplo de la urgencia por dar a conocer información exclusiva, durante noviembre de 2010 El Universal presentó como su nota de ocho columnas la presunta liberación del ex senador Diego Fernández de Cevallos, quien hasta entonces habría permanecido secuestrado por más de 196 días y de quién las autoridades desconocieran oficialmente el paradero, incluso el día en que circuló esta versión.

El mismo día de la publicación por la madrugada, un columnista del diario, José Cárdenas a través de su cuenta de Twitter (@JoseCardenas1), habría confirmado la liberación, citando como fuente a la familia del ex candidato presidencial, sin embargo; en las horas posteriores tanto la familia como las autoridades desacreditarían esta versión y devolverían el estatus del personaje público a desaparecido con todos los riesgos y posibles costos asociados a la integridad física y emocional de este personaje público y su familia. El lunes siguiente a este hecho tuvo que retractarse y pedir una atenta disculpa a sus audiencias²¹.

Descontextualización

Los breves enunciados publicados en Twitter pueden ser fácilmente malinterpretados y desvirtuados en perjuicio de sus autores, lo que representa una irreversible consecuencia de la

²¹ Para mayores referencias sobre el caso citado, consultar: http://www.econoticiashuatulco.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1578:falso-que-diego-este-libre-segun-jose-cardenas-de-grupo-formula&catid=3:newsflash&Itemid=50

publicidad de las ideas. En su vertiente más positiva pueden utilizarse para solicitar la rendición de cuentas sobre un compromiso, pero en el caso más pernicioso para transformar el sentido de las palabras y dotarlas de una historia controvertida, alimentada de testimonios, archivos gráficos, audiovisuales y textuales que configuren el montaje perfecto para una historia falsa con toda la apariencia de verdadera y “respaldada” por una declaración desafortunada en la plataforma.

A este respecto, Elia Baltazar reconoce que por más interesantes y noticiosas que puedan resultar algunas declaraciones en Twitter, la labor periodística exige que toda información sea convalidada de manera personalizada, de modo que recomienda que todos los usuarios sean cautos siempre que consulten contenidos en esta plataforma, pues han sido incontables las veces en que una cuenta por ejemplo es usurpada por hackers y los mensajes publicados no siempre son emitidos por la fuente que aparece referida.

Dispersión

Ya que no existe una agenda dominante y predomina el interés particular respecto a una variedad de personalidades con un gran número de seguidores, las temáticas siempre pueden ser desviadas a través de un nuevo escándalo público o declaraciones controversiales de un *tweetstar* (como se denomina a los personajes con un gran volumen de seguidores).

Como sucede en otros medios es posible desviar el foco de atención de los usuarios y sembrar distractores, e incluso existen profesionales dedicados a estas tareas denominados “*trolls*”. Hacer frente a este fenómeno requiere que los propios usuarios articulen resistencias y retomen el control de la agenda de comentarios, dando seguimiento escalonado a las solicitudes de rendición de cuentas.

Despersonalización y estructuración de montajes

Cuando el “prestigio” ganado a través del número de seguidores, retuits o tuits marcados como favoritos se vuelven la motivación para producir contenidos en Twitter, las personas se ven naturalmente tentadas al histrionismo, o a sacrificar convicciones y preferencias siempre y cuando se preserve una apariencia o se pueda presentar una pose que vaya de acuerdo a las preferencias de un determinado auditorio.

En estricto sentido informativo, aunque la mayor parte de las veces los lectores son capaces de distinguir por sí mismos la veracidad de las afirmaciones dentro de esta plataforma, por momentos un supuesto líder de opinión puede despertar dudas razonables en buena parte de su auditorio, alimentando especulaciones respecto de algún hecho o el actuar de un tercero.

Exacerbación del disenso y estructuración de discursos de odio

La pluralidad en cualquier sociedad justifica la identificación de posiciones encontradas respecto a cualquier temática o evento que se presente, sin embargo cuando el desacuerdo es motivo para despreciar, demeritar y amenazar a los opositores, la esencia de la convivencia y el respeto a la integridad de todos los segmentos de la población se pone en riesgo.

La declaración universal de los derechos humanos establece explícitamente en su artículo 19 que la libertad de expresión tiene como único límite el respeto a los semejantes, de forma que no se les insulte u ofenda (Declaración Universal de los Derechos Humanos 2012). Las expresiones de desaprobación no deben incitar a la violencia o la segregación, y sin embargo, nuevamente quienes abusan de la plataforma en este sentido no son objeto en principio de ninguna censura sino después de una serie de denuncias de otros usuarios, mientras pueden continuar ganando adeptos. Un riesgo que pareciera menos grave que las propias tentaciones de censura en la plataforma.

Recientemente un estudio elaborado por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (@Conapred), la empresa global Ogilvy (@Ogilvy) y el Museo Memoria y Tolerancia (@museomyt), dio a conocer que la emisión de 60 mil 57 tuits discriminatorios en dos meses a través del monitoreo de 31 temas de tendencia. “El hashtag discriminatorio más utilizado: #Puto, con 140 mil comentarios. El segundo y tercer lugar: #Zorra y #Prole, con más de 40 mil tuits en el mismo periodo”. Aunque las cifras parecen una contradicción, el total de los tuits emitidos fueron filtrados de modo que se comprobara que se emitían efectivamente discriminando un segmento de la población (Animal Político 2012a).

Desvinculación de las personas (vía la virtualidad)

La distancia física y los impedimentos materiales pueden resultar ser extraordinarios e insalvables obstáculos para la vinculación de personas que comparten intereses y persiguen un objetivo común, sin embargo las herramientas digitales pueden en contraparte consumir demasiado tiempo y atención de sus usuarios, manteniéndolos distanciados de la interacción con las personas de su alrededor con quienes se encuentran copresentes en los espacios familiares, escolares, laborales y espacios públicos tradicionales (plazas, parques y centros de recreación).

A modo de síntesis, las capacidades que se incrementan, quedan obsoletas, se retoman y se revierten en contra de los usuarios de Twitter son presentadas en el esquema 1, el cual emplea el método de flujo sugerido por McLuhan, que no posee una lógica lineal o causal, sino que expresa

interrelaciones diversificadas en potencia y que corresponden exclusivamente a las situaciones particulares que desean abordarse, tal y como fueron enumeradas en las paginas anteriores.

Esquema 1
Tétrade para el análisis de tecnologías de McLuhan

Cualidades resaltadas	Obsolencia
Interacción	Grandes narrativas
Capacidad de síntesis	Lógica lineal de estructuración
Inmediatez	Jerarquización del información
Simultaneidad	Espacios de privacidad
Multitarea / <i>Multitasking</i>	Otras tecnologías de mensajería (MSN)
Seguimiento de actividades y pulso de opinión	
Horizontalidad	
Indexación de información	
Discusión con audiencias amplias	
Vinculación con grupos afines	
Identificación con grupos opuestos	
Hipertextualización	
Convergencia	
Multimediación	

Recuperación	Reversión
Textualidad	Sobresimplificación
Descripción simple	Banalización o desacralización
Proposición de temáticas	Desinformación
Retroalimentación	Descontextualización
<i>Sistema de recomendación</i>	<i>Dispersión</i>
Iconografía	Despersonalización y montaje
	Difusión del disenso
	Desvinculación cara a cara

Selección propia de características 2012
Elaboración propia

1.9 Perfil socio demográfico de los usuarios de Internet en México

Además de tener en cuenta los rasgos propios que han determinado la dinámica de interacción entre los ciudadanos en Internet en lo general, y en Twitter en lo particular, es necesario no perder de vista que el desafío más importante que se ha planteado a Internet (y a esta plataforma en consecuencia) respecto a su potencial movilizador, es su capacidad para hacer llegar los mensajes a una audiencia masiva, dentro de la cual el grupo mayoritario corresponde a personas con escasa preparación académica, bajos ingresos en sus hogares y pobre relacionamiento con conciudadanos dispuestos a movilizar sus recursos para apoyar causas comunes.

Por ello, resulta indispensable describir con cierto detalle los perfiles de usuarios que se encuentran más activos dentro de esta plataforma, a fin de poder caracterizar la dinámica que han seguido respecto a su producción de contenidos e interacción con sus semejantes, y que sería plausible esperar hacia futuro. Debido a que Twitter es una plataforma de comunicación habilitada en Internet, el primer dato al que es necesario hacer referencia es al número de personas con acceso a esta herramienta.

A este respecto, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) (con datos del INEGI y la COFETEL), dio a conocer en septiembre de 2011 que aproximadamente 34.9 millones de personas cuentan con acceso a Internet, siendo las entidades con mayor porcentaje de usuarios el Estado de México (14.9%), el Distrito Federal (11.8%), Jalisco (7.4%), Veracruz (5.5%) y Nuevo León (5.2%).

En lo referente a la distribución de género el comportamiento aparece muy cercano a la distribución de la población total, siendo que un 51% de hombres y un 49% de las mujeres cuentan con acceso a la red, lo que equivale a una variación de dos puntos porcentuales a la inversa, que no podría interpretarse como un signo de exclusión por causa de género sino probablemente uno de los aspectos que menos sesga a una muestra.

La distribución de usuarios de acuerdo a su edad se encuentra igualmente en línea con las tendencias globales, siendo los adolescentes entre 12 y 17 años los principales usuarios de Internet representando un 27% del total, seguidos por los jóvenes de 18 a 24 (23%) y los de 25 a 34 (17%), quienes en conjunto representan un 67% del total de cibernautas habituales en nuestro país (AMIPCI 2011:17).

Esta tendencia aparece en un rango muy similar a los resultados del Proyecto Mundial de Internet (WIP por sus siglas en inglés) que encabezó en México también durante 2011, el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey (ITESM), quienes revelaron que de acuerdo con sus estimaciones más de 5 millones de usuarios de Internet tienen menos de 11 años, mientras que agregadamente 75% del total cuenta con menos de 32 años (WIP 2011:8). El detalle puede apreciarse en el gráfico 1, a continuación.

Gráfico 1: Distribución de usuarios de Internet por rango de edad
Utilizas regularmente Internet

Fuente: Comparativo propio WIP 2011 e INEGI 2010
Elaboración propia

La AMIPCI por su parte, llamó la atención al hecho de que en su distribución por nivel socioeconómico, el más alto porcentaje de usuarios se presenta entre los individuos de hogares con ingresos catalogados como medios bajos (46%), seguidos de los de medios altos (31%), altos (16%) y bajos (7%) (AMIPCI 2011:14-19)²².

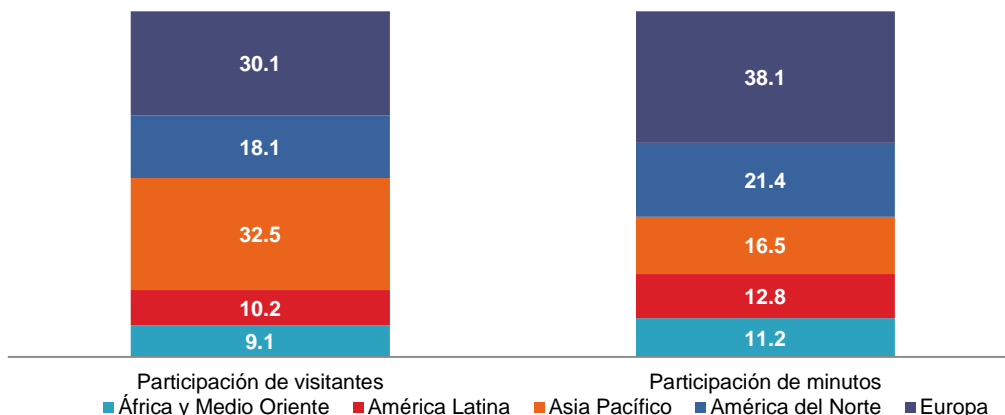
A lo que a su vez, el Proyecto Mundial de Internet (WIP), encontró un comportamiento similar, agregando la observación de que en el 90% de los hogares de ingreso socioeconómico alto, hay por lo menos un usuario de Internet (ITESM 2011:10), de modo que no cabe duda de que la actividad en Internet se concentre en este segmento.

En entrevista, Antonio Martínez Velázquez apunta que aproximadamente son sólo 5.2 millones los mexicanos que tienen acceso a banda ancha, y destaca que aunque el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 establece como meta para fin del sexenio que 70 millones de mexicanos tengan acceso a Internet, las decisiones de política pública no han permitido progresar al ritmo indicado, y no existe una instancia responsable a quien reclamar este pobre desempeño que continua excluyendo a una parte importante de la población.

En lo referente a los servicios de red social, la propia AMIPCI llama la atención sobre el hecho de que América Latina aparece como uno de los mercados con mayor tiempo promedio de uso de redes sociales, a pesar de que en estos momentos el porcentaje de visitantes a estos sitios en la región sea sólo de 10.2% del universo total, participando del 12.8% del tiempo total invertido dentro de estas páginas, por detrás de las regiones Asia Pacífico, Europa y América del Norte, tal como puede constatarse en el gráfico 2 que se reproduce a continuación.

²² En el Anexo 1 puede encontrarse la ficha metodológica de las investigaciones referidas a lo largo del texto

Gráfico 2: Porcentaje de Participación de visitantes en Redes Sociales y Minutos por Región

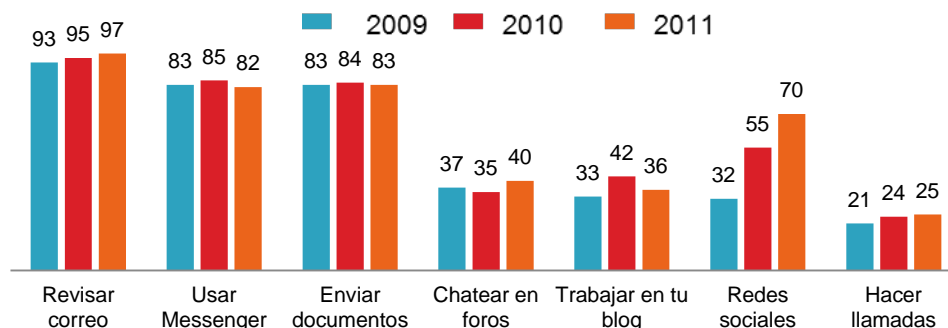


Fuente: Redes Sociales en México y Latinoamérica 2011
Investigación: AMIPCI

En particular en México 6 de cada 10 internautas acceden a alguna red social, y de todos los que se encuentran registrados en estos servicios, la misma proporción; es decir, de 6 de cada 10, ingresan a estos sitios diariamente. Aunque en este caso por distribución de géneros son 5% más las mujeres que ingresan a algún servicio de red social en comparación con los hombres (AMIPCI 2011: 23, 35-37).

El Proyecto Mundial de Internet encontró también que aunque el uso prioritario de Internet continúa siendo la revisión del correo electrónico, se puede apreciar sin embargo que el incremento más alto y consistente año con año desde 2009, es el acceso a redes sociales (ITESM 2011: 12), como puede apreciarse en el gráfico 3 que se presenta a continuación. En ese mismo gráfico puede verse como se anticipó ligeras caídas en el uso del servicio de mensajería de Microsoft Messenger y la actualización de blogs que requieren de una inversión de tiempo mayor en términos absolutos.

Gráfico 3: Principales actividades del usuario en Internet en México
¿Utilizas Internet para realizar las siguientes actividades?



Fuente: Estudio 2011 sobre hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas
Investigación: WIP-ITESM 2011

El 86% de los usuarios de Internet en México, visitaron algún sitio de entretenimiento durante mayo de 2011 (AMIPCI 2011:31), en esta categoría de uso de Internet Youtube se ha ubicado como el líder en esparcimiento en México con 72% de la audiencia web mexicana, quienes promedian un consumo per cápita de casi 3 horas diarias (ITESM 2011:32).

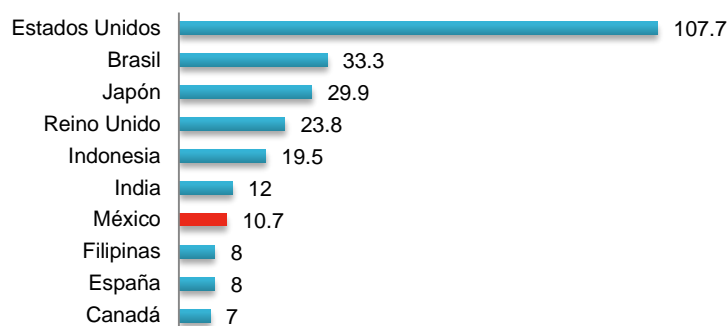
En este renglón, destaca sin embargo que Twitter, enfrenta un desafío respecto al ingreso de nuevos usuarios, pues a pesar de que el 76% de los mexicanos conoce o ha escuchado hablar de Twitter (sólo detrás de Facebook con 97% y Youtube con 81%) sólo el 20% de los encuestados por esta misma fuente refiere tener una cuenta en esta red social (AMIPCI 2011:38).

Por ello se induce que los contenidos audiovisuales son privilegiados por las personas con menor instrucción académica, ingreso y audiencias más jóvenes, similar a lo que sucede con la televisión, aunque a este respecto, ocurre un efecto contrario en Estados Unidos y otras naciones donde los jóvenes de clase media invierten más tiempo en la computadora que frente a una televisión.

A pesar de ello, las cifras publicadas al 21 de marzo de 2012 por Guillermo Pérezbolde, de la empresa consultora en redes sociales Mente Digital, revelan que el crecimiento de Twitter ha sido exponencial desde su aparición y difusión en México, pues mientras en julio de 2009 se tenían registradas apenas 32 mil cuentas de origen nacional, ya se habrían rebasado las 10.7 millones de cuentas, de las cuales 50% realizan al menos una publicación cada 60 días (El Economista 2012)

En términos netos el número absoluto de usuarios en Twitter ascendió de 13.4% de los internautas en el país (ClasesdePeriodismo.com 2011) al 25% en sólo un año (New Media Watch Trend; Animal Político 2012), lo que ubicó México en el séptimo lugar en la clasificación de los 10 países con más usuarios en el mundo, de acuerdo con la consultora Semiocast (2012 gráfico 4).

Gráfico 4: Clasificación de los países con mayor número de cuentas de Twitter
Número de cuentas antes del 1 de enero de 2012



Fuente: Análisis de Geolocalización de cuentas de Twitter
Investigación: Semiocast 2012

Probablemente el dato más distintivo sobre el tipo de usuario que se está incorporando es que 29% de las cuentas se conectan a la plataforma a través de teléfonos móviles inteligentes (o *smartphones*), mientras que en 2010, esta forma de conexión fuera empleada sólo por el nueve% de los usuarios (La Razón 2012; Mente Digital 2011).

Ello parece no sólo consolidar una tendencia respecto a la ubicación del uso de Twitter (itinerante), sino que también ofrece luz sobre la capacidad económica de quien se está incorporando a la plataforma y por ende es significativo sobre el segmento de la población en el que se está concentrando su uso, a decir la clase media con cierta holgura en su presupuesto que le permite adquirir estos dispositivos móviles.

En entrevista con la revista Merca 2.0, el empresario titular de Mente Digital, Gustavo Pérezbolde, agregó que los usuarios suelen seguir comentarios amenos e informales, y apuntó que esta es la razón por la cual muchas empresas no tienen éxito en Twitter, así como los políticos y las instituciones públicas que elaboran mensajes muy largos o formales, replicando los contenidos de un comunicado de prensa o posicionamiento público, dejando de lado la riqueza de la interacción con el público (Merca 2.0 2011).

Conclusiones preliminares del capítulo:

Los nativos digitales (generación Z) están marcando las principales tendencias de aquello que se discute en los servicios de red social dentro de Internet, generalmente secundados por aquellos para quienes esta tecnología representó una auténtica revolución su comunicación tecnológica (generación Y).

En conjunto estas generaciones han aprovechado las herramientas tecnológicas para articular una dinámica abierta, colaborativa, transparente y flexible de interacción, en la que los ciudadanos no adscritos a grupos de interés han incrementado sustantivamente su capacidad hacer llegar mensajes, información y contenidos propios a otro amplio número de conciudadanos, quienes independientemente de su ubicación comparten perspectivas cotidianas de vida o posiciones políticas, y con quienes es posible desarrollar relaciones de mutua confianza.

Como se ha podido evidenciar, los internautas que encabezan estas iniciativas son mayoritariamente jóvenes (menores de 35 años) que cuentan con acceso a estas tecnologías y por tanto pertenecen a un nivel socio-económico en el que la instrucción académica alcanza un mayor número de años en promedio.

Este grupo ha encontrado en Internet un foro idóneo para evitar los filtros informativos de los medios de comunicación masiva, de modo que pueden diseminar mensajes con una perspectiva original cercana a los problemas y situaciones particulares que experimentan sus contemporáneos. Quienes encabezan las manifestaciones ciudadanas convocadas a través de medios digitales se presentan a sí mismos como personas comprometidas con anterioridad con causas diversas, procurando realizar acciones desde una perspectiva local.

Twitter representa para ellos una plataforma altamente versátil, atractiva y útil no sólo para divulgar información, sino para vincularse progresivamente con individuos y organizaciones con causas afines con quienes pueden movilizar recursos colectivos y alcanzar al menos notoriedad pública.

La posibilidad de interactuar tanto con semejantes como con figuras públicas en condiciones de igualdad de circunstancias (140 caracteres) y bajo un esquema libre para incorporar todo tipo de referencias gráficas y documentales constituye un avance fundamental en su capacidad de expresarse y percibir en principio que pueden “ser escuchados” por audiencias más amplias o que existe un testimonio electrónico de sus tareas y causas que pueden compartir con otros.

Los medios sociales implican el compromiso no solamente ser consumidor de mensajes, sino productor al mismo tiempo. En eso consiste su revolución cultural; en la aparición de prosumidores que procuran liberalizar la información y ponerla a disposición de la población general para incrementar su utilidad social.

Bibliografía:

AMIPCI (2011) “Redes Sociales en México y Latinoamérica 2011” Fuente electrónica [en línea] <http://www.amipci.org.mx/temp/EstudioAMIPCIdeRedesSociales2011-0413643001316532272OB.pdf> , Recuperado el 1 de enero, 2012

Animal Político (2012) a “Homofobia, machismo y clasismo, las principales discriminaciones en Twitter: Conapred” Fuente electrónica [en línea] <http://www.animalpolitico.com/2012/08/homofobia-machismo-y-clasismo-las-principales-discriminaciones-en-twitter-conapred/> , Recuperado el 1 de septiembre, 2012

Animal Político (2012) b “México supera los 10 millones de usuarios en Twitter” Fuente electrónica [en línea] <http://www.animalpolitico.com/2012/03/mexico-supera-los-10-millones-de-usuarios-en-twitter/> , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Benkler (2006) “The Wealth of Networks - How Social Production Transforms Markets and Freedom” Fuente electrónica [en línea] http://sisudoc.org/sisu/the_wealth_of_networks.yochai_benkler/landscape.a5.pdf , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Bennett, W., Wells, C., & Freelon, D. (2011). „Communicating Civic Engagement: Contrasting Models of Citizenship in the Youth Web Sphere”. *Journal Of Communication*, 61(5), 835-856. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01588.x

Booth John "Capital social en ocho países latinoamericanos: México en contexto comparativo" (2008) Instituto Electoral del Estado de México, Toluca, Edo. Mex. 81

Borsook (1995) "How Anarchy Works: On location with the masters of the metaverse, the Internet Task Force," Wired Magazine, Issue 3.10.

Bourdieu, P. (1986) "The forms of capital". In J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (New York, Greenwood), 241-258.

Campbell, Angus, Gerald Gurin and Warren E. Miller. (1954) "The Voter Decides". Evanston, IL: Row, Peterson.

Castells, M. (1996). "The information age: Economy, society and culture. Volume 1: The rise of the network society" (p. 594). Blackwell.

Carter, N. (2006). "Political Participation and the Workplace: The Spillover Thesis Revisited". British Journal Of Politics & International Relations, 8(3), 410-426. doi:10.1111/j.1467-856X.2006.00218.x

Clases de Periodismo (2011) "13.4% de usuarios de Internet en México está en Twitter" Fuente electrónica [en línea] <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/03/07/13-4-de-usuarios-de-internet-en-mexico-esta-en-twitter/> , Recuperado el 1 de enero, 2012

Crozier, Huntington y Watanuki (1975) "The crisis of Democracy: Report on the governability of democracies to the trilateral commission" New York University Press Fuente electrónica [en línea] <http://www.wrijneveld.nl/Boekenplank/BoekenVanAanhangervanDeNieuweWereldOrde/1975-TC-The-Crisis-of-Democracy.pdf> , Recuperado el 1 de enero, 2012

DeLuca, K., & Peeples, J. (2002). From Public Sphere to Public Screen: Democracy, Activism, and the 'Violence' of Seattle. Critical Studies In Media Communication, 19(2), 125.

DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R., & Robinson, J. P. (2001). Social implications of the Internet. Annual Review of Sociology, 27, 307–336

El Economista (2012) "Twitter alcanza en México 10.7 millones de usuarios" Fuente electrónica [en línea] <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/03/21/twitter-alcanza-mexico-107-millones-usuarios> , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Finkel (1987) "The effects of participation on political efficacy and political support: evidence from a West German panel", The Journal of Politics Vol 49 N.2 441-464, Fuente electrónica [en línea] <http://stevenfinkel.com/files/Finkel%201987.pdf> , Recuperado el 5 de agosto, 2012

Galindo J (2010) "El nuevo nicho civilizatorio del ciberespacio" Revista Mexicana de la Comunicación, Octubre 2010, Fuente electrónica [en línea] <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2010/10/28/el-nuevo-nicho-civilizatorio-del-ciberespacio/#axzz22jFHII3f> , Recuperado el 5 de agosto, 2012

Gil de Zúñiga, H., & Valenzuela, S. (2011). "The Mediating Path to a Stronger Citizenship: Online and Offline Networks, Weak Ties, and Civic Engagement".. Communication Research, 38(3), 397-421. doi:10.1177/0093650210384984

Habermas, J. (1989). "The structural transformation of the public sphere". Cambridge: MIT.

Habermas, J (1973). "Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel)". En Kultur und Kritik. Frankfurt: Suhrkamp.

Hampton, K. N. (2010). Internet Use and the Concentration of Disadvantage: Glocalization and the Urban Underclass. American Behavioral Scientist, 53(8), 1111-1132.

Hanson, G., Haridakis, P., Cunningham, A., Sharma, R., & Ponder, J. D. (2010). "The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the Age of Facebook, MySpace, and YouTube". *Mass Communication & Society*, 13(5), 584-607. doi:10.1080/15205436.2010.513470

Hauben M (1996) "Netizens: An Anthology. / Preface: What is a Netizen?" Fuente electrónica [en línea]: <http://www.columbia.edu/~hauben/netbook/> , Recuperado el 1 de enero, 2012

Hirzalla, F., van Zoonen, L., & de Ridder, J. (2011) "Internet Use and Political Participation: Reflections on the Mobilization/Normalization Controversy". *Information Society*, 27(1), 1-15. doi:10.1080/01972243.2011.534360

Illia, L. (2003). Passage to cyberactivism: How dynamics of activism change. *Journal of Public Affairs* (14723891), 3(4), 326-337.

ITESM (2011) Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas Fuente electrónica [en línea] http://www.mediatelecom.com.mx/doc_pdf/wip%202011.pdf , Recuperado el 1 de enero, 2012

Kann, M., J. et al (2007) "The Internet and youth political participation". *First Monday* 12(8). Fuente electrónica [en línea] <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1977/185> , Recuperado el 24 de junio, 2012

Kerr, J. (2009). "Surfing Together: A Preliminary Inquiry into the Effects of Internet Use on Social Capital in American Communities". *Conference Papers -- Midwestern Political Science Association*

La Razón (2012) "Duplica Twitter cuentas en México" Fuente electrónica [en línea] <http://www.razon.com.mx/spip.php?article115378> , Recuperado el 23 de mayo, 2012.

Leighley J. E. (1990) "Social interaction and contextual influences on political participation" *American Politics Quarterly* 18, 459-475

Lerchner (2003) "Estado y Sociedad en una perspectiva democrática" *Polis Revista de la Universidad Bolivariana*, año/volumen 2, número 6 Fuente electrónica [en línea] <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=30500605> , Recuperado el 5 de agosto, 2012

Lessig L, (1999) "Code: And Other Laws of Cyberspace", Basic Books.

Levi, M., & Murphy, G. H. (2006). "Coalitions of Contention: The Case of the WTO Protests in Seattle". *Political Studies*, 54(4), 651-670. doi:10.1111/j.1467-9248.2006.00629.x

Levickaitė, R. (2010). Generations X, Y, Z: How Social Networks form the concept of the world without borders (The case of Lithuania). *Limes*, 3(2), 170-183. doi:10.3846/limes.2010.17

Levy S (1984) "Hackers: heroes of computer revolution" Doubleday, .New York

Lopes, J., Benton, T., & Cleaver, E. (2009). "Young people's intended civic and political participation: does education matter?". *Journal Of Youth Studies*, 12(1), 1-20. doi:10.1080/13676260802191920

Marote Javier Pablo (2009) "El malestar en las democracias. En: Luque Brazan José y Naranjo Giraldo José "Democracia y Ciudadanía en América Latina: :realidades diversas y retos teóricas" UACM - UAM ; Colombia : Universidad Autónoma de Manizales ; México : UNAM/CRIM :

Universidad Autónoma de la Ciudad de México : FUNDAR ; Chile : Universidad de Chile ; Luxemburgo : Université du Luxembourg, 396 p.

Merca 2.0 (2011) "LadyGaga y #Juayderito triunfan en Twitter" Fuente electrónica [en línea] <http://www.merca20.com/ladygaga-y-juayderito-triunfan-en-twitter/> , Recuperado el 1 de enero, 2012

New Media Trend Watch (2012) "Mexico Usage Patterns" Fuente electrónica [en línea] <http://www.newmediatrendwatch.com/markets-by-country/11-long-haul/56-mexico> , Recuperado el 26 de mayo de 2012

Norris P. (2000), "A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies", Cambridge University Press.

Pasek, J., More, E., & Romer, D. (2009). "Realizing the Social Internet? Online Social Networking Meets Offline Civic Engagement". *Journal Of Information Technology & Politics*, 6(3/4), 197-215. doi:10.1080/19331680902996403

Paxton, Pamela. 1999. "Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment." *The American Journal of Sociology* 105: 88.

Pharr Susan J. & Putnam Robert D. (2000) "Disaffected democracies: what's troubling the trilateral countries?" Princeton, N.J. : Princeton University Press, xxvi, 362 p. : ill. ; 25 cm.

Putnam, R. (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy* 6 (1): 65–78. doi:10.1353/jod.1995.0002

Putnam R. (2000), "Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community", Simon & Schuster

Rheingold H (2002) "Multitudes Inteligentes" Barcelona Gedisa

Robertson, Margaret (2009). "Young "netizens" creating public citizenship in cyberspace". *International Research In Geographical & Environmental Education*, 18(4), 287-293. doi:10.1080/10382040903251158

Rojas, H. (2006). "Comunicación, participación y democracia" *Universitas Humanistica*, (62), 109-142.

Sagolla Dom (2009) "How Twitter Was Born" 140 Characters Fuente electrónica [en línea] <http://www.140characters.com/2009/01/30/how-twitter-was-born/> , Recuperado el 1 de enero, 2012

Salaverría, Ramón. (2001) "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental" Fuente electrónica [en línea] Universidad de Navarra http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm , Recuperado el 1 de enero, 2012

Salaverría, Ramón.; García Avilés, J. A. (2008). «La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo». *Trípodos*, 23, Barcelona: Universitat Ramon Llull. p. 31-47.

Sarno David (2009) "Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. Part I" Fuente electrónica [en línea] L.A. Times <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html> , Recuperado el 1 de enero, 2012

Shah, D.V, Cho, J., Eveland, WP, & Kwak, N. 2005. "Information and expression in a § digital age: Modeling Internet effects on civic participation". *Communication Research*, n

32:531-565.

Semiocast (2012) "Brazil becomes 2nd country on Twitter, Japan 3rd Netherlands most active country" Fuente electrónica [en línea] http://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_superse_ds_Japan , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Verba, S. et al (1995) "Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics". Cambridge, MA: Harvard University Press.

Vercellotti, T., & Matto, E. (2009). "From the Classroom to the Kitchen Table: An Experiment in Building Youth Political Knowledge and Efficacy". Conference Papers -- Midwestern Political Science Association, 1.

Vergeer, M., & Hermans, L. (2008). Analysing online political discussions: Metodological Considerations. *Javnost-The Public*, 15(2), 37-55.

Walker, E. T. (2008). Contingent Pathways from Joiner to Activist: The Indirect Effect of Participation in Voluntary Associations on Civic Engagement. *Sociological Forum*, 23(1), 116-143. doi:10.1111/j.1573-7861.2007.00048.x

Wellman, B., Witte, J. C., & Hampton, K. N. (2002). "Capitalizing on the Net: Social contact, civic engagement, and sense of community". In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.), *The Internet in everyday life* (pp. 291–324). Malden, MA: Blackwell

Wolford Josh (2011) "Email, Social Media Communication Increases, IM Use Decreases" Fuente electrónica [en línea] <http://www.webpronews.com/email-social-media-communication-increases-im-use-decreases-2011-05> , Recuperado el 19 de mayo, 2012

Xenos, M., & Moy, P. (2007). Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement. *Journal Of Communication*, 57(4), 704-718. doi:10.1111/j.1460-2466.2007.00364.x

Zosimo E. Lee, (2011) "Truthfulness and the Information Revolution," *Journal of Philippean Librarianship (JPL)* 31: p. 101-109 Fuente electrónica [en línea] <http://blogs.taz.de/netizenblog/2012/05/15/netizens-and-communication/> . Recuperado el 28 de julio, 2012

2) Democracia, participación ciudadana y percepción de eficacia política

Introducción:

Lester Milbrath nos sugiere pensar en la competencia por el poder en las democracias como un circo romano en el que sólo unos cuantos se batían en la arena para obtener un ganador, existen muchos espectadores alentando o desaprobando a los gladiadores y otros simplemente ignoran el espectáculo. ¿Cómo hacer que los desinteresados presten atención al juego democrático? En principio parece que el interés de las personas depende de qué tan relevante resulta este combate para la vida cotidiana, por ello la percepción de eficacia política aparece como el indicador que permite identificar qué tan capaces se perciben los gobernados para participar en decisiones colectivas y qué tanto consideran que sus autoridades se interesan por sus opiniones.

Dado que el propósito de cualquier sistema político es traducir las demandas de los gobernados en acciones, leyes y programas que se ganen su aprobación, alimentando la estabilidad o permanencia de las autoridades, cuando los resultados del gobierno no están alcanzando las expectativas de la población, algunas personas se agrupan e insisten en solicitar al gobierno respuestas concretas a sus necesidades produciéndose el involucramiento ciudadano.

Regularmente este fenómeno se manifiesta a través de organizaciones civiles o movilizaciones sociales; sin embargo en los últimos años, han surgido coaliciones más espontáneas que procuran fortalecer los instrumentos de participación cívica en determinadas circunstancias de vulnerabilidad, a este fenómeno se le ha denominado "sociedad monitoreal".

2.1) La democracia y su componente sustantivo: los ciudadanos

El ejercicio de la ciudadanía requiere de una revisión mínima de la democracia como precepto de gobierno, ya que en ella los ciudadanos se caracterizan por gozar en principio de derechos, obligaciones y la posibilidad de participar en la vida política de su comunidad en estructuras organizadas que racionalizan las decisiones colectivas, y determinan que las leyes constituyen el máximo principio de autoridad.

En las monarquías absolutas en cambio los súbditos son beneficiarios de las dádivas de su máxima autoridad, deben obedecer sus designios y sus derechos resultan concesiones, susceptibles de ser revertidas, mientras que la estabilidad política en las comunidades tribales o más tradicionales dependen, en el esquema de Weber, enteramente del carisma, fortaleza física o vitalidad de sus líderes, pues es a través de sus rituales sociales que se determina cómo se administran los conflictos entre particulares y qué sanciones pueden recibir quienes quebranten el orden.

Así pues, la democracia según Norberto Bobbio, se opone a las formas autoritarias de ejercer el poder, privilegiando la organización social a través un conjunto de reglas (primarias o

fundamentales) donde se establece quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos (Bobbio 2006:24).

La fórmula de Bobbio parece genérica, amplia, y permite que prácticamente todos los gobiernos con la ley fundamental puedan autodenominarse democráticos, pues desestima el componente de participación social en las decisiones públicas, que Robert Dahl procura explicar a través de evidencias empíricas sobre el número potencial de personas con acceso a cargos y responsabilidades públicas.

En opinión de Dahl resulta más provechoso emplear el término poliarquía para referirse al régimen de gobierno donde “la ciudadanía es extendida a una proporción comparativamente alta de adultos, y entre cuyos derechos se reconoce a los individuos la capacidad de oponerse a los altos funcionarios del gobierno y puede eventualmente renovar a las personas encargadas de determinadas responsabilidades a través del voto” (Dahl 1993:226).

Las acotaciones a la definición de democracia referidas por Bobbio o Dahl, encuentran un interesante punto de contraste en Dahrendorf, quien propone pensar en ella en un sentido incluso más amplio, como horizonte permanente, en el que el “sistema político y social brindan seguridad (física, pero también económica y social) y privilegian la educación, la salud, las oportunidades de trabajo, la libertad de expresión, la diversidad, apoyan la innovación y profesan un respeto por las minorías, sus culturas y sus derechos (Dahrendorf 2006).

La colección de contenidos indispensables, sustantivos y accesorios de la democracia han sido largamente debatidos, modificados y suprimidos, sin embargo, el común denominador es que “las acciones de los gobernantes son vigiladas por los ciudadanos que actúan indirectamente a través de la competencia y la cooperación de sus representantes” (Schmitter y Karl: 1993).

En síntesis las democracias se caracterizan por la participación de los ciudadanos en la elección de sus gobernantes, sin embargo sus facultades y responsabilidades no terminan ahí, sino que el desempeño de sus autoridades se encuentra sometido al escrutinio de ellos y sus conciudadanos, pues todos cuentan con la facultad de activar sus libertades fundamentales de pensamiento, expresión, asociación y petición para hacer saber a sus representantes sus necesidades y reclamos, así como albergar la expectativa de que los primeros actúen en consecuencia. Esta perspectiva otorga preponderancia a los ciudadanos como unidad sustantiva de la democracia, por ello resulta indispensable resolver quiénes pueden considerarse en este estatus político.

De acuerdo con Turner, son ciudadanos quienes se encuentran facultados para llevar a cabo un conjunto de prácticas jurídicas, políticas, económicas y culturales que lo definen como miembro

competente de su sociedad. El ejercicio de las facultades de la ciudadanía se manifiesta a través del flujo de recursos que personas y agrupaciones ponen al servicio de los propósitos colectivos de quienes componen dicha sociedad (Turner 1993).

Históricamente la base de ciudadanos en las sociedades democráticas se ha ido ampliando gracias a que diversos actores sociales han procurado la inclusión de grupos minoritarios, víctimas de discriminación e ignominia, personas de escasos recursos o cuyos derechos resulten insuficientes para gozar de un tratamiento como iguales frente a la ley, el Estado y sus conciudadanos (Jelin 1993:24).

Es por ello que el proceso de construcción de ciudadanía, implica distintas dimensiones que en general comprenden:

- 1) Toma de conciencia en cuanto a que son sujetos de derecho.
- 2) Conocimiento y ejercicio de garantías individuales.
- 3) Apropiación de diversos espacios de la política formal, reglas, normas e instituciones que representan un aprendizaje normativo.
- 4) Prácticas colectivas que reivindican identidades, comunidades y derechos puntuales, apuntalando, cuestionando y renovando el catálogo de reglas e instituciones vigentes.
- 5) Participación en la búsqueda por incidir en la orientación de las acciones del Estado (Torres Ruiz 2009: 256).

Marshall propone abordar la ciudadanía evaluando los diversos requisitos que deben cumplirse para poder afirmar que un individuo forma parte de una comunidad política, sugiere que tomemos en cuenta sus dimensiones;

- a) Civiles: la persona cuenta con los derechos necesarios para ejercer su libertad individual (es capaz de reflexionar, hacerse de información, expresarse, rendir culto, acumular propiedades, celebrar contratos y procurarse justicia en circunstancias de igualdad frente a la ley).
- b) Políticos: el sujeto tienen facultad de participar en el ejercicio del poder como miembro de un cuerpo investido de autoridad política o como elector de su gobierno (tiene derecho a votar, cuenta con igualdad de derechos frente a otros que quieran participar en la competencia por el poder mediante elecciones).
- c) Sociales: el individuo goza del derecho a la seguridad y un mínimo de bienestar económico o patrimonial (que se traducen también en la provisión de servicios sociales de salud y educación) (Marshall 2007).

Una vez más los contenidos de la ciudadanía trascienden al derecho a votar y ser votado, el cumplimiento de las obligaciones tributarias y no faltar a las leyes que regulan la convivencia o ejercer un modo honesto de vida (todas características enunciadas en nuestra Carta Magna). Si bien estas son condiciones que garantizan el ejercicio de derechos a cualquier individuo, representan solamente las condiciones suficientes para participar de la vida en comunidad.

Pensar en ciudadanía, obliga por tanto a considerarse como sujetos partícipes de la vida pública, una cuestión que el mismo Bobbio modera cuando advierte que es igualmente insensato asumir la participación de todos los ciudadanos en todas las decisiones que les atañen, pues "resulta

materialmente imposible que todos decidan todo en sociedades cada vez más complejas, y es, desde el punto de vista ético e intelectual de la humanidad indeseable". Explica que pensar en comunidades de hombres que se dediquen enteramente a atender los asuntos públicos reduce los intereses humanos exclusivamente a los de la política (Bobbio 2001: 50 y 51).

A este respecto, Mauricio Merino agrega que la principal limitante para el ejercicio de la ciudadanía a través de la participación directa en decisiones colectivas es el tiempo y la disposición de recursos. Afirma que "la idea del ciudadano total, ese que toma parte en todos y cada uno de los asuntos que atañen a su existencia, no es más que una utopía" y elabora diciendo que el mero hecho de participar con alguien implica el tener que abandonar otro frente de causas comunes, por lo que toda colaboración está limitada a una circunstancia específica y un conjunto de voluntades humanas (Merino 1997:2).

2.2) El circo romano y los Indymedia; modelos de involucramiento del ciudadano digital

Ya que resulta indeseable e impensable concebir a todos los miembros de una comunidad participen de las decisiones colectivas, Lester Milbrath, propone utilizar una analogía del circo romano para entender los niveles de involucramiento de los ciudadanos en la vida en común y describir las alternativas de participación en las que un individuo puede identificarse.

Supone que en todas las sociedades existen individuos apáticos, espectadores y gladiadores, de manera que; mientras sólo unos cuantos se baten en la arena, un gran número disfruta del espectáculo, alentando, abucheando, emitiendo recomendaciones a los protagonistas e incluso deciden en determinado momento, quién es vencedor de una batalla, mientras que otros prefieren ignorar estos acontecimientos y permanecer al margen.

Comenta que conviene tomar en consideración una subclasificación de espectadores que se encuentran en trance de convertirse en actores de la política, y que se distinguen por su interacción frecuente con los políticos, sus contribuciones económicas a una causa o su participación en reuniones con propósitos bien definidos (Milbrath 1965:20).

Este grupo de ciudadanos con alto involucramiento en la supervisión de las acciones de gobierno, quienes formalmente no pertenecen a instituciones del sistema de representación, constituyen el objeto de estudio de esta investigación, pues representan a este segmento de espectadores que gracias a un uso continuo y diferenciado de herramientas electrónicas de expresión digital, procuran facilitar el intercambio de información, opiniones y propuestas alrededor de la agenda pública en México con el objeto de actualizarla y transformarla.

Este fenómeno parece hacer converger una dinámica de las sociedades democráticas, caracterizada en la organización de los grupos de la sociedad y los llamados nuevos movimientos sociales, que aparecieron a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta, con un nuevo patrón de uso de las telecomunicaciones, privilegiando la interacción entre los usuarios, y transformando el rol de la audiencia pública, un grupo que durante mucho tiempo fue asumido como receptor de información y contenidos de entretenimiento.

Reflexionar sobre el espacio público, de acuerdo con el modelo de Milbrath, implica considerar a los miembros de una comunidad tomando parte de la vida pública (o tomándola por asalto), y ello resulta particularmente llamativo cuando se presenta de manera espontánea, independiente y sin la intervención de las instituciones tradicionales del Estado (partidos políticos, legislaturas o dependencias de gobierno), o de organizaciones con fines lucrativos.

El punto de partida de este enfoque sostiene que existen agentes terceros interesados en promover activamente discusiones públicas, así como la ponderación de alternativas para atender problemas de exclusión o desatención de una parte de la comunidad, su estilo de vida o la asignación de los recursos que la sustentan. Incluso en las circunstancias más favorables, procuran amplificar el acceso a servicios de interés público y reconocer nuevos derechos a grupos que de acuerdo al marco jurídico vigente pueden encontrarse en desventaja frente a otros más poderosos.

En su ensayo “De la Esfera Pública a la Pantalla Pública”, DeLuca y Peeples abordan el episodio de movilización en Seattle durante la cumbre de la Organización Mundial de Comercio en 1999, y reiteran que los supuestos del espacio público habermasiano, hicieron indispensable transportar la lógica de interacción discursiva que Habermas refiere en la prensa burguesa, hacia las pantallas de televisión, la nueva herramienta tecnológica que facilita la conformación de opinión pública, de acuerdo con su interpretación.

Ambos autores sostienen que los grupos de interés representados en aquella cumbre global pretendieron aprovechar la cobertura de los medios masivos de comunicación al evento, atrayendo la atención a sus numerosas y creativas manifestaciones en las calles. Con ello buscaron no solamente equilibrar el contenido informativo del evento, sino incorporar sus inquietudes a la agenda de temas que se tenía previsto abordar. Confiaban en que tendrían argumentos que aportar respecto a asuntos comunes y veían posible entablar un diálogo público con sus gobernantes para encontrar un consenso.

El desafío para la diversidad de grupos de interés movilizados en las calles de Seattle, fue precisamente comunicar sus causas y argumentos a través de imágenes, de manera que pudieran

atender los criterios noticiosos, espectacularidad visual, declaraciones breves (*sound bites*) e infoentretenimiento. Ello motivó que montaran diferentes tipos de dramatizaciones de acuerdo con cada causa, procurando que se diseminaran sus mensajes de boca en boca y se alcanzaran audiencias cada vez más amplias.

A pesar de la variedad de tácticas video-políticas que fueron empleadas en aquel foro internacional, el fenómeno distintivo que quedaría como legado de Seattle, en lo referente a la relación entre el activismo y los medios de comunicación, fue la iniciativa de los Centros de Medios de Internet o Indymedia, que según Victor Pickard consistió en la aparición de un cúmulo de sitios web de noticias desarrollados y nutridos de contenido por los propios participantes de las movilizaciones masivas de Seattle.

En estos portales la consigna era que todos asumirían funciones de periodistas para reportar los eventos y manifestaciones en vivo (Pickard 2006:35), lo que les permitiría dejar de depender de las corporaciones mediáticas, las cuales se consideraba que estaban al servicio de diversos intereses económicos, y fueron frecuentemente acusadas de distorsionar la información o parcializarla, al presentar exclusivamente a los grupos de manifestantes radicales, realizando actos vandálicos en franquicias transnacionales y establecimientos de corporaciones internacionales.

En un análisis realizado sobre las notas periodísticas que se difundieron durante ese lapso de tiempo, fue posible demostrar que el foco de atención de la cobertura se concentraba primeramente en la OMC como organización (27.6%), el comercio como actividad (16.9%), las relaciones internacionales como complemento (16.5%), y la reunión de la OMC como la actividad más destacada (13.2%).

El contexto en el que fueron presentadas las historias sobre el comercio, las relaciones internacionales, y la reunión de la OMC guardaron un tono más positivo que crítico, mientras que aquellas sobre la organización fueron más a menudo negativas que positivas. La proporción más baja de los artículos hizo referencia a cuestionamientos del modo de proceder contra los manifestantes y la preservación de sus derechos humanos (15,5%), mientras que se presentó un volumen más alto de notas relacionadas con las cuestiones ambientales (22,7%) (Moy et al 2005:69).

Con el propósito de producir espacios horizontales de intercambio de información entre los grupos independientes que se citaron durante la cumbre las páginas de Indymedia se transformaron en nodos de una red mundial para diversos grupos con un crecimiento expansivo. El fenómeno se caracterizó por una constante búsqueda de innovación, solidaridad y dispersión de las habilidades de liderazgo. Además, el mantenimiento de una cooperación descentralizada y no jerárquica

incrementaría las habilidades de estos grupos para responder a los embates de los aparatos estatales y de los medios tradicionales (Pickard 2006:25).

Diversos estudiosos de la dinámica de la asociatividad y producción de contenidos colaborativos en Internet, sostienen que “el centro de estas relaciones se encuentra en el intercambio mismo de información”. Su novedad radica en su capacidad para movilizar estratégicamente datos y contenidos pertinentes, que promueven discusiones en la agenda pública o evidencian aspectos que requieren de una intervención de las autoridades bajo el escrutinio de ciudadanos. Asumen como su misión el convencer, presionar e influir en organizaciones y gobiernos mucho más poderosos que ellos (Keck y Sikkink 1998:18).

Aunque las causas coinciden con los movimientos sociales que se presentaron en la década de los sesenta y setenta del siglo XX, la diferencia fundamental radica en que las exigencias no se encuentran dirigidas a gobiernos nacionales, pues se entiende que resultan una responsabilidad compartida de corporativos multinacionales, representantes políticos y la propia sociedad civil.

Asimismo, ya no aparece como un factor relevante el desarrollar un registro de los nuevos miembros del colectivo o una inducción a la causa, pues las manifestaciones son más espontáneas que planificadas y por esta misma razón, no presentan un programa consistente de acciones coordinadas a través del tiempo, y ni siquiera requieren ocupar habitualmente calles o espacios públicos en las ciudades para obtener el reconocimiento de las autoridades y tomadores de decisión. El otro rasgo en común es que su visibilidad o notoriedad pública representa uno de sus activos más elementales y en alguna medida se ve potenciado por la propia cobertura de los medios de información masiva (Illia 2003: 330), cuyos filtros informativos procuraron evadir en principio.

Desde la perspectiva de la acción comunicativa y la esfera pública, las organizaciones civiles y movimientos sociales suelen ser espacios de vinculación, dentro de los cuales se negocian de manera formal o informal significados sociales, políticos y culturales que establecen fundamentos o principios en común, y a su vez fomentan la defensa de un grupo o aspecto de la vida en comunidad que se percibe vulnerada. Regularmente se trata de un conjunto de ciudadanos que identifican un problema, especifican una causa, proponen una solución y procuran producir un cambio sustantivo y normativo en el ámbito en el que han centrado su interés.

En el plano internacional, las causas alrededor de las cuales se han articulado estos grupos generalmente han sido: la defensa de los derechos humanos, el pronunciamiento contra alguna especie de persecución política, la discriminación de algún sector de una comunidad, el cuidado del medio ambiente, políticas de diversidad y empoderamiento de las mujeres, la procuración de la

salud y adecuada nutrición de la población, la búsqueda de la erradicación del conflicto entre comunidades o grupos sociales, así como el respeto a las tradiciones culturales y étnicas entre otros.

De acuerdo con Keck y Sikkink las asociaciones que regularmente toman parte en este tipo de redes de defensa de causas sociales o simpatizan con ellas en algunos foros suelen ser:

- I. Organizaciones no gubernamentales.
 - II. Movimientos sociales locales.
 - III. Fundaciones.
 - IV. Medios de comunicación.
 - V. Iglesias, sindicatos, organizaciones de consumidores e intelectuales.
 - VI. Parte de organizaciones intergubernamentales regionales e internacionales.
 - VII. Parte de ramas ejecutivas y legislativas de los gobiernos.
- (Keck y Sikkink 2000:27).

Un rasgo característico de las causas que procuran difundirse por Internet y las movilizaciones ciudadanas, es que retoman los parámetros de medición de éxito del marketing de consumo masivo para verificar que sus mensajes están siendo asimilados por su público objetivo, así consultan el número de visitantes únicos a sus sitios web o el volumen de menciones que coinciden con las consignas de su colectivo dentro de las redes sociales virtuales.

Los sitios de Internet y las conversaciones dentro de las redes sociales son considerados como factores que apuntalan y facilitan su acceso a los medios masivos (*o broadcasters*), a través de los cuales se puede extender la discusión (Illia 2003:330) y asumen que se puede alcanzar a nuevos adeptos (Norris 2000:121).

A pesar de ello, la adopción de una causa e incluso la movilización colectiva, convocada a través de medios digitales o la adherencia a manifestaciones presenciales en espacios públicos, no serían relevantes si como se mencionó en un principio, no se esperara que las instituciones gubernamentales y los representantes emprendieran acciones con el objeto de responder a las inconformidades o solicitudes de los gobernantes. Esa expectativa representa el espíritu mismo de la democracia participativa.

2.3) ¿Evaluar la eficacia? Referentes teóricos de la ciencia política

Joseph Schumpeter, Antony Downs, Mancur Olson y muchos otros estudiosos de los fenómenos sociales y políticos han coincidido en que la coordinación de acciones con otros sujetos representa normalmente un acto con fines prácticos y muy concretos. A pesar de ello, otro grupo igualmente numeroso de académicos sostiene que la colaboración y la construcción de consensos, constituye en sí, un hábito que debería consolidar cualidades y actitudes deseables en las personas,

independientemente de si obtienen o no beneficios particulares que posiblemente esperaban al iniciar el proceso de intercambios en el que participaron.

Lo anterior permite afirmar que se han identificado dos tendencias según el enfoque con el que se aprecia la participación de los sujetos en la vida social: por un lado el desarrollo de legitimidad en un sistema de intercambios y por otro la satisfacción personal de haber participado de un proceso en el que se obtuvo un resultado coincidente con las expectativas, ya sea a nivel personal y concreto o colectivo e inmaterial (Finkel 1987:443).

En algún sentido ambas perspectivas coinciden con dos formas de entender a la democracia en su conjunto, que no son completamente excluyentes, pero continuamente norman nuestros juicios. Por un lado, la democracia puede verse como un procedimiento electivo de autoridades y decisiones públicas; pero por otro lado puede entenderse como una serie de prácticas que fortalecen los valores y el espíritu mismo que motivaron y sostienen a un sistema democrático.

Aunque la democracia puede ser interpretada de acuerdo a una gran cantidad de corrientes teóricas y con distintos grados de acuerdo con los atributos con los que se le describe, es posible agruparlas en la oposición de dos grandes corrientes, los “procedimentalistas” por una parte, que ponen el acento en los aspectos formales y el cumplimiento de los procedimientos establecidos para participar en las decisiones colectivas, y por otra parte los “sustantivistas” de la democracia, quienes aspiran a encontrar evidencias de que los valores que fundamentan los comportamientos democráticos, como la equidad, el respeto a los derechos humanos, la inclusión, la tolerancia, el respeto a la libertad humana, así como el desarrollo y expresión de una conciencia particular.

En el grupo de los teóricos más importantes y recientes que han sido identificados en el enfoque procedimentalista; Jurgen Habermas (siguiendo una estructura de análisis schumpeteriano) conceptualiza a la democracia como una competencia de élites y liderazgos por el poder político; entendiéndola como una contienda argumentativa, llena de razonamientos teóricos y prácticos que busca como fin último la conquista del voto de los electores. Desde esta perspectiva la constitución de una mayoría simple legitima el ejercicio del poder dentro del marco jurídico e institucional preestablecido (Vitale 2005:78).

Por su parte, Joshua Cohen, explica que la idea fundamental de la legitimidad democrática “emerge de las discusiones y decisiones de los miembros de la sociedad, en tanto que se llevan a cabo, y se expresen en el seno de las instituciones sociales y políticas diseñadas para reconocer dicha autoridad colectiva” (Cohen 2004:24).

A este enfoque que pone énfasis en la deliberación de los participantes, conviene agregar la observación de Norberto Bobbio en el sentido de que la democracia misma comparte también una función educativa (siguiendo a Mill o Dewey) que prácticamente obliga “a las personas a informarse y a razonar para escoger adecuadamente a favor de su propio interés” (Vitale 2005:80).

Bajo esta óptica la propia legitimidad se nutre entonces de ambos componentes; por una parte del razonamiento social que permite la construcción de mayorías que respaldan las decisiones, y por otra del proceso mismo del que participan las personas en la deliberación, al hacerse de argumentos y exponerlos con sus semejantes para procurar salvaguardar su propio interés.

La diferencia fundamental entre un enfoque y otro, es curiosamente que el procedimentalista pone el énfasis en el resultado; toda la argumentación se lleva a cabo para elegir racionalmente autoridades, mientras que el sustantivista se interesa más por encontrar evidencias que indiquen que durante la deliberación los participantes emplearon y amplificaron sus conocimientos de los problemas públicos para elegir la alternativa que en su perspectiva fuera la más adecuada y que correspondiera con las voluntades manifestadas durante el proceso

El sustantivismo pretende que las coaliciones dominantes respeten las diferentes inquietudes manifestadas por las minorías y que en el cumplimiento del curso de acción elegido no sean atropellados sus legítimos anhelos. Es por ello que conviene tener en cuenta estas dos formas de entender la relevancia de alcanzar una resolución colectiva, pues dependiendo de cual se privilegie las funciones de un sistema democrático pueden considerarse satisfechas y agotadas en relación a sucesos y resultados muy distintos entre sí.

2.4) Sistema político – inputs y outputs

Toda organización sociopolítica tiene por objeto permitir que se produzca algún resultado concreto, en consecuencia, es preciso establecer algún parámetro para analizar cuándo puede considerarse eficaz un sistema democrático. Es posible elaborar esta respuesta tomando como referencia el marco analítico propuesto por David Easton, quien al abordar esta cuestión, planteó que dado el dinamismo de los conjuntos sociales, su comprensión podría facilitarse si son abordadas como un sistema de conductas con determinada previsibilidad (Jiménez 1998:23).

El punto de partida de David Easton consiste en responder de qué manera persisten los sistemas políticos en un mundo donde coexisten la estabilidad y el cambio. A efecto de resolver este enigma, sugiere que se requiere primero “identificar las funciones fundamentales sin las cuales ningún sistema político podría perdurar” (Easton 1953:222).

Dedica su investigación a descifrar los métodos habituales en que las entidades con autoridad responden a las perturbaciones que se presentan en su entorno, y en consecuencia, son capaces de adaptarse, asomando un característico paralelismo con el estudio de los organismos biológicos. Explica que los miembros de un sistema político tienen sólo una meta básica cuando tratan de hacer frente a un cambio o perturbación: restablecer la manera en la que se resuelven sus controversias o encaminarse hacia un nuevo arreglo institucional.

El balance en las relaciones de supra subordinación sólo es sostenible cuando una mayoría acepta las normas y valores que justifican el que un grupo o persona esté encargado de administrar los asuntos colectivos, y que con el tiempo éstas reglas sean asumidas como obligatorias (al menos la mayor parte del tiempo) para quienes se incorporen al grupo.

Easton apunta que la tensión en un sistema se produce cuando la obligatoriedad de los valores es llevada más allá de la tolerancia de quienes requieren observarlos, de manera que mediante esta misma fórmula, se considera capaz de pronosticar que toda vez que no se adopten medidas adecuadas²³ para administrar esta tensión, se produce un desmoronamiento del equilibrio, resultando en la descomposición entera del sistema.

Una vez descrita la dinámica general de un sistema político, Easton identifica como sus actividades principales la conducción de intercambios o transacciones entre quienes lo conforman, así como la reciprocidad de estas acciones al interior, y respecto a otros sistemas en el ambiente. Añade que la población presenta demandas o apoyos hacia el sistema político a los que denomina insumos (o *inputs* en el inglés original), explica que en consecuencia las instituciones encargadas de la administración diseñan medidas para administrar la tensión, de modo que se producen decisiones e iniciativas (políticas públicas o leyes) emitidas por las autoridades (o *outputs* en el inglés original), que apuntan a obtener de vuelta el respaldo de los ciudadanos respecto al ejercicio de gobierno.

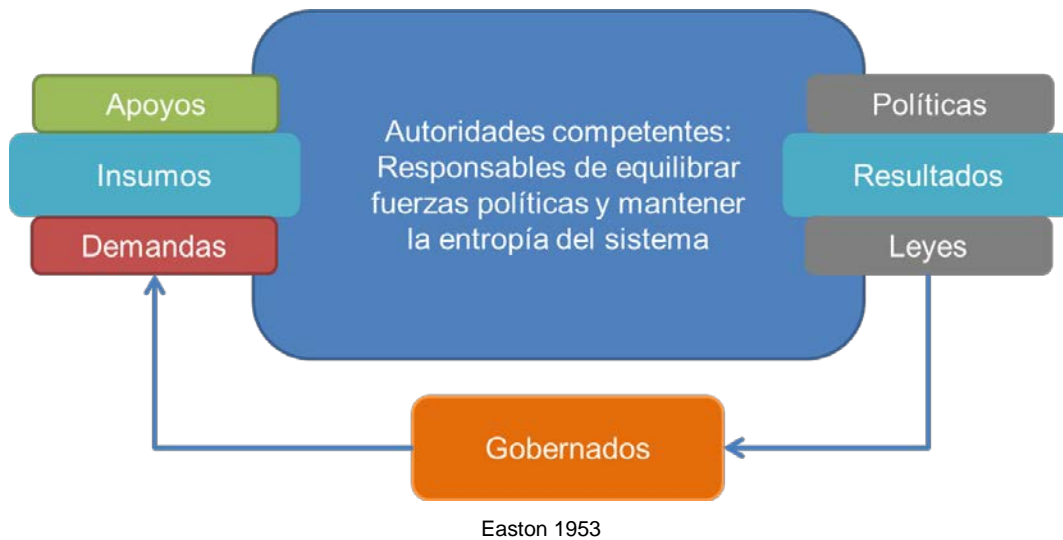
El aspecto trascendental de esta concepción lo constituye el circuito de retroalimentación, que se produce cuando los gobernantes crean condiciones que satisfacen las demandas originalmente planteadas y recaban información relativa a los efectos de las soluciones puestas en marcha. Advierte que sin este circuito las autoridades habrán de actuar a ciegas y no contarán con las condiciones para sostener un apoyo mínimo para el sistema.

El esquema 2 ilustra los componentes indispensables del planteamiento de Easton, al que administrativamente se le ha reprochado evadir una parte fundamental para explicar los resultados del circuito; enumerar los criterios que norman a la autoridad para elegir una respuesta u otra, de

²³ Easton evita explicitar estas medidas pues a su parecer dependerán de cada contexto particular

modo que lo que ocurre dentro de la administración y transformación de estos insumos en productos ocurre en una caja negra.

Esquema 2:
Los componentes del sistema político de acuerdo con Easton



En última instancia, Easton sostiene que su modelo teórico es útil para entender los procesos políticos como un flujo continuo y entrelazado de conductas, pero admite que debe ser revisado y detallado de acuerdo con las condiciones específicas que se presenten en cada entorno (Easton 1953:221-230). En palabras de Edgar Jiménez; para Easton, "lo conveniente es interpretar la vida política como una serie compleja de procesos mediante los cuales; cierto tipo de insumos se convierten en lo que podemos denominar políticas, decisiones y acciones ejecutivas" (Jiménez 1998:24 y 28).

Observar cuidadosamente el proceso de transformación de las demandas de los gobernados en políticas o leyes permite a los investigadores de los fenómenos sociales analizar "la posibilidad de participar en el proceso de las decisiones políticas en calidad de ciudadano influyente" como es de esperarse en los sistemas democráticos, pero al mismo tiempo permite identificar también cuando al gobernado sólo se "le brinda un papel de súbdito participante", como lo explican Gabriel Almond y Sidney Verba

Los teóricos de la cultura cívica indican que para aludir al primer modelo, resulta indispensable que en la Constitución estén previstas instituciones formales, sufragio universal, partidos políticos y legislaturas efectivas, con el objeto de garantizar la operación y preservación de los principios esenciales que dieron lugar a esta forma de gobierno la libertad, la dignidad del individuo y el

ejercicio de la autoridad por consentimiento de los gobernados. Así pues, encontramos enunciados los valores primordiales que dan origen a la democracia.

En ello es posible identificar que Almond y Verba parten de la noción de que la libertad, la dignidad y la autodeterminación constituyen rasgos consustanciales de los seres humanos que solamente son reconocidos en sus leyes fundamentales. Es por ello que debemos decir que su definición teórica es *ius* naturalista (no positivista) y su comprensión de la democracia es por lo tanto sustantiva-deliberativa y no procedimentalista. Con ello cabe resaltar que en términos prácticos reconocen también como parte de la infraestructura democrática, además de los partidos políticos, a los intereses de grupos y los medios de comunicación masiva.

El concepto fundamental de análisis de los cuerpos políticos para Almond y Verba lo constituye la cultura cívica, a la cual definen como un conjunto de las manifestaciones pluralistas, que tiene fundamento en la comunicación, la persuasión y el consenso que (en concordancia con los postulados de Easton) da lugar a que se produzcan cambios (toda vez que los modera al mismo tiempo).

La cuestión que guía el trabajo de estos investigadores se resume entonces alrededor de cuánto de qué cosa debe encontrarse en un país antes de que sus instituciones democráticas echen raíces en actitudes y expectativas congruentes. Estos autores sugieren que los insumos de las democracias estables pueden resumirse en:

- 1) la participación activa de los ciudadanos en los asuntos públicos,
- 2) un elevado nivel de información sobre estos mismos y
- 3) un sentido muy difundido de responsabilidad.

A partir del concepto anterior de cultura cívica, se desprende también el de cultura política, que se utiliza para describir orientaciones y posturas relativas al sistema en el que se manifiestan relaciones de supra subordinación, así como los elementos que lo componen y sus funciones dentro del mismo.

Ofrece luz sobre los conocimientos, sentimientos y valoraciones de la población, a medida que sus integrantes son inducidos a participar en él, a través de la socialización de roles y la distribución de pautas de comportamiento hacia objetivos políticos (Almond y Verba 1963:175-179). En cada una de estas acciones es plausible considerar que las evaluaciones de los ciudadanos respecto de los resultados obtenidos asumirán un rol fundamental para motivar una participación continuada de la política.

En lo referente al procesamiento de estos insumos a través del sistema democrático (siguiendo el modelo eastoniano), Finkel reitera que la mera participación es intrínsecamente benéfica y debe

alentarse, ya que desarrolla muchos rasgos que nutren la conciencia de comunidad, la confianza en la capacidad política e incluso la satisfacción con las estructuras para tomar decisiones, sus instituciones y resultados, de forma que el circuito insumos-proceso-resultados continúa retroalimentándose.

Describe que la mera sensación de un individuo, respecto a poder alcanzar las metas pre-establecidas para sí mismo dentro del sistema, representa uno de los efectos más importantes de la participación, y sugiere que este puede sondearse a través de la percepción de eficacia política, que describe como la percepción que tiene una persona sobre su capacidad de incidencia efectiva en la arena política. En consecuencia, representa un vínculo clave entre la participación y las sensaciones que produce el formar parte de procedimientos democráticos y deliberativos, en términos del desarrollo personal y la auto-satisfacción. (Finkel 1987:448)

2.5) La percepción de eficacia política y sus dimensiones

La primera definición de percepción de eficacia política, a cuyos parámetros se ajusta la presente investigación, describe esta categoría de análisis como “la sensación de que la acción política individual tiene, o puede tener, un impacto en el proceso político, y que por tanto, vale la pena cumplir con los deberes cívicos” (Campbell, et al. 1954: 187).

El supuesto, en el que coincide la hipótesis rectora de la presente investigación es que frente a altos niveles de percepción de eficacia política se vuelve más probable que los individuos participen en futuros procesos, y con ello desarrollen su carácter de manera más activa en la política y en otras áreas de la vida social.

Conviene recordar que la evaluación de este fenómeno debe por lo tanto, atender a una escala de percepciones, es decir al proceso de construcción involuntaria de comprensión del entorno (...) que interviene la selección de preferencias, prioridades, diferencias cualitativas y cuantitativas del individuo acerca de sus experiencias sensibles (este proceso se denomina preparación); y que explícitamente desecha que la conciencia y la introspección sean elementos característicos del proceso (Abbagnano, 1986 en Vargas L, 1994:48).

En lo referente al uso de herramientas de investigación para abordar este fenómeno, Vincent Price advierte que mediante los sondeos de opinión es posible acceder inductivamente a predisposiciones estructurales u orientaciones permanentes (también denominadas actitudes) frente a cuestiones concretas en situaciones específicas (Price 1994:70).

Con base en esta afirmación es preciso atender a la información de cualquier sondeo de opinión, a la luz de otras investigaciones que estudien el mismo fenómeno de manera similar o de la historia de tendencias que va documentando una misma investigación a lo largo del tiempo. Así se encuadran por ejemplo, los sondeos de opinión sobre preferencias electorales en todo el mundo.

Caprara y sus colegas, toman como punto de partida en consonancia con los que hemos denominado hasta aquí los sustantivistas de la democracia, la idea de que “las personas aprenden de sí mismas y -a través de- la experiencia de otros, infiriendo su sentido de eficacia al afrontar con éxito situaciones difíciles, adoptar las acciones que les dan la satisfacción y -resaltan su- autoestima, evitando (...) comportamientos que llevan a la autocensura, -toda vez que- tienen pocos incentivos para emprender actividades -paralelas a los procedimientos del sistema democrático- o para perseverar frente a los desafíos que ellos perciben como más allá de su alcance” (Caprara et al 2009:1002). Detallan que a este enfoque académico, se le ha denominado la teoría cognitiva social.

Esta forma de concebir el proceso a través del cual los individuos son capaces de asimilar y reaccionar frente a los estímulos de su entorno social inmediato, resulta relevante, ya que paradójicamente plantea que cuando las personas confían en que pueden obtener aquellos resultados esperados (outputs) del sistema político, y que éstos se encuentran de acuerdo con sus intereses particulares, cuentan con pocos incentivos para hacer frente a tareas desafiantes, perseguir objetivos ambiciosos y perseverar en medio de las dificultades, pues prácticamente el trabajo se hizo por sí mismo

En consonancia con el modelo de Milbrath, cuando el sistema produce los resultados esperados por la mayoría, el número de actores participantes, ya sea como gladiadores o espectadores participantes de la arena política debe ser bajo, en cambio, cuando las leyes, políticas públicas y decisiones de gobierno no están siendo del agrado de la mayoría o de un número significativo de la comunidad política (*politeia*), deberíamos esperar que muchas más personas estuvieran dispuestas a emprender más acciones para llamar la atención de los responsables de la administración, con el objeto de producir resultados paulatinamente más satisfactorios para los proveedores de los insumos en el modelo eastoniano.

El argumento que tiende el puente teórico entre el funcionamiento del sistema político democrático y la relevancia de la medición de la percepción de eficacia política²⁴, lo enuncia elocuentemente

²⁴ Por ello, la evaluación respecto a las estimaciones que tienen los individuos sobre si tienen la capacidad o no de influir en la política, actuando de manera coordinada con sus conciudadanos, se traduce en una evaluación sobre si el ejercicio del poder político reside en la voluntad de los ciudadanos que lo integran, que representa su rasgo característico o si en pocas palabras el ejercicio del poder se ha normalizado y concentrado en otro punto de las instituciones que fueron diseñadas para el servicio de los ciudadanos.

Douglas Madsen, catedrático de la Universidad de Iowa, quién explica que entre los preceptos mismos de este régimen, se presume que los ciudadanos perciben colectivamente que pueden intervenir en la vida pública para afectar el curso del gobierno. Él mismo asegura que “los niveles subjetivos de percepción de eficacia política están identificados como uno de los indicadores del bienestar de las unidades políticas²⁵” (Madsen 1978: 867-868).

Apoyándome nuevamente en una metáfora de la vida cotidiana, si entendiera al sistema político como un ente biológico (como Easton nos sugiere), la escala de percepción de eficacia política sería el equivalente a un instrumento diagnóstico, como un termómetro, a través del cual sería posible determinar cuándo el balance de la temperatura en el cuerpo es adecuado para su funcionamiento, o si se empieza a ubicar fuera de los niveles idóneos, que representan riesgos idénticamente amenazadores, ya sea por hipotermia al debilitarse la entropía en el sistema, o en forma de una fiebre que conduce a perder el juicio y la coherencia.

En ese sentido, Catterberg y Moreno advierten que la paradoja de la confianza en el sistema político de representación, se produce cuando los integrantes de una unidad política renuncian a la oportunidad de influir en la toma de decisiones, bajo el supuesto de que existen intereses compartidos entre quienes depositan su confianza y las instituciones fiduciarias, encargadas de administrar en favor de todos (Catterberg y Moreno 2002:32).

En los últimos 35 años de investigaciones, los estudiosos coinciden en señalar que existen dos dimensiones de la percepción de eficacia política; por un lado, la percepción de eficacia política interna, se refiere exclusivamente a la percepción de los sujetos respecto a sus capacidades personales "para entender y participar efectivamente en política"; mientras que la percepción de eficacia política externa, se refiere por su parte a la sensación sobre la capacidad de respuesta de los órganos políticos para asimilar las exigencias de los actores ciudadanos (Morrell 2003:590).

El Centro de Investigaciones y Encuestas de Michigan en Estados Unidos, adoptó esta distinción en su metodología para iniciar un grupo de estudios que fueron confirmando progresiva y estadísticamente un comportamiento diferenciado para ambas cuestiones e incluso concluyó que la percepción de eficacia política externa se refiere a la creencia que tienen los ciudadanos de poder influir en las decisiones que adoptan sus gobernantes cuando les hacen saber sus opiniones (Miller et al. 1980: 253). La duda a este respecto es interpretada para efectos prácticos como una negativa, ya que denota que no existe una clara actitud resolutive por parte de las autoridades respecto a las demandas cívicas.

²⁵ Por unidades políticas debemos entender a cualquier grupo social en el que se desarrollen relaciones de supra subordinación

Hacer esta distinción entre las dimensiones de la eficacia resulta pertinente, ya que se asume que ambos indicadores predicen efectos divergentes en la participación y el comportamiento político de manera individualizada y colectiva, pues se ha observado que una pobre percepción de eficacia política externa tiende a relacionarse con el desinterés y la alienación de la vida política, (Zimmerman 1989:563), mientras que una alta percepción de eficacia política interna resulta prácticamente un aspecto ineludible para evitar caer en el desánimo cuando las acciones realizadas para llamar la atención de los gobernantes no surten el efecto de influencia anticipado (Valentino, Gregorowicz & Groenendyk 2009:325).

Finalmente se ha sugerido que la investigación sobre la percepción de autoeficacia no se concentre puramente en los individuos como entidades aisladas, sino en su asociación con otras personas que conviven dentro de complejas redes de relaciones, tomando en cuenta que un número representativo de estudios han demostrado que la percepción de eficacia política interna juega un papel importante en la promoción de las formas de participación política (Caprara 2009:1002 y 1003).

2.6) El involucramiento cívico y las investigaciones sobre la asociatividad de la población

Además de tomar en cuenta las percepciones de eficacia política interna y externa de los potenciales participantes en las organizaciones civiles y movilizaciones sociales, es preciso considerar sus recursos materiales, financieros, el tiempo disponible, así como sus habilidades digitales, pues con esta información es posible identificar a aquellos que cuentan con experiencias previas de coordinación colectiva y socialización. No obstante se ha documentado que el estrato socioeconómico de ninguna manera representa un obstáculo infranqueable para desarrollar una cultura cívica participante (Verba et al., 1995:343).

El involucramiento ciudadano constituye un compromiso que va más allá de participar en elecciones o activar las contadas herramientas de interacción directa con las autoridades que prevé nuestra Constitución. Está parcialmente relacionado con el tiempo, recursos y habilidades que se obsequian a una causa con la que se está dispuestos a enrolarse, privilegiando en ese sentido a aquellas actividades destinadas a abordar las cuestiones sociales y/o de las comunidades locales que no son propiamente políticas por naturaleza, y que no obstante, resultan benéficas para un colectivo.

El voluntariado se refiere a la ocupación en una tarea que no es obligatoria y no cuenta con una compensación financiera. Representa una evidencia respecto a los comportamientos en la vida real cotidiana y concreta de los individuos, mientras que la eficacia refiere frecuentemente a

actitudes o cogniciones pro-cívicas (nociones o predisposiciones) (Gil de Zuñiga & Valenzuela 2011: 399).

Al consultar las construcciones teóricas que existen respecto al involucramiento cívico, sus hallazgos y postulados pueden clasificarse en dos tipos de aproximaciones o enfoques; por un lado está el enfoque clásico o tradicional, que explica el involucramiento ciudadano a través de las posibles afiliaciones de los individuos, los recursos que disponen para enriquecer la vida interna de estas agrupaciones y finalmente el tipo de insumos que proporcionan al sistema.

Por otro lado, se encuentran quienes después de analizar las variaciones de los primeros indicadores presentan una visión más posmoderna del involucramiento ciudadano. Este grupo postula que el involucramiento ciudadano debe abordarse como un fenómeno intermitente, en el que la deliberación, vinculación y selección de causas producen coaliciones menos estables en el tiempo, pero procuran ser más efectivas en su accionar.

Así, es posible definir al involucramiento ciudadano como la participación en la vida política y cívica, concebida en las actividades que acompañan o complementan a la selección de autoridades, tales como la realización de campañas, el trabajo de convencimiento de otros, la colaboración no remunerada en una asociación civil, la afiliación cualquier organización que representa o defiende intereses comunes, las manifestaciones pacíficas en favor de alguna causa, actividades expresivas tales como boicots, el envío de cartas a los legisladores y periódicos, etc. (Keeter et al 2002), entre ellas también pueden contarse: el asistir a las reuniones de vecinos, y apoyar la responsabilidad social de una empresa mediante la adquisición de productos o servicios con compromiso social (Gil de Zuñiga & Valenzuela 2011: 399).

Diversas exploraciones han procurado encontrar los factores o variables más relevantes que inciden sobre el involucramiento ciudadano, entre ellos han destacado los intereses particulares sobre alguna causa en especial, el tipo de datos y presentación de los hechos sociales a partir de los cuáles se van formando actitudes, así como el nivel de cercanía emocional que mantiene un individuo respecto del sistema político (Verba et al., 1995:347).

En todas las anteriores las medidas de percepción de eficacia política resultan un indicador relevante para la explicación sobre el grado de satisfacción y credibilidad que implica el poner a disposición del sistema recursos considerados muy valiosos a nivel personal como el tiempo y parte de los ingresos financieros.

A pesar de los sacrificios personales que implica el involucramiento, para Robert Putnam, el asociacionismo representa una condición única e indispensable de una democracia (sustantiva)

consolidada, pues al privilegiar la calidad de las relaciones de los individuos participantes y su confianza, sus normas y procesos adquieren una relevancia personal y pueden ser apropiadas por los participantes, de manera que se observa a los jugadores como dueños del tablero e intérpretes de sus propias leyes. En eso puede traducirse de manera nítida el involucramiento cívico (referido en el inglés original como *civic engagement*).

Putnam sugiere implícitamente que las medidas saludables de capital social en las comunidades locales también nos indican mucho sobre el bienestar de la sociedad en su conjunto, al punto que una democracia consolidada sólo puede sostenerse con una base de micro-comunidades fuertes y relaciones de confianza entre ciudadanos, que producen como consecuencia natural el involucramiento cívico (Kerr 2009:23).

Sostiene que la pertenencia a iglesias, asociaciones de vecinos, y otros grupos no políticos proporcionan un contexto institucional que promueve el participar en iniciativas colectivas y participar en asuntos de interés ciudadano. Incluso, sostiene estas organizaciones suelen educar a los ciudadanos sobre la importancia de la participación (Verba et al., 1995) y proporcionan a sus miembros habilidades de comunicación y de organización necesarias para formar parte activa de los asuntos de su comunidad (Gil de Zuñiga & Valenzuela 2011: 401).

En última instancia, el desarrollo de una cultura cívica se encuentra supeditado a la capacidad individual para comentar intenciones de participación en el sistema democrático. Los individuos que demuestran conocimiento sobre los eventos y principales protagonistas de lo que ocurre a su alrededor, así como de los mecanismos de participación, requieren también conocer lo suficiente a sus conciudadanos y sus intereses particulares, como para distinguir quiénes serían candidatos a adherirse a sus causas, y adicionalmente que éstos aliados potenciales cuenten con herramientas y un entorno propicio para la articulación de los propios ideales e ideologías políticas. (Walker 2008:125).

2.7) El enfoque posmodernista del involucramiento cívico

En contraposición con el diagnóstico de Robert Putnam, aunque en democracias consolidadas como la americana, se han registrado descensos en la cantidad de horas de voluntariado (Putnam, 1995); han surgido en sentido inverso un aumento en el número de grupos de interés locales y de nivel nacional, de manera que se aprecian más asociaciones en diferentes geografías, pero menos voluntarios en general (Wilson, 2000). Esto representa una atomización de intereses en muchos grupos con pocos integrantes en los que regularmente las relaciones son muy estrechas pero el margen de incidencia en las comunidades en la que operan mucho menor.

En este marco de referencia puede explicarse por el hecho de que aquellos jóvenes que participan en actividades ricas en "capital social" y orientadas justamente al fortalecimiento de las comunidades, como las "niñas exploradoras" (*girl scouts*) en Estados Unidos, registren bajos niveles de percepción de eficacia política externa; pues justamente su capacidad de producir resultados concretos a nivel político en el lugar en el que viven es marginal (Hildreth 2004:22), de modo que su función recreativa y socializadora es mayor. Estos grupos de naturaleza no política, justamente han sido tomados como grupo control para comparar su comportamiento y percepción de eficacia política en contraposición con aquellas asociaciones con vocación política.

La perdurabilidad de este tipo de agrupaciones puede verse comprometida a medida que el número de personas afines a pertenecer a grupos filantrópicos o de interés de corte tradicional disminuye (club de rotarios, leones, scouts, etc.), y con ellos también decrece su potencial formador de actitudes compatibles al involucramiento cívico permanente.

La encuesta anual de estudiantes de primer año de la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA) del 2000 arrojó que los jóvenes se inscriben en un mayor número de actividades de voluntariado (Keeter et al 2002; Hildreth 2004:3)²⁶. No obstante éste fenómeno parece presentarse de manera segmentada entre las personas con mayor ingreso en el hogar, más años en promedio de preparación académica y una red de relaciones sociales, relativamente amplia, por lo que coincide con la idea de que existan más agrupaciones con un menor número de afiliados.

Algunos académicos que intentan explicar éstos fenómenos evocan otro enfoque de involucramiento ciudadano al que han denominado de "actualización continua" (*self-updated engaged citizenship*). Desde su punto de vista el compromiso individual de los ciudadanos se manifiesta de manera intermitente por medio de una articulación más espontánea de intereses y causas que se identifican en las conversaciones con personas similares. En estas conversaciones es posible obtener también acceso a recursos (de origen colectivo), información y se facilita organizar acciones comunes, aprovechando tecnologías sociales que maximicen la expresión individual (Bennett, Wells & Freelon 2011:839).

Este esquema deja atrás la búsqueda de indicadores sobre afiliación a grupos o la pertenencia a los poderes públicos establecidos en cualquiera de sus manifestaciones (líderes de opinión, funcionarios y periodistas). Apunta a la creciente importancia de los medios digitales que estimulan la producción de contenidos entre sus lectores, quienes encuentran un nuevo paradigma de participación cívica que no se encuentra supeditada a la formalidad de pertenecer a determinado grupo de interés, asistir a sus reuniones y cubrir alguna cuota de sostenimiento.

²⁶ Esta mismo instrumento, también refrenda que menos de uno de cada cinco encuestados están dispuestos a dar seguimiento a los temas políticos, y sólo uno de cada seis habla con regularidad sobre sus gobernantes

Para este nuevo segmento de activistas en línea, la mera simpatía por la causa y expresar el respaldo a la misma (el equivalente a un “me gusta” en Facebook) es razón suficiente para que se considere como parte de una coalición de intereses. Aunque este compromiso sea estimado como endeble y el frente se desdibuje con la misma facilidad con la que se forma, su valor consiste en la percepción coyuntural que producen al realzar una temática de tendencia.

De acuerdo con Bennet, Wells y Freelon, un ciudadano involucrado de actualización continua y efectivo en su actuar, debe contar con algunas competencias indispensables para activar recursos en favor de sus intereses, éstas se resumen en:

1. Conocimiento indispensable sobre su entorno y cómo se activa el interés de sus semejantes.
2. Habilidades expresivas para transmitir sus aspiraciones.
3. Habilidades necesarias para unirse a los grupos públicos (o redes) que pueden surgir, organizándolos en torno a temáticas o liderazgos sociales (particularmente respecto a candidatos).
4. Capacidad técnica para emprender acciones que convoquen a la discusión pública de un problema específico o la política.

(Misión Cívica para la escuelas o CCMS, 2008 en Bennett, Wells & Freelon 2011:840-841).

Si en la perspectiva clásica los componentes del involucramiento fueron la afiliación, la asignación de recursos y el tipo de insumos que se proporcionan al sistema, en el caso del enfoque posmodernista o de actualización continua, se identifica la conformación de un frente de opinión pública cuando comienza la deliberación sobre un tema particular, se extienden las redes de vinculación alrededor de ese interés y se realizan esfuerzos premeditados para posicionar un tema de tendencia como una causas digna de la atención de la población.

Las denominadas generaciones digitales presentan comportamientos y escalas de valoración que pudieran estimarse contradictorias si se toman como referentes los esquemas clásicos de involucramiento ciudadano, ya que existe formalmente una baja afiliación a organizaciones civiles y movimientos sociales. No obstante generalmente se les reconoce junto con los medios y las agencias de derechos humanos como instituciones muy valiosas al velar por el interés público (*watchdogs*). Los jóvenes están conscientes de la utilidad pública de las asociaciones civiles y se encuentran dispuestos a defenderlas cuando perciben que están en peligro.

Los autores proponen el esquema 3 para enunciar las diferencias más marcadas entre la comprensión del involucramiento cívico como un hábito de relativa obligatoriedad institucional o como un fenómeno que aparece en coyunturas circunstanciales.

**Esquema 3:
Modelos de acción cívica**

Modelos de acción cívica y comunicación de acuerdo al enfoque de obligatoriedad o actualización		
	Modelo de organización cívica	Modelo de comunicación
Obligatoriedad (Asociaciones Civiles)	<ul style="list-style-type: none"> • Orientado a la participación ciudadana en torno al gobierno u organizaciones públicas formales, instituciones y campañas • Producen arraigo con base en la responsabilidad y el deber • Se manifiesta a través de la pertenencia a grupos sociales definidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Impera un solo el consumo informativo de un solo sentido y se entiende como una tarea de gestión o administración de la ciudadanía (noticias y anuncios políticos) • Cuando la producción de contenido individual ocurre, está dirigida a objetivos específicos institucionales (contacto de funcionarios electos, cartas a los periódicos)
Auto-actualización (Coaliciones de Trending Topic)	<ul style="list-style-type: none"> • Abierto a múltiples formas de producción de insumos civiles creativos, que van desde la postulación al gobierno hasta el consumo de información política o el activismo global • Producen arraigo a través de la auto-actualización manifestada en la expresión social • Los intereses personales se canalizan a través de redes flexibles de vinculación 	<ul style="list-style-type: none"> • Las líneas entre el consumo y producción de contenidos es borrosa • La producción de contenido individual y el intercambio a través de redes de pares que vinculan la identidad personal a la participación (que puede ocurrir en contextos políticos tradicionales como el uso compartido de vídeo viral en las campañas políticas)

(Bennett, Wells & Freelon 2011:838)

Con el fin de ilustrar la lógica de acción de los ciudadanos auto actualizados, una reciente investigación chilena postuló en su hipótesis que se esperaba que los jóvenes sin identificación política partidaria evaluaran negativamente a todos los grupos políticos y desdeñaran cualquier tipo de participación política, ya que no existiría la necesidad de defender un esquema programático.

No obstante estos investigadores encontraron que los jóvenes políticamente no afiliados, “han optado por identidades sociales alternativas asociadas a membresías grupales más informales (grupos de arte, música, deporte, chat, etc.), que les proveen una identidad positiva y distintividad social en dimensiones más relevantes para ellos” (González et al 2005: 69). No se desinteresan por la vida asociativa sino que insisten en someter al escrutinio público los verdaderos motivos que inspiran la conducta de los actores políticos.

Con estas cuestiones en mente, diferentes estudios convergen en que no es el tiempo que se dedica a los medios de comunicación lo que importa, sino cómo la gente usa para modificar su participación ciudadana (Gil de Zuñiga & Valenzuela 2011: 398) y a través de esta acción re-significar todos los grupos y actividades a través de los cuales se participa de la vida colectiva o

política. En ese sentido el primer aspecto que debe evaluarse en los denominados medios sociales como Twitter, es justamente la capacidad deliberativa que incrementa.

2.8) Deliberación de temáticas de interés público

Se ha comprobado que los medios informativos cuentan con la capacidad de promover conductas cívicas, debido a que inducen al razonamiento y la discusión política, que regularmente deviene en participación en los asuntos públicos. Esta cadena de eventos genera un impacto positivo en la democracia participativa (Gil de Zuñiga & Valenzuela 2011: 401).

La comunicación informal permite a los ciudadanos intercambiar datos, narrativas, y detalles sobre los problemas que enfrenta a diario en su comunidad. Con ello adquiere simultáneamente conocimiento acerca de las oportunidades con las que cuenta para involucrarse en actividades cívicas. Existen además suficientes evidencias de que las personas que se involucran en debates o comentan dentro de círculos de deliberación contenidos políticos, tienden más frecuentemente a tomar parte en otras formas de actividad cívica (Hayes, Scheufele & Huges 2006: 266 y 267).

En este proceso de aprendizaje, John Dewey recomienda analizar la acumulación de experiencias en los individuos con el fin de encontrar explicaciones sobre cómo los hábitos no reflexivos también dan forma al involucramiento cívico. "A través de la comunicación, compartimos la experiencia de manera que podemos entenderla como una forma de participación y cooperación. Ello nos permite inducir que existe una interconexión entre la experiencia y el compromiso cívico" (Hildreth 2004:2).

Con mucha anticipación, Dewey nos proporciona herramientas para admitir una gran diversidad de experiencias cívicas, así como la formación de hábitos flexibles que trascienden a las aspiraciones didácticas o incentivadoras de los programas gubernamentales tradicionales que tienen por objeto convocar a los jóvenes a participar y que posiblemente no encuentren la apropiación de sus mensajes entre este grupo poblacional.

Las expectativas de que un mensaje de activación política produzca algún tipo de resultado concreto a través de la comunicación en redes sociales virtuales, requiere de la exposición a este tipo de interacciones, así como de los diversos usos que puedan asignarse a estas herramientas. Ese "conocimiento" sólo puede adquirirse subjetivamente a través de los intercambios particularizados en las que está inmerso un usuario de Internet, después de todo, como Putnam argumenta en uno de sus momentos geertzianos, "la información necesita de un contexto social para que tenga sentido." (Kerr 2009:11)

Antonio Martínez Velázquez comenta en entrevista que aunque los ciudadanos en México a veces no estamos conscientes de que lo que decimos (en redes o en conversaciones presenciales) conlleva consecuencias políticas, éstas pueden ser buenas, malas o ningunas, pero no pueden pasar desapercibidas al menos por nuestro círculo más próximo.

Martínez agrega que su valor radica en que cuando una persona enuncia sus posiciones políticas, se obliga a sí mismo a reflexionar para fundamentar sus argumentos, problematizar las situaciones de la vida cotidiana, identificar actores, responsabilizarlos de algunos problemas públicos y finalmente asumir de forma personal algún compromiso frente a estos hechos.

Él mismo explica que se trata de un proceso que no necesariamente todos los participantes de Twitter atraviesan, pues muchos “dicen por decir”, lo que también reconoce como una posición política. No obstante explica que el vínculo emocional con las causas y con otras personas que comparten interés y entusiasmo alrededor de un asunto, se presenta entre quienes deciden entrar en el intercambio de argumentos con otros.

Atribuye al uso de las redes una capacidad para reconceptualizarse a sí mismo, la relación con los semejantes y con quienes ejercen el poder, que son rasgos que se comparten entre quienes estuvieron en las calles durante los derrocamientos de los regímenes en el norte de África en el 2011, los ciudadanos que coordinan sus movilizaciones en México desde 2009 y las nuevas generaciones de niños que participan en paneles de observación conducidos por Microsoft.

Igualmente los procesos conversacionales son reconocidos por su capacidad para apoyar el desarrollo y articulación de intereses comunes (Walker 2008:125), para cultivar la conciencia política entre los individuos, y orientar hacia la actividad política. Quizá lo más importante respecto al debate político es que posee la capacidad de ir más allá de la lógica de resolución de problemas que impera en el Estado y el mercado, con lo que cultiva una esfera pública más democrática (Putnam et al., 1993), deliberativa (Habermas, 1989) y por tanto flexible.

José Merino diría que resulta irrelevante el número de usuarios en Twitter involucrándose en la discusión de un tema de interés público, pues tiene mayor trascendencia poder identificar qué grupos interesados logran conectarse y desarrollar coaliciones para coordinar cualquier tipo de acción colectiva. Así lo verdaderamente valioso en los servicios de red social es que algunas personalidades con alta capacidad de influencia asumen una causa social y tratan de divulgarla entre un número más amplio de personas.

2.9) Extensión de las redes de socialización

El propio modelo tradicional nos sugiere que las asociaciones están sujetas a la producción de vínculos internos o hacia la coasociación, realizando una función puente hacia los individuos que rodean al grupo, produciendo con ello capital social al interior de grupos homogéneos, caracterizados por el conocimiento mutuo, reglas de operación, prácticas comunes y objetivos similares.

El proceso de integración regula los comportamientos socialmente esperados por los miembros, y mantiene alejados a los externos. El capital social puente, se produce en las actividades más coyunturales y flexibles, pues incorpora a grupos heterogéneos con quienes se establecen vínculos menos estrictos, estables y relativamente débiles (Walker 2008:123), pues a diferencia de los primeros, estas coaliciones no requieren de reglas establecidas, comportamientos esperados, conocimiento de los miembros o ritos comunes.

Si bien algunos teóricos (como Coleman) argumentan que los vínculos fuertes y las redes densas son de suma importancia para la generación de asociaciones, que fomentan la confianza y la reciprocidad, y al mismo tiempo fundamentan el desarrollo de capital social, otros (en particular, Portes, y más tarde Putnam) sugieren la importancia de obtener composiciones menos densas de redes sociales debido a que facilitan la integración de comunidades más heterogéneas y permitan la movilidad social. Una "vida asociativa" rica en una comunidad se obtiene con la aparición de vínculos débiles creados al interior de una coalición de intereses (Kerr 2009:5)

Quizá existen pocos espacios virtuales con tanta heterogeneidad como en Twitter, las relaciones de seguimiento entre los participantes del foro están a un clic de producirse o desvanecerse. En este contexto parece improbable que sus usuarios desarrollen entre sí vínculos fuertes o ritos de integración como sucede en muchas de las asociaciones presenciales, y aunque este hecho ha sido criticado debido a que las convocatorias a coordinar movilizaciones o actividades con fines políticos a través de este foro se han vuelto impredecibles en sus resultados, justamente su riqueza se encuentra en la espontaneidad y adscripción masiva que pueden alcanzar al haber eliminado las barreras de entrada a los participantes.

En el estudio de caso que se presenta en la parte final de la presente investigación se referirán como hallazgos de la presente investigación, de qué manera los vínculos débiles permiten una mayor y más profunda socialización de la información general. Presentaré como evidencia las temáticas que los individuos se apropian (o recuerdan) al desarrollar una relación entre el interés público y particular, y abordaré cómo a través de las nuevas fórmulas de comunicación digital y la participación en ritos "tecnológicos" los jóvenes y otros usuarios son capaces de resignificar la

utilidad de una herramienta textual, añadiendo una convicción de auto-eficacia a la asignación de sus recursos político digitales.

Por ahora es conveniente tener en cuenta las implicaciones respecto de la fortaleza de los vínculos, debido a que contextualizan el tamaño de comunidad a la que se hace referencia, y consecuentemente a los alcances y manifestaciones de involucramiento cívico que pueden esperarse de estas acciones.

A este respecto resulta indispensable tomar distancia de la idea de que el involucramiento cívico sólo se presenta cuando se han desarrollado vínculos fuertes y confianza con los miembros de grupos pequeños con quienes se coinciden en intereses. Existen estudios culturales que comprueban que es posible identificar acciones solidarias, aún en geografías que se caracterizan por una baja asociatividad.

Un estudio transcultural sobre los comportamientos cívicos destaca por ejemplo que en la cosmogonía escandinava resultan indisociables al carácter de ciudadano, los derechos consagrados en el estado de bienestar, de modo que incluso representan una condición previa para la participación política activa, pues asumen que ello fomenta la demanda de una democratización en el resto de las áreas de la vida social (Hoff & West 2008:316).

El involucramiento de actualización continua (*self-updated engaged citizenship*), es heredero de esta filosofía en la que se asume que el gobierno atiende por encargo constitucional las opiniones y voluntades de sus gobernados, no obstante resulta indispensable que los ciudadanos vigilen como actúan sus líderes políticos y recordarles las prioridades de la población.

Este abordaje respecto de lo público motiva a que los ciudadanos se mantengan alerta e intervengan coordinadamente cuando consideran que alguno de los derechos del bienestar colectivo puede ser vulnerado (Kim, Helgesen y Ahn 2002: 334), aún y cuando no participen habitualmente en grupos de interés con sus semejantes.

El principio rector de la interacción gobernado – gobernante se sintetiza en la máxima: "La relación de los ciudadanos al gobierno no es una relación sólo de confianza, ni una que solo implica un contrato" (Hardin 1998:9), se entiende que los ciudadanos son leales a los principios constitucionales, pero conducen sus acciones como vigilantes del gobierno, pues se considera que no siempre interpretarán la ley de manera adecuada y conveniente para la protección de los ciudadanos que constituyen su razón de ser. El esquema 4 ilustra las condiciones que hacen posible la aparición de esta ciudadanía monitoreal "disidente".

Esquema 4:
Orientaciones políticas respecto a las percepciones de eficacia y confianza política

Orientación	Percepción de eficacia política	Confianza Política	Lógica de actuación
Leales	Alta	Alta	El gobierno conducirá adecuadamente sus intereses, en tanto que pueden influir en el sistema cuando sea necesario
Disidentes	Alta	Baja	El gobierno es considerado como poco fiable y hay una sensación de que algo puede y debe hacerse al respecto
Subordinados	Baja	Alta	El gobierno está operando en su interés superior, por lo tanto, rara vez se presentan nuevas demandas, y sólo se realizan concesiones a los ciudadanos de vez en cuando. Impera una fe leal e incondicional respecto a la estructura política existente
Alineados	Baja	Baja	A pesar de que este grupo se refiere a la estructura política existente como injusta, su bajo nivel de interés político e información asequible, les impide apoyar a los movimientos políticos, incluso radicales

(Paige 1972)

2.10) Selección de causas y actores participantes (*ciudadanía monitoreal*)

La "movilización" de grupos de interés de acuerdo a coyunturas ha propiciado que se lleven a cabo convocatorias cada vez más segmentadas, procurando llamar la atención sólo de aquellas personas susceptibles a adherirse a una causa o a una determinada campaña electoral (Walker 2008:123). De acuerdo con distintas fuentes, las estrategias de activación se desarrollaron como resultado de una combinación del aumento masivo en el número y la diversidad de los grupos de interés, el debilitamiento de los partidos políticos, la disponibilidad de nuevas tecnologías de comunicación y la ubicuidad de los sondeos de opinión (Walker 2008:123).

A medida que los nuevos medios de comunicación se van integrando cada vez más profundamente en la vida cotidiana, las relaciones contingentes dan lugar a efectos más directos, a través de las diferentes facetas de la comunicación por Internet, que presentan patrones difusos y cuya utilización se encuentra en evolución.

El fenómeno ha conducido a que académicas como Patricia Moy, se concentren no sólo en la masificación del uso de la tecnología, sino también el grado en que las instalaciones con la tecnología se distribuyen entre la población de diferentes estratos sociales y preparación académica (Xenos, M., & Moy, P. 2007:715).

La disponibilidad de estas herramientas tecnológicas condiciona los alcances del reclutamiento y las activaciones programadas a través de Internet pues diversos grupos compiten en la promoción de causas diversas y buscan reclutar un volumen significativo que ejerza presión sobre una

interminable cantidad de temáticas que interesan a los diferentes niveles de gobierno en todo el mundo.

En esa lógica de acción se inserta la teoría de Ronald Inglehart sobre el post-materialismo y la posmodernidad, que pone de relieve la aparición de formas espontáneas de solidaridad y enfatiza el ejercicio de la libertad y la libre expresión en las generaciones más jóvenes, de acuerdo con sus observaciones para las generaciones digitales la participación no implica un compromiso formal a largo plazo, sino que más bien debe realizarse en el corto plazo, de forma no institucionalizada y otorgando prioridad a la experiencia personal (Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. 2007:250). En palabras de José Merino, Twitter parece a veces un espacio para la catarsis nacional donde igualmente se golpean o acarician temáticas, aunque después no se presenten acciones consecuentes.

A este respecto, Pippa Norris apunta que es de celebrarse que incluso cuando las generaciones más jóvenes se han vuelto más críticas sobre el ejercicio de gobierno permanecen apegadas a los principios democráticos en comparación con personas de mayor edad (Norris 1999). En el caso de México, esta tendencia se ve también reflejada, aunque con discretos diferenciales estadísticos de acuerdo con los resultados públicos de Latinobarómetro 2010, toda vez que los más jóvenes son quienes consideran que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno y son quienes aparecen menos indiferentes respecto a este sistema, aunque al mismo tiempo sean también quienes tengan una mayor proclividad (aunque moderada aún) respecto al autoritarismo, como puede verse en la tabla de contingencia 1.

Tabla de contingencia 1:
Apoyo a la democracia
¿Con cuál de las siguientes frases está usted más de acuerdo?

Apoyo a la democracia	Suma	Edad			
		15-25	26-40	41-60	61 y más
La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno	53,0%	54,4%	53,3%	52,5%	51,7%
En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible	11,4%	13,8%	12,5%	9,6%	8,4%
A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático	35,6%	31,8%	34,2%	38,0%	39,9%
Total	1101 (100%)	195 (100%)	439 (100%)	324 (100%)	143 (100%)

Fuente: Latinobarómetro 2010

Russell Dalton hace hincapié en el hecho de que los ciudadanos jóvenes, con educación superior tienen un concepto mucho más amplio de la democracia, de modo que su participación en la vida política y social se manifiesta a través de muchas experiencias que inicialmente pertenecen a la esfera de la vida personal, y que sin embargo adquieren una dimensión política (Dalton 2004, 2005).

Con estos fundamentos, Hooghe, M., & Dejaeghere, anticipan que los ciudadanos dejarán de invertir en la búsqueda de información sobre procesos políticos o restringidamente electorales, procurando asignar sus delimitados márgenes de tiempo disponible en mantenerse enterados para intervenir activamente de forma intermitente sólo en aquellos casos que lo consideren realmente imprescindible (Hooghe, M., & Dejaeghere, 2007:250).

El factor relevante de acuerdo con José Merino, e incluso el de mayor contraste con las movilizaciones masivas en Medio Oriente, es que las tecnologías digitales están evidenciando la integración de determinadas agendas públicas de grupos de interés, así como la formación de estas coaliciones de intereses con personajes influenciadores tanto en medios de comunicación como en el gobierno.

Una de las manifestaciones del involucramiento cívico posmodernista es la denominada ciudadanía monitoreal (*monitoreal citizenship*), la cual representa una forma crítica y de vigilancia ciudadana, que prescinde de cualquier esquema con bases rutinarias o institucionalizada de participación política. Ya que el tiempo y la energía que puede dedicarse a las actividades cívicas es limitado, el ciudadano monitoreal decide mantener la vigilancia del sistema político a un mínimo, e interviene sólo cuando considera que es absolutamente necesario (Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. 2007:253).

En la descripción de su perfil, los ciudadanos monitoreaes poseen conocimientos suficientes de política para comprender los problemas, consideran que su participación puede realmente producir una diferencia en la resolución de asuntos públicos, sin tener que depender de los intermediarios institucionalizados como los partidos o los sindicatos, de modo que a pesar de tener una alta percepción de eficacia política se abstienen de las bases rutinarias y las formas tradicionales de participación política, ya que consideran que son lo suficientemente competentes para desarrollar su propio punto de vista sobre la vida pública.

Incluso esta variante de participación política coincide con la analogía del modelo postulado por Milbrath del circo romano, en el que algunos deciden permanecer como espectadores de la disputa en la arena política al menos mientras las condiciones así lo requieren, de modo que en estos

términos sería posible trascender al reforzamiento de los involucrados y despertar al menos por un tiempo a la audiencia.

Los mismos Hooghe, M., & Dejaeghere, describen que el carácter de estos ciudadanos posmodernos está marcado por una preferencia por los patrones de valores igualitarios y aunque podrían ser más críticos hacia las formas tradicionales e institucionalizadas de solidaridad prefieren una sociedad más tolerante y abierta, con igualdad de oportunidades para todos. (Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. 2007:256)

En resumidas cuentas los componentes del tipo ideal del ciudadano monitoreal describe a quienes:

1. Manifiestan algún tipo de interés político.
2. Poseen una alta percepción de eficacia política interna y les resulta relativamente fácil integrar una opción política.
3. Presentan alguna forma de participación política.
4. Cuentan con niveles de educación que parecen tener un fuerte impacto en su forma de participación política.
5. Prescinden de un marco institucionalizado y rutinario para involucrarse con causas sociales y políticas (Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. 2007:257-261).

Mario Campos coincide con buena parte de estas observaciones, cuando dice que si se revisan muchas de las causas ciudadanas que han logrado mayor notoriedad pública en los últimos dos años, es posible identificar que son los mismos personajes quienes se encuentran altamente involucrados y articulando los términos de en que se discutiría algún problema público.

En su opinión esto se debe precisamente a las habilidades digitales y sociales que han ido desarrollando en cada experiencia de movilización emprendida a través de canales digitales, en los que han aprendido que se debe elaborar un tema de tendencia (*#hashtag*), una página con información de referencia para los interesados, se dedican a buscar interlocutores dentro de la clase política para que sus consignas no queden en un mero desahogo, saben que deben de personalizar las exigencias de modo que sus peticiones no se diluyan en la inmensidad de las instituciones y también dosifican sus esfuerzos de acuerdo con los momentos políticos propicios (descansan en los recesos legislativos por ejemplo y no se desgastan).

Admite en principio que la actividad política se ha profesionalizado en Twitter y es mayormente reforzadora de actitudes y aficiones previas, pero reconoce que el posicionamiento de temas de tendencia posee una naturaleza masiva que requiere de un involucramiento simple pero amplificado de acciones que denoten coincidencias de personas que regularmente no participan en política, ni están interesados en profundizar en ellos, pero que simpatizan con causas muy localizadas.

Así sucedió por ejemplo en el caso de la Guardería ABC, cuando frente a la tragedia de la muerte de los menores, muchas personas estuvieron dispuestas a utilizar una veladora en su foto de perfil como acto de protesta, pero un número significativamente menor continúan dando seguimiento al caso. Explica que esto no debe interpretarse como un fracaso de estas movilizaciones sino como una acción táctica que les permite ganar visibilidad temporal y propiciar mejores condiciones para interactuar con sus gobernantes.

Conclusiones preliminares del capítulo:

Las personas estarán más dispuestas a participar en iniciativas colectivas en la medida que su esfuerzo sea recompensado con beneficios que compensan su inversión, sin embargo las retribuciones esperadas no siempre se expresan de forma material o como un beneficio financiero.

Los investigadores sociales han encontrado consistentemente que en los sistemas democráticos las personas proporcionan insumos a sus gobernantes en forma de apoyo o demandas colectivas, valorando de manera especial su participación en un grupo de interés, de modo que su expectativa es que sus gobernantes tengan la capacidad para traducir la expresión de su voluntad en una decisión administrativa, ley o programa social.

Quienes consideran que pueden entender al sistema político y participar de las decisiones públicas, es decir quienes cuentan con una alta percepción de eficacia política interna, son generalmente quienes ponen en marcha la participación ciudadana en sus diferentes manifestaciones, este grupo está regularmente compuesto por personas en plenitud productiva, entre los 18 y 45 años, cuenta con preparación académica al menos hasta la licenciatura o similar y pertenece a un segmento socioeconómico en el que todas sus necesidades inmediatas están cubiertas, así como el acceso a la salud, educación, fuentes de empleo y financiamiento.

Las altas percepciones de eficacia política externa corresponden regularmente a minorías cercanas a los centros de decisión pública (cuerpos legislativos o entidades ejecutivas de gobierno) o personas que a través de su consistencia en actividades políticas y de voluntariado han sido considerados en audiencias públicas o foros de interacción con sus autoridades.

Un sistema político democrático e incluyente idealmente debería tener un alto porcentaje de su población considerándose políticamente capaz de participar en los procesos de deliberación, y confiar en que sus gobernantes consideran sus intereses cuando toman decisiones de amplia incidencia social. Las tareas habituales de la clase media han restringido de manera importante el tiempo disponible para formar parte de las actividades de promoción de causas ciudadanas, y ello se ve reflejado en una tasa más baja de adscripción a asociaciones voluntarias.

Aunque pareciera que el declive de los grupos de interés compromete la formación de capital social, pues resulta complejo conjuntar y poner en acción recursos colectivos entre personas que no se conocen, llama la atención el surgimiento más vigoroso y espontáneo de movilizaciones que procuran salvaguardar causas particulares, derechos civiles y sociales, y protestar alrededor de eventos muy focalizados, pues se considera que existen factores fundamentales para el desarrollo humano que ningún gobierno debería pasar por alto.

Este proceso de activación menos estructurado se caracteriza por dar prioridad a la discusión de los asuntos, procurando involucrar a más sectores de la sociedad en vigilar el ejercicio de gobierno, de modo que el aparato administrativo responda en mayor medida al objeto para el que le fue cedida autoridad: resolver las necesidades de la población y garantizar su gradual mejoría. A este fenómeno particular de involucramiento y ejercicio de la ciudadanía se le ha denominado “ciudadanía monitoreal”.

En el capítulo 4 pondremos a prueba en qué medida quienes pertenecen a asociaciones civiles están marcando la agenda de discusiones públicas en Twitter o qué rasgos permiten inducir que la corriente de involucramiento situacional o ciudadanía monitoreal está cobrando auge entre los usuarios de Twitter en México.

Referencias bibliográficas:

Almond Gabriel y Verba Sidney (1963) “La cultura política” cap. 1 “Una aproximación a la cultura política” en Diez Textos básicos de ciencia política, Editorial Ariel, Barcelona, España 2001 p. 273

Bennett, W., Wells, C., & Freelon, D. (2011). „Communicating Civic Engagement: Contrasting Models of Citizenship in the Youth Web Sphere”. *Journal Of Communication*, 61(5), 835-856. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01588.x

Bobbio, N (2006) *Liberalismo y democracia* / traducción de José F. Fernández Santillán. México: Fondo de Cultura Económica

Caprara et al (2009) “Perceived political self-efficacy: Theory, assessment, and applications” *European Journal of Social Psychology Eur. J. Soc. Psychol.* 39, 1002–1020 DOI: 10.1002/ejsp.604

Catterberg G and Moreno A (2006) The Individual Bases of Political Trust: Trends in New and Established Democracies *International Journal of Public Opinion* 18(1): 31-48 first published online August 5, 2005 doi:10.1093/ijpor/edh081

Converse, Phillip E. (1972). “Change in the American Electorate.” In *The Human Meaning of Social Change*, ed. Angus Campbell and Phillip E. Converse, pp. 263–337. New York: Russell Sage.

Dahl A (1993) “La Poliarquía: participación y oposición” México: Rei,

Dahrendorf, R (2006) “El recomienzo de la historia: de la caída del muro a la guerra de Irak: discursos y artículos / traducido por Griselda Mársico. Buenos Aires: Katz, 2006.

Dalton, R. (2004) *Democratic Challenges, Democratic Choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.

Dalton, R. (2005) *Citizenship Norms and Political Participation in America: The Good News is . . . the Bad News is Wrong*. Paper presented at the conference on Citizenship, Involvement and Democracy, Georgetown University, Washington DC.

Easton David (1953) "Categorías de análisis sistémico de la política" en *Diez Textos básicos de ciencia política*, Editorial Ariel, Barcelona, España 2001 p. 273

Finkel (1987) "The effects of participation on political efficacy and political support: evidence from a West German panel", *The Journal of Politics* Vol 49 N.2 441-464, Fuente electrónica [en línea] <http://stevenfinkel.com/files/Finkel%201987.pdf> , Recuperado el 5 de agosto, 2012

Gil de Zúñiga, H., & Valenzuela, S. (2011). "The Mediating Path to a Stronger Citizenship: Online and Offline Networks, Weak Ties, and Civic Engagement". *Communication Research*, 38(3), 397-421. doi:10.1177/0093650210384984

Gonzalez Roberto et al (2005) "Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente" *Revista de Ciencia Política*, Vol. 25, No 2, Santiago de Chile p. 65-90

Habermas, J. (1989). "The structural transformation of the public sphere". Cambridge: MIT.

Hayes, A. F., Scheufele, D. A., & Huye, M. E. (2006). Nonparticipation as Self-Censorship: Publicly Observable Political Activity in a Polarized Opinion Climate. *Political Behavior*, 28(3), 259-283. doi:10.1007/s11109-006-9008-3

Hildreth, R. W. (2004). John Dewey as a Critical Resource for the Theory and Practice of Civic Engagement. *Conference Papers -- Midwestern Political Science Association*, 1-34. doi:mpsa_proceeding_24505.PDF

Hoff, J., & West, H. (2008). Citizenship in the Faroe Islands: Participant, Parochial or Colonial?. *Scandinavian Political Studies*, 31(3), 311-332. doi:10.1111/j.1467-9477.2008.00208.x

Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. (2007). Does the 'Monitorial Citizen' Exist? An Empirical Investigation into the Occurrence of Postmodern Forms of Citizenship in the Nordic Countries. *Scandinavian Political Studies*, 30(2), 249-271. doi:10.1111/j.1467-9477.2007.00180.x

Illia, L. (2003). Passage to cyberactivism: How dynamics of activism change. *Journal of Public Affairs* (14723891), 3(4), 326-337.

Jiménez Edgar (1998) "Enfoques teóricos para el análisis político" Instituto Federal Electoral, México. Biblioteca Jurídica Virtual UNAM Fuente electrónica [en línea] <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=517> , Recuperado el 8 de enero 2012

Keck, Margaret E. /Kikkink, Kathryn (1998): *Activists Beyond Borders: Advocacy Networks in International Politics*. Ítaca/New York.

Keeter, S., Zukin, C., Andolina, M., & Jenkins, K. (2002). „The civic and political health of the nation: A generational portrait" (CIRCLE Report). College Park, MD: Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement.

Kerr, J. (2009). Surfing Together: A Preliminary Inquiry into the Effects of Internet Use on Social Capital in American Communities. Conference Papers -- Midwestern Political Science Association, 1.

Kim, U., Helgesen, G., & Ahn, B. (2002). Democracy, Trust, and Political Efficacy: Comparative Analysis of Danish and Korean Political

Lasalle Ferdinand (1863) "¿Qué es una Constitución?" www.elaleph.com edición electrónica [en línea] http://derechogrupoa.bligoo.com.co/media/users/18/939372/files/206926/Que_es_una_Constitucion_libro.PDF , Recuperado el 19 de febrero 2012

Lee, F. F. (2010). The Perceptual Bases of Collective Efficacy and Protest Participation: The Case of Pro-Democracy Protests in Hong Kong. *International Journal Of Public Opinion Research*, 22(3), 392-411. doi:10.1093/ijpor/edq023

Miller, Warren E., Arthur H. Miller and Edward J. Schneider. (1980). "American National Election Studies Data Sourcebook, 1952-1978" Cambridge, MA: Harvard University Press.

Hayes, A. F., Scheufele, D. A., & Huges, M. E. (2006). Nonparticipation as Self-Censorship: Publicly Observable Political Activity in a Polarized Opinion Climate. *Political Behavior*, 28(3), 259-283. doi:10.1007/s11109-006-9008-3

Madsen, D. (1978) "A Structural Approach to the Explanation of Political Efficacy Levels Under Democratic Regimes" *American Journal Of Political Science*, 22(4),

Merino Mauricio (1997) "La Participación ciudadana en la democracia" Instituto Federal Electoral Fuente electrónica [en línea] <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=499> , Recuperado el 1 de enero, 2012

Milbrath Lester W. (1965) "Political Participation. How and Why do People get Involved in Politics?" Rand McNally, Chicago.

Moy, P., Torres, M., Tanaka, K., & McCluskey, M. R. (2005). Knowledge or Trust? Investigating Linkages Between Media Reliance and Participation. *Communication Research*, 32(1), 59-86. doi:10.1177/0093650204271399

Morrell M E (2003) "Survey and experimental evidence for a reliable and valid measure of internal political efficacy *Public Opinion Quarterly* Volume 67 p.589-602 American Association for Public Opinion Research All rights reserved. 0033-362X/2003/6704-0005

Norris Pippa (2000) *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press

Pickard, V. (2006). "Assessing the Radical Democracy of Indymedia: Discursive, Technical, and Institutional Constructions". *Critical Studies In Media Communication*, 23(1), 19-38

Putnam R (1993) "Making democracy work: civic traditions in Modern Italy" Princeton, NJ. Princeton University Press

Schmitter, Philippe C. y Terry Lynn Karl, "What Democracy Is ... and Is Not" en L. Diamond y M. F. Plattner (comps.), *The Global Resurgence of Democracy*, Baltimore, MD, Johns Hopkins, 1993, págs. 39-52

Stern, M. J., & Fullerton, A. S. (2009). The Network Structure of Local and Extra-Local Voluntary Participation: The Role of Core Social Networks. *Social Science Quarterly* (Blackwell Publishing Limited), 90(3), 553-575. doi:10.1111/j.1540-6237.2009.00631.x

Tajfel, H. and Turner, J. C. (1986). "The social identity theory of inter-group behavior". In S. Worchel and L. W. Austin (eds.), *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson-Hall.

Torres Ruiz René (2009) "El proceso de construcción de ciudadanía en México: entre el autoritarismo priísta y la edificación de un régimen democrático (1929-2000)" (artículo), en José Carlos Luque Brazán y José Jesús Naranjo Giraldo (coordinadores) *Democracia y ciudadanía en América Latina: realidades diversas y retos teóricos*, México-Colombia: Universidad Autónoma de Manizales/Universidad Autónoma de la Ciudad de México/UNAM/CRIM/FUNDAR

Turner Bryan (1993), 'Contemporary Problems in the Theory of Citizenship', en Turner, B. S., (ed.), *Citizenship and Social Theory*. Londres: SAGE

Valentino, N., Gregorowicz, K., & Groenendyk, E. (2009). Efficacy, Emotions and the Habit of Participation. *Political Behavior*, 31(3), 307-330. doi:10.1007/s11109-008-9076-7

Vargas Melgarejo, Luz María (1994) "Sobre el concepto de percepción" en *Alteridades*, UAM 4 (8): Págs. 47-53 Fuente electrónica [en línea] <http://www.uam-antropologia.info/alteridades/alt8-4-vargas.pdf> , Recuperado el 26 de febrero, 2012

Vitale Ermmano (2005) "Norberto Bobbio y la democracia procedimental" *Revista Internacional de Filosofía Política* Fuente electrónica [en línea] http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:NM66v8TyPEJ:scholar.google.com/+democracia+procedimental&hl=es&as_sdt=0,5&as_vis=1 Recuperado el 19 de febrero, 2012

Walker, E. T. (2008). Contingent Pathways from Joiner to Activist: The Indirect Effect of Participation in Voluntary Associations on Civic Engagement. *Sociological Forum*, 23(1), 116-143. doi:10.1111/j.1573-7861.2007.00048.x

Xenos, M., & Moy, P. (2007). Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement. *Journal Of Communication*, 57(4), 704-718. doi:10.1111/j.1460-2466.2007.00364.x

Zimmerman, M. A. (1989). The Relationship Between Political Efficacy and Citizen participation: construct Validation Studies. *Journal Of Personality Assessment*, 53(3),

3) Modelos de involucramiento ciudadano y episodios de vinculación en México

Introducción:

Twitter puede interpretarse como una crónica de la vida cotidiana expresada en las palabras de sus propios protagonistas, en este sentido es una veta rica en todo tipo de indicadores sobre el conocimiento, ánimo y experiencia de diversos grupos que conforman una sociedad; como plataforma de discusión del acontecer cotidiano y de las noticias difundidas por los medios masivos de comunicación. Una de sus más trascendentales aportaciones a la participación política es el impulso que proporciona tanto a prestar mayor atención a la información como a la apropiación de la misma para participar en nuevas deliberaciones ya sea de manera presencial o remota.

El uso continuado de esta plataforma resulta relevante en el desarrollo de percepciones de eficacia política debido a que provee la sensación de que existen otros individuos interesados en una causa compartida, al mismo tiempo se obtiene acceso a nuevas fuentes de información y es posible conocer sobre nuevas tácticas para atraer la atención de los conciudadanos o los gobernantes. Consecuentemente el valor reside en incentivar el interés y la creatividad participativa de los ciudadanos que de manera espontánea coinciden.

3.1) El procesamiento informativo y la deliberación: detonadores del círculo virtuoso

Se ha atribuido al dramaturgo clásico griego Esquilo la célebre cita: “no es sabio el que muchas cosas sabe, sino el que sabe cosas útiles”. Bajo esta luz, un gran número de conversaciones ciudadanas se nutren de la información divulgada a través de los medios masivos de comunicación, y ello constituye, la primera fase de un ciclo que refuerza el involucramiento ciudadano a través de la participación deliberativa. (Wells & Dudash 2007:1281-1282).

Las investigaciones previas sostienen que el conocimiento sobre los asuntos públicos y los temas que interesan a los ciudadanos son aprendidos a través de la educación formal, la discusión interpersonal sobre la política, y el consumo tradicional de los medios de comunicación, tales como la lectura de periódicos (Kenski & Stroud 2006:175).

Estudiosos de los efectos de los medios de comunicación han encontrado que los niveles de atención²⁷ a los mensajes que se diseminan a través de los medios masivos incrementan cuando al contenido se le identifica una utilidad cotidiana, es decir, cuando la información resulta provechosa para una conversación o reflexivamente para determinar una actitud o comportamiento frente a los eventos (Pinkleton & Austin 2001:323).

²⁷ La atención “se refiere a la concentración de percepciones durante el procesamiento de mensajes” a los que alguien es expuesto (Jeffres, 1997: 27-28).

Estos patrones de comportamiento informativo han sido ratificados en otras investigaciones que indican que quienes buscan activamente datos, conocer sobre los eventos cotidianos y sus principales protagonistas, utilizan las tecnologías de la información con el fin de recabar antecedentes que determinan sus cursos de acción respecto a los asuntos públicos (Reagan et al, 1995) e incluso definen cómo los referirán entre su red de contactos cotidianos.

El conocimiento político constituye la expresión de una capacidad intelectual alcanzada a través de un proceso de aprendizaje (Junn, 1991, Moy et al 2005:63), al identificar la utilidad práctica de la información que se procesa ya sea para efectos de participar en la vida pública (a través del voto o cualquier insumo cívico para el sistema) o a través de la simple y llana deliberación de los problemas comunes a sus interlocutores de una red de contactos.

3.2) El círculo virtuoso de la participación ciudadana en línea

Cuando una persona percibe que puede entender los temas relevantes para su comunidad y participar en ellos, se activa un círculo virtuoso (Norris 2000) de participación cívica que comienza con esta convicción (equivalente a una alta percepción de eficacia política interna). Esta sensación motiva a informarse y conocer las noticias, aprender sobre el funcionamiento del sistema político y poner en marcha acciones orientadas a incidir en el mismo, ya sea mediante el apoyo de una decisión o gobernante, mediante la exigencia de cuentas o solicitando que se tomen en cuenta otras perspectivas antes de implementar la decisión pública.

Delli, Carpini y Keeter (1996) demostraron que la eficacia interna motiva la adquisición de conocimiento político, un vínculo causal que ha sido reiterado en estudios consecutivos, pues a medida que las personas se perciben más informadas, incrementan sus capacidades para tomar parte de la vida política, reforzando con ello la proclividad también a participar en comicios. (Pasek et al 2008:29-30).

En este proceso, a medida que los individuos consumen noticias, desarrollan un sentido de confianza en su comprensión sobre los fenómenos sociales y perciben que ellos mismos son eventualmente capaces de influir en los asuntos del gobierno (Vercellotti & Matto 2009:4), ya sea a través de su voto o realizando alguna de acción complementarias para solicitarle a sus gobernantes que presten atención a las demandas ciudadanas.

En este sentido, otros estudios apuntan que los sentimientos de eficacia se desarrollan desde temprana edad y, para los novatos políticos, constituyen una condición fundamental de participación. Si un joven no posee confianza en su habilidad para interactuar eficazmente con el sistema político, tienden a alejarse de los procesos políticos futuros. En cambio cuando las

personas perciben que la información política es útil para sus discusiones interpersonales, se sentirán motivados a prestar más atención a los medios de comunicación y tomar parte en la vida pública cuando sea convocado (Pasek et al 2008:27 y 28).

Las personas son más propensas a convertirse en ciudadanos activos cuando adquieren información a través de la formación cívica básica consolidando su interés por la política (Lopes, J., Benton, T., & Cleaver, E. 2009:4). El esfuerzo intelectual realizado les obliga asignar prioridades para buscar de manera deliberada nuevas fuentes de información, involucrándose con la vida política al dedicar tiempo y recursos personales a esta tarea (Pinkleton & Austin 2001:322). El círculo virtuoso y sus variables intervinientes pueden ser ilustradas de acuerdo al esquema 5 que se presenta a continuación:

**Esquema 5:
El círculo virtuoso del involucramiento ciudadano**



Selección propia de variables 2012
Elaboración propia

Por esta razón los trabajos de investigación sobre el involucramiento ciudadano, parten de la premisa de que los individuos comprenden los problemas públicos que los aquejan, los antecedentes particulares del lugar en el que se presentan en su comunidad, identifican aquellos eventos que resultan relevantes, de modo que con este marco interpretativo pueden explorar las alternativas y ofertas de los partidos políticos, así como de las consecuencias sociales derivadas de la elección de cada uno para encabezar un gobierno (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954:308).

Las experiencias de los individuos suelen ser la base de sus conversaciones con sus semejantes, de modo que regularmente las fuentes de información y sus contenidos son validadas con otros

(Wells & Dudash 2007:1281). Los foros públicos físicos o virtuales sobre asuntos de interés común ayudan a las personas a sentirse más eficaces y seguras de sí mismas, al tiempo que permiten a la gente desarrollar una voz pública o un sentido de agente involucrado (Gastil 2000 a:186–187).

La experiencia de la participación consuetudinaria en procesos informativos y deliberativos, de alguna manera deja al individuo psicológicamente mejor preparado para involucrarse políticamente en el futuro (Pateman 1970:45), pues con su aproximación a medios de información masiva y la discusión con otros, adquiere habilidades y recursos que le permiten externar juicios que evidencian un proceso reflexivo previo, y con ello incrementan también su sentido de percepción de eficacia política y su proclividad de acción política (Gastil 2000b: 358).

El involucramiento se produce cuando individuos que poseen diversos recursos como la preparación académica, una situación socioeconómica favorable y disponen de tiempo de ocio, se encuentran con mayores capacidades y motivación para formar parte de las decisiones colectivas, incrementando su sentido de la eficacia.

En ese orden de ideas, el tipo de valores y lenguaje que se emplean en la emisión de un mensaje determina en qué medida sus postulados coinciden con los de cualquier receptor en un nivel de identificación personal que trasciende la pertenencia a un grupo social o cívico. En este proceso intervienen tanto la capacidad argumentativa del emisor como las habilidades de interpretación de los receptores, quienes deben ser capaces de decodificar las motivaciones y valores que subyacen a los mensajes expresados, antes de que sea posible desarrollar un nuevo vínculo de interés.

A su vez el modelo de participación cívica desarrollado por Hernaldo Rojas encontró que las variables que más indican sobre el involucramiento son: en primer lugar el conocimiento político que explica el 42.6% de esta varianza, la membresía a asociaciones que explica el 25.6% de la varianza, y finalmente el sentimiento de percepción de eficacia política el 16% de la varianza (Rojas 2006:124-126). Por ello se espera que quienes pertenecen a agrupaciones cívicas presentarían mayores niveles de percepción de eficacia política.

3.3) El círculo vicioso de la participación ciudadana en línea

A pesar de que a través del proceso deliberativo se desarrolla conocimiento y percepción de eficacia política interna, la respuesta de los gobernantes constituye la pieza que complementa la percepción de eficacia política externa, pues cuando ignoran las demandas de los ciudadanos o resuelven en sentido contrario a sus intereses, erosionan la noción de que intervenir en la vida política puede ser redituable para quienes lo hacen.

Ello ha llevado a diferentes investigadores a concluir que la propia deliberación resulta en ocasiones inadecuada o insuficiente, pues puede conducir a peores decisiones, en comparación con aquellas determinaciones de gobierno que se producen cuando no se discuten y no se genera una expectativa alrededor de sus resultados (Hibbing & Theiss-Morse 2002:191).

Los ejercicios de observación longitudinal realizados han encontrado que los sujetos que participan en deliberaciones cara a cara para asumir decisiones colectivas no presentan una mayor percepción de eficacia política interna después de la deliberación, en comparación con quienes sólo votan por cuestiones particulares o no discuten en absoluto. Esta evidencia pone en duda la afirmación simplista de que existe siempre una relación positiva entre la deliberación en la toma de decisiones y la percepción de eficacia política interna (Morrell 2005:63).

Las causas que propician un declive en el involucramiento ciudadano así como sobre el interés informativo han sido motivo de diversas y variadas líneas de estudio entre quienes se dedican a tratar de predecir los comportamientos sociales. El cuestionamiento de los ciudadanos acerca de los verdaderos motivos que orientan la conducta de los actores políticos, también denominado cinismo político es una de las líneas de investigación (González et al 2005:70).

Se ha postulado por ejemplo, que los ciudadanos desconfían muchas veces de la información a la que están expuestos debido a que consideran que los periodistas retienen información o privilegian su reputación y notoriedad como figuras públicas con excelentes relaciones con los gobernantes, relegando a un segundo plano el consignar los eventos y contrastar distintas fuentes. En este caso el "cinismo informativo" representa la desconfianza respecto a las razones que tiene los periodistas para divulgar determinados contenidos, datos o acontecimientos frente a la opinión pública.

Ello propició la aparición de una corriente de investigaciones que refieren un malestar mediático (o *media malaise*), según el cual "ciertos temas mediáticos o encuadres de la información contribuyen a fomentar la desconfianza sobre los motivos de los gobernantes respecto a sus decisiones de gobierno, e intervienen en cuestionar al mismo tiempo la conveniencia del orden institucional que impera (*stablishment*)" (Rojas 2006:113)

El malestar mediático ocurre, por ejemplo, cuando durante el periodo electoral los diferentes candidatos se desacreditan entre sí como una táctica para ganar el favor de los votantes potenciales. Cuando la selección de actitudes y comportamientos de un personaje público, ya sea en un tono positivo o negativo (su encuadre) es evidenciada, contribuye no sólo a un incremento de la desconfianza de los ciudadanos respecto al candidato señalado, sino respecto a los diversos actores participando en el mismo sistema de competencia.

En la medida en que los ciudadanos reciben información suelen poner en duda las razones para desacreditar o halagar a alguien, de modo que frecuentemente los electores concluyen que los contendientes en una elección se concentran únicamente en obtener una posición de prestigio y poder, desestimando su responsabilidad frente a la sociedad. Ello produce como consecuencia un desencanto del proceso democrático, fastidio informativo y desinterés sobre las elecciones, así como la propia alienación de los ciudadanos respecto a estos procesos. (Pinkleton & Austin 2001:321).

En Estados Unidos por ejemplo, se la ha reprochado a la televisión su contribución en la disminución del involucramiento ciudadano, debido a que en la edición de contenidos la regla general consiste en presentar una cita breve y digerible para el auditorio (*sound bite*) para reseñar las intervenciones de los políticos (Hallin 1997). Así no importan cuan elocuentes o estructurados puedan sean los políticos en sus planteamientos, sus notas se concentran en la estridencia de sus declaraciones o la confrontación con otros actores de la vida pública.

En Internet y a través de los servicios de red social en cambio, los usuarios que intentan ponerse en contacto con sus representantes, pueden ser disuadidos de continuar enviando apoyos y demandas a las autoridades, cuando no reciben respuestas de sus interlocutores. Iniciar un diálogo sin contraparte disminuye significativamente las posibilidades de desarrollar percepciones de eficacia externa (Kenski & Stroud 2006: 176).

A este respecto, los usuarios con poco tiempo en Twitter y que hubieran ingresado a esta plataforma con la intención de entablar un dialogo con sus autoridades, pueden sentirse desincentivados pues aunque se entiende que no todos los mensajes emitidos se respondan, la expectativa de intercambio, horizontalidad y proximidad con sus gobernantes puede desvanecerse como una mera ilusión.

Los académicos sugieren que los votantes, especialmente los jóvenes, quedan atrapados en un ciclo en donde el cinismo político repercute en una baja percepción de eficacia política, y ello desemboca en frustración y apatía. Un fenómeno que puede ser ilustrado en a través del esquema 6 que se aprecia a continuación.

Esquema 6 Espiral del desinterés



Selección propia de variables 2012
Elaboración propia

La baja percepción de eficacia política externa puede ser atemperada a través de la diversificación de demandas informativas, pues aún y cuando las autoridades aparezcan inmutables frente a las demandas de sus gobernados, las personas involucradas con una causa pueden volverse hacia sus conciudadanos para tratar de convencerlos sobre la relevancia de un tema.

En este proceso los sujetos interesados nutren sus argumentos con datos, opiniones de expertos y reportajes a profundidad en medios impresos. El esfuerzo invertido en obtener información fidedigna y con algún grado de respaldo técnico permite que aunque se dude respecto a los motivos que fundamentan el actuar de los gobernantes, se persevere el interés en participar de la deliberación de los problemas públicos. Por tanto es posible afirmar que cinismo político no necesariamente es equiparable o deviene en desinterés o alienación de la vida pública (Pinkleton & Austin 2001:324-325).

Es por ello que resulta relevante distinguir entre el desinterés en las actividades del gobierno y el desinterés en el contenido de los medios, pues se ha comprobado que cuando existen ciudadanos que se encuentran incluso disgustados con el gobierno, pueden recurrir a fuentes de información que les impulsen a emprender acciones para realizar un cambio, mientras que quienes se encuentran desencantados con la cobertura de los medios presentan condiciones más propicias para permanecer desinformados e incluso apáticos (Pinkleton, Austin & Fortman 1998:46).

La confianza en los medios "varía respecto a cada circunstancia y segmento de la audiencia, de modo que algunos tomarán como válidas a algunas fuentes para ciertos tipos temas y otras

fuentes para otros tipos de intereses" (Fry and McCain's 1983:542). Las críticas respecto a la difusión de información incompleta resultan menos perjudiciales e incluso pueden incentivar un escepticismo saludable en los medios, en lugar de desinterés (Pinkleton & Austin 2002:146).

En la medida en que los individuos se involucran con alguna temática próxima a su vida diaria, seleccionan con mayor precisión sus medios de comunicación de referencia, omitiendo aquellos canales que no cumplen con sus expectativas y eligiendo aquellos que sirven mejor a sus necesidades informativas particulares.

3.4) Involucramiento situacional: la salida de la espiral del desinterés

Apuntalando este argumento, otros estudios de campo han demostrado que cuanto más se percibe un problema relevante e interesante, se incrementará la demanda de información y el consumo de medios de comunicación. La teoría social-cognitiva postula que la participación de un individuo en relación a una casusa particular se incrementa con el tiempo a través de las experiencias positivas de carácter personal, ya que se relaciona con mayores percepciones de auto-eficacia (interna) (Kushin & Yamamoto 2010:610).

La comprensión de los fenómenos sociales motiva a la participación de los ciudadanos. La avidez informativa rompe la secuencia de la espiral del desinterés y devuelve a los ciudadanos la inquietud por tratar de entender las relaciones y normas no escritas que explican la dinámica de su entorno con el fin de estructurar nuevas demandas a los gobernantes con mayor fundamentación para ser consideradas, como se ilustra en el esquema 7



Selección propia de variables 2012
Elaboración propia

El interés informativo, la diversificación de fuentes y la posibilidad de establecer nuevos horizontes de participación se encuentran condicionados a que a lo largo de este proceso se desarrolle un compromiso con una causa muy particular. Las observaciones previas demuestran que las percepciones de eficacia se encuentran fundamentadas en situaciones y casos específicos en los que se requirió una respuesta particularizada (ley, política pública, resolución) por parte de la autoridad competente (Wollman & Strouder 1991:557).

A este respecto, Antonio Martínez Velázquez refiere que el tan criticado “activismo de sillón” que ejercen algunos usuarios de redes sociales cuando dan retuit o indican que algún contenido les gusta en Facebook, representan acciones que contribuyen de manera sustantiva en la formación y consolidación de actitudes políticas en la población.

Martínez refiere que previo al clic resulta indispensable comprometerse con realizar una labor reflexiva (por más mínima que sea) y disposición para compartir contenidos con familiares o amigos del primer círculo de interacción. El fenómeno cuenta con un efecto multiplicador de la discusión que se trasporta a interacciones presenciales en las que es posible alentar a otros a buscar más información y formarse un criterio propio.

Se ha documentado asimismo que en un contexto político, la participación cívica respecto a situaciones o eventos específicos constituye un punto de partida para que los individuos documenten sus argumentos, adquieran mayor conocimiento político y definan sus orientaciones políticas futuras (como su intención de voto).

Por esta razón, las percepciones de eficacia política en relación a temáticas en las que es posible buscar información y estructurar demandas puede extenderse a otras conductas y situaciones particulares, en la medida en que las experiencias futuras compartan características fundamentales y requieren de habilidades y funciones similares (Maddux 1995: 8–9).

A finales de 2010 y principios de 2011, esto fue lo que lo ocurrió a Gonzalo Ibarra (@YoNoFui), quien en entrevista para la presente investigación, revela que a partir de su discusión con amistades personales y el involucramiento inicial en proyectos de desarrollo urbano, comenzó a interesarse en las demostraciones de indignación en España alrededor del desempleo y se sintió motivado para impulsar que en México la iniciativa de reforma política se discutiera en el Congreso, adoptando tácticas de las manifestaciones ocurridas en el viejo continente.

Decidió promover desde su cuenta personal y con sus amigos, la etiqueta de tendencia (hashtag) #ReformaPolíticaYa y al encontrar eco en personas que no lo conocían decidió coordinarse con otros grupos para realizar el capítulo #OccupySanLázaro²⁸, una iniciativa inédita, dada su convocatoria a través de redes sociales y su política de no afectar a terceros.

Esta distintividad personal le permitió interactuar con legisladores y transmitirles el contenido de las reformas que él y sus ciber compañeros consideraban prioritarias. Gonzalo refiere que actuó por iniciativa propia porque percibió una necesidad y urgencia de manifestarse en torno a este tema que estaría por definir el contenido de la democracia en nuestro país que tanto había discutido con compañeros tan interesados como él en este tema. Destaca además que fue capaz de organizar estas actividades sin sacrificar su empleo y las tareas que tendría encomendadas en el mismo.

Existen entonces motivos para inducir que el cinismo político puede funcionar como un revulsivo a los ánimos de participación en las personas, ya que el escepticismo alienta la búsqueda de información encaminada a evidenciar a quien produce desconfianza, de esta manera los ciudadanos que no reciben información en profundidad, consultan nuevas fuentes.

Con el fin de evaluar qué tan determinante resulta el uso de los medios de comunicación en la desafección o el involucramiento ciudadano, las investigaciones consultadas sugieren que se interrogue a los sujetos de una muestra alrededor de temáticas de interés público específicas que puedan ser percibidas como una amenaza inminente a su estilo de vida (como la actitud personal respecto a la violencia derivada por la lucha contra el narcotráfico y el crimen organizado en nuestro país) y se consulte qué tan satisfactoria ha resultado su experiencia informativa en los canales que consulta habitualmente (calificación del desempeño de los medios de comunicación) (Pinkleton & Austin 2002:146)

En diversos sondeos de opinión el uso de Internet ha presentado relaciones positivas y estadísticamente significativas con los resultados políticos (outputs) de los ciudadanos, incluyendo la participación situacional en la política, la percepción de eficacia política y el conocimiento político, pues las redes sociales y los blogs han constituido un espacio expresivo en el que se estimula el intercambio de opiniones y la discusión abierta que son algunas de las características por las que este canal informativo se ha distinguido (Kushin & Yamamoto 2010:614).

La reputación e incentivos informativos de estos foros varían continuamente y se encuentran supeditados al actuar de sus participantes, ya que en la medida que se involucren personas con mayor preparación, se estimula una comprensión más profunda de los matices del proceso político,

²⁸ Para conocer más sobre esta iniciativa en particular consulte: <http://www.sinembargo.mx/27-10-2011/64099>

proporcionando herramientas para ver más allá de la cobertura política inmediata. Con ello, Internet como medio interactivo, es una tecnología que generalmente evita quedar atrapados en el ciclo de malestar respecto a los medios y por el contrario llega a asociarse con el rechazo hacia los canales tradicionales y el comportamiento de las audiencias masivas (Pinkleton & Austin 2002:160)

Estas mismas investigaciones han concluido que los individuos informativamente insatisfechos que presentan alta percepción de eficacia política interna, estarán más determinados a impulsar cambios o conseguir información pertinente, mientras que los individuos con menor percepción de eficacia interna renuncian con mayor frecuencia a estos esfuerzos colectivos. (Pinkleton & Austin 2001:325).

Quienes perciben que son capaces de comprender su contexto político y dar a conocer su opinión independientemente de si sus autoridades corresponden o proporcionan una respuesta favorable a sus demandas, presentan altas tasas de participación en la promoción de causas particulares aunque no pertenezcan a una asociación civil formal. En esta lógica las personas pueden por ejemplo, estar a favor de una cobertura informativa equilibrada y transparente en los medios de comunicación, sin identificarse con un partido político o una coalición electoral.

Por ello varios estudiosos coinciden en que la combinación entre un alto sentido de percepción de eficacia política y una baja confianza política resulta la fórmula óptima para el involucramiento ciudadano situacional y la eventual movilización a favor de una causa; pues significa que se está difundiendo una convicción de que influir en el sistema de representación no sólo es posible, sino necesario (Gamson, 1968:48). Éste convicción es el corazón de la ciudadanía monitoreal.

Es conveniente resaltar en este punto que quienes respaldan la normalización o la idea de que Internet sólo es capaz de reforzar los vínculos de un grupo limitado de usuarios que conversa sus temas de interés, y difícilmente alcanza a influir en la opinión y los hábitos de consumo mediáticos de personas externas a su primer círculo de conocidos, regularmente toman en cuenta patrones generales de uso de Internet, mientras que quienes respaldan la movilización y el involucramiento de nuevos actores, a menudo toman como referencia el uso específico de páginas y herramientas dentro de Internet con el objeto de tomar parte en acciones coordinadas para producir algún resultado particular en un lapso de tiempo determinado (Hirzalla, van Zoonen & de Ridder 2011:1).

José Merino explica que en la experiencia de movimientos como #ReformaPolíticaYa resulta al menos anecdótico pero significativo el que los políticos con cuenta en Twitter, e incluso quienes no tienen y aparecieron como tema de tendencia en la plataforma con comentarios negativos y exigencias directas de la ciudadanía tienden a modificar algunos de sus posiciones,

comportamientos y disponibilidad respecto a temáticas, pues manifiestan que no pueden ignorar las demandas ciudadanas en esta red.

En opinión del propio Merino, a pesar de que legisladores y funcionarios públicos podrían no atender a un grupo de personas quejándose de su desempeño, como lo hacen con diversa variedad de manifestantes, el interés que despiertan las consignas en Twitter revela el temor de que estos contenidos negativos puedan ser reproducidos en medios masivos de comunicación, minando la imagen pública de estos políticos. Lamenta, en coincidencia con Elia Baltazar, que los medios y posiblemente los propios usuarios aún no logren dimensionar, las capacidades deliberativas de la plataforma y lo que aparezca en los diarios sea reducido a declaraciones estridentes y opiniones coloridas.

Merino añade sin embargo que Twitter resulta valioso para las movilizaciones sociales al menos en dos aspectos relevantes, en primer lugar porque formaliza los objetivos que persigue un grupo social y en segundo lugar facilita la vinculación de estos intereses con nodos coincidentes dentro de la misma plataforma que comparten entusiasmo (o compromiso con una causa) y localización geográfica, por lo que fomenta condiciones idóneas para movilizar recursos particulares en beneficio colectivo.

Las dinámicas promovidas dentro de la plataforma poseen además la capacidad de atraer la atención de los medios y eventualmente de los tomadores de decisiones, quienes buscan consultar a quienes tienen visibilidad pública y se suman a los intereses políticamente rentables con el electorado. Resalta además que en Twitter es posible integrar una agenda pública a la vista de todos y que no discrimina (en principio) entre los participantes, sino que de alguna manera va otorgando mayor espacio a quien produce mejores contenidos, y se apropia de los temas, aunque regularmente se trata de personas con una larga trayectoria en asociaciones civiles y la promoción de causas particulares.

Es por esta razón que resulta indispensable continuar con investigaciones respecto al uso particularizado de Twitter para promover causas sociales, pues los elementos y las evidencias con las que se cuenta hasta este momento no permiten definir sus alcances y posibilidades de incidencia en la vida pública, sin embargo nos revelan tendencias y comportamientos políticos segmentados y dignos de ser estudiados a profundidad. A este respecto, es posible delinear que el perfil socio-demográfico, las expectativas alrededor de la producción de contenidos y las interacciones que se fomentan con los semejantes son factores que determinan la continuidad e intensidad del uso de las plataformas de microblogging como Twitter.

3.5) Utilidad atribuible a Twitter y algunos hallazgos de la deliberación hipermediada

En años recientes, Ancu y Cozma (2009) procuraron identificar las motivaciones subyacentes para que los jóvenes norteamericanos comentaran a través de las redes sociales la campaña para la presidencia en Estados Unidos en 2008, y encontraron que los usuarios simplemente lo hacían por el deseo de incrementar su interacción social (Hanson et al 2010:589).

Otras observaciones han concluido que las gratificaciones respecto a la producción y el consumo de contenidos políticos pueden agruparse en tres constructos: razones de utilidad política, como en el refuerzo o la dirección voto en una elección de estrecho margen; la vigilancia para mantenerse al día con los temas de la agenda pública; y la emoción de tener nociones sobre cuál de las partes en un conflicto lleva ventaja.

Respecto de estas razones, también se ha identificado que la vigilancia de temas para mantenerse al día es una de las motivaciones más constantes en el tiempo (McLeod y Becker 1974), pues resulta un aspecto dominante para la búsqueda de información política (Weaver Lariscy et al 2011:751), toda vez que las personas se perciben a sí mismas más audaces e informadas cuando entienden qué factores están determinando que un partido o coalición esté tomando la delantera entre la opinión pública.

Este rasgo parece reforzar también el que la principal motivación subyacente no es en principio emprender acciones particulares al respecto de la vida pública, sino propiamente mantener un tema de conversación con otras personas. A este respecto, Patricia Moy reitera que la demanda mediática de las personas depende mayormente de “la confianza en los medios, el uso de sus contenidos, los niveles de atención que se les presta y la gratificación o satisfacción personal que producen” (Moy et, al 2005:61).

Redondeando este argumento, muchas investigaciones de los últimos años coinciden en que los denominados medios sociales de información como Twitter, despiertan una mayor atención de sus usuarios, pues al nutrirse de contenidos espontáneos y renovarse a una velocidad el beneficio más concreto que producen es que “pueden encontrarse ideas y opiniones que no se encuentran adecuadamente representadas en los medios tradicionales” (Kushin & Yamamoto 2010:614 y 615).

Se ha insistido en que dentro el círculo virtuoso del involucramiento cívico a través de herramientas digitales, prestar atención a las noticias presenta una relación estadísticamente significativa sobre el interés político, el conocimiento y la percepción de eficacia política, mientras que la sola exposición a un medio, tiende a afectar negativamente el desarrollo de capital social e involucramiento ciudadano (Rojas 2006:113).

Algunos estudios pioneros sobre los efectos de Twitter en la dinámica cívica han encontrado que las tácticas tradicionales de protesta o participación cívica que se han probado en el pasado, como asistir a un debate o poner un cartel en el patio delantero, podrían dejar de ser relevantes en el futuro (Weaver Lariscy et al 2011:760) debido a que la copresencia para realizar una demostración pública se vuelve cada vez menos relevante pues las posiciones políticas empiezan a volverse relevantes en los perfiles de los servicios de red social. Éste es un fenómeno que sólo el comportamiento sostenido de los ciudadanos nos podrá demostrar en las próximas décadas, aunque lo más probable es que las concentraciones masivas no dejarán de ocurrir, pues a pesar de todas las tecnologías continúan siendo un fenómeno político recurrente.

Las redes sociales en general y Twitter en lo particular constituyen una fuente del citado capital puente para las generaciones jóvenes (Vercellotti & Matto 2009:3). En sentido opuesto a las primeras aproximaciones de Putnam respecto a los servicios de red social constituyen un erosionador del capital social al fomentar una interacción vacua y exclusivamente hipermediada, las evidencias demuestran que la dinámica interactiva en estos sitios consiste sobre todo en producir y consumir contenidos informativos que pueden ser mutuamente desafiados y a partir de los cuales es posible encontrar vínculos de interés y eventualmente a partir de experiencias compartidas desarrollar relaciones de confianza.

Complementando a los servicios de red social, otros estudios han concluido que los medios masivos de comunicación constituyen la principal fuente de información política para los jóvenes, de modo que la televisión, los portales informativos y el radio constituyen las herramientas dominantes para el aprendizaje de información política.

En este sentido es posible describir que los adolescentes utilizan los medios de comunicación como fuente de entretenimiento, formación de la identidad, de alta sensibilidad, y para sobrellevar situaciones específicas de la vida cotidiana, así como para la identificación de la cultura juvenil (Hoffman & Thomson 2009: 5 y 6)

Los estudios más recientes sin embargo, documentan que entre la principales funciones de los sitios de red social virtual destacan el que producen la sensación de que proporcionan beneficios que se atribuían exclusivamente a la comunicación interpersonal cara a cara; como por ejemplo, la conformación de comunidades, el mantenimiento de la amistad, la interacción social, y el desarrollo de las identidades personales y relaciones en línea (Hanson et al 2010:587)

Políticamente este espacio ha permitido que a través de las redes sociales efectivamente se estimule un interés colectivo en la política, se exponga a los ciudadanos a las élites de

movilización, además de ayudar a la gente a aprender cómo presentar sus demandas a sus autoridades. Más recientemente, los estudiosos han encontrado que las redes sociales son una forma rápida de difundir información (Gibson, 2001).

En este frente, los líderes dentro y fuera del gobierno se han percatado de la necesidad de ser más proactivos en su acercamiento al público y han comenzado a actualizar e incluso tomar la iniciativa en la interacción digital e hipermediada con sus gobernados. Han movilizado a cientos y miles de ciudadanos a participar en la toma de decisiones y resolución de problemas.

Con el fin de involucrar a un número grande y diverso de personas han empleado también técnicas preventivas y dirigidas a redes de reclutamiento. En este sentido, el parámetro de medición y la nueva norma de oro para comprender las dimensiones de una movilización, ya no consiste en tomar en cuenta al número de personas a las que pueden movilizar, sino por la cantidad de tiempo que se les puede mantener movilizados (Leighninger, M. 2011:21)

En la comunidad de La Plata en Argentina, por ejemplo “los ciudadanos pueden emitir su voto a través de ejercicios municipales de presupuestación participativos en los que se utilizan teléfonos celulares. El proceso, que también incluye reuniones masivas en foros públicos presenciales, ha dado como resultado que en las deliberaciones públicas participe un total de 92 mil personas en los últimos tres años” (Leighninger, M. 2011:23 y 27).

En países como en Holanda, se han desarrollado por ejemplo, aplicaciones para las computadoras personas o los dispositivos móviles que “invitan a los cibernautas a responder a treinta preguntas sobre sus preferencias políticas y luego identifican una orientación política respecto a las plataformas y los valores de sus partidos locales, en función de las respuestas otorgadas”.

La aplicación denominada VoteMatch se puso en línea en 1998, y desde entonces parece ser uno de los sitios web más influyentes en época de elecciones. Más de 3,5 millones de usuarios de Internet lo consultaron durante las elecciones holandesas de 2006 lo que representa “un alto volumen para un país con 12 millones de votantes” (Hirzalla, van Zoonen & de Ridder 2011:2)

En el contexto de estos desarrollos tecnológicos de deliberación hipermediada, Twitter parece favorecer la interactividad al instante, motiva la discusión de temas y por ello parece despertar el interés de sus usuarios por conocer más información, hacerse de nuevas fuentes y volver para consolidar relaciones sustanciadas en la propia conversación.

Aunque esta dinámica no es absolutamente lineal, ni concluyente, se han presentado evidencias que demuestran que se desarrollan más sentimientos de eficacia interna en el uso de la

plataforma, que parecen compensar incluso el desencanto respecto del sistema de representación y la desarticulada respuesta de las autoridades a las demandas ciudadanas.

En consistencia con otras investigaciones, la retribución del acompañamiento sugiere que existe una razón social utilitaria para el uso de los medios de comunicación en general y de la información política en concreto (Hanson et al 2010:601). Se infiere por tanto que la incorporación de nuevas tecnologías y el uso de aplicaciones de identificación de preferencias políticas para reducir costos cognitivos continuará creciendo particularmente entre los jóvenes de escasos recursos (Hirzalla, van Zoonen & de Ridder 2011:12).

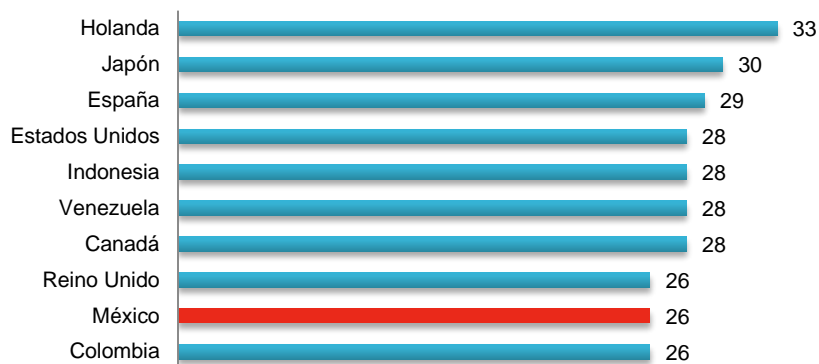
3.6) La caracterización de Twitter en México

El crecimiento exponencial en el número de usuarios de Twitter en México durante los últimos cuatro años se encuentra relacionado en parte con el interés que despierta el “seguir” a figuras públicas de distinta procedencia o conocer sobre hechos sociales de alta trascendencia. Consecuentemente se han identificado altas tasas crecimiento en el número de cuentas relacionadas con el desarrollo de episodios violentos en distintas ciudades, que han despertado interés entre los habitantes de Monterrey (con 17% de los usuarios) o Tijuana (con uno%).

Geográficamente la mayor concentración de tuiteros en México continúa situándose en el Distrito Federal, que tiene registrado al 60% del padrón del sitio web, seguido de Monterrey con 17%, y Guadalajara con el 10%, aunque no se descarta que el origen que se reporta en comparación la ubicación desde la cual se envían los mensajes pueda variar ligeramente (Ramírez 2011). Consulta Mitofsky revela que el 75.8% de los usuarios de Twitter se encuentran localizados en domicilios urbanos, mientras que sólo un 24.2% fueron localizados en regiones rurales (Mitofsky 2012).

En lo referente a la producción de contenidos en Twitter, Semiocast reveló que entre septiembre y noviembre de 2011, México se ubicó en el noveno sitio, toda vez que sólo un 26% de las cuentas registradas realizaron al menos una publicación. Este indicador de producción de contenidos por debajo de países con otros países hispano parlantes con un menor volumen de cuentas registradas como España y Venezuela, como puede apreciarse en el gráfico 5 que se presenta a continuación.

Gráfico 5: Países con cuentas más activas en Twitter en 2011
Cuentas con al menos una publicación entre el 01-09-2011 y el 30-11-2011



Fuente: Los usuarios de Holanda los más activos en Twitter
Investigación: Semiocast 2012

Conviene sin embargo tomar en consideración que durante el mes en el que se realizó este muestreo se reactivó el movimiento de los indignados en España, quienes convocarán a manifestaciones en más de 60 ciudades en ese mes (Galarraga 2011) mientras que en el caso de Venezuela, estaría próximo el fin del plazo para registrar a los candidatos de oposición para los comicios de febrero de 2012 (Reuters 2011).

Por su parte, Holanda que aparece como el número uno, es también de acuerdo con ComScore el país con la mayor penetración de esta red social, toda vez que el 26.8% de las personas mayores de 15 años y con acceso a Internet poseen una cuenta en Twitter (ComScore 2011), por ello tampoco parece casual que las aplicaciones de uso político en elecciones y descritas en el apartado anterior hayan aparecido en aquel país.

A pesar de los diversos episodios y motivaciones ciudadanas que incrementaron el número de personas inscritas en Twitter, resulta revelador que el 87% de los usuarios en México se reporten mayoritariamente lectores, de modo que prácticamente no publican, y sólo registran un promedio a penas cercano a una publicación diaria. Ello equivale a decir que sólo 13% de los tuiteros mexicanos alimentan esta red (Mente Digital 2011) y entre ellos los principales generadores de contenidos fueron los medios de comunicación masiva.

En términos de hipervinculación y convergencia digital, el balance hasta 2011 revelaba que en México uno de cada 12 mensajes de Twitter incluye un redireccionamiento a otro mensaje o la agrupación con otra serie de publicaciones correspondientes a la misma categoría a través del uso de *hashtags* (#).

En lo referente a las variaciones del volumen de usuarios por semana, los martes se concentra el mayor tráfico de mexicanos en Twitter, seguido de los miércoles y jueves; mientras que los horarios de mayor actividad se registran entre las 10:00 y las 13:00 hrs y las 16:00 y las 19:00 (Mente Digital 2011).

Consulta Mitofsky revela que el rango de edad en el que predomina el uso de Twitter en México son los jóvenes entre 18 y 29 años, quienes representan el 59.9% de los usuarios en el territorio nacional, mientras que los adultos entre 30 y 49 años se ubican en segundo sitio, representando 35.3% del volumen total, y las personas mayores de 50 años, sólo constituyen un 4.8% (Mitofsky 2011).

Esta tendencia refrenda las primeras conclusiones obtenidas en las investigaciones elaboradas por la AMIPCI y el WIP en colaboración con el ITESM, así como por Mente Digital quienes habían coincidido en que el rango de edad con mayor concentración de usuarios de Twitter en México se ubica entre los 24 a 36 años (Ramírez 2011). Mitofsky refrenda en el resumen de su investigación que la mayor penetración de esta red social se presenta en jóvenes, personas escolarizadas y en niveles socioeconómicos altos.

Los resultados exhiben que el 69% de los usuarios de Twitter en México cuentan al menos con educación media, mientras que 24.4% con estudios universitarios o posgrado, y sólo un 6.5% manifiesta contar con instrucción básica. Por su parte el 42% corresponde a niveles socioeconómicos A/B/C+ mientras que 51.5% se ubican en CD+ y únicamente un 6.3% corresponde al D/E (Mitofsky 2011).

En términos de composición socio-demográfica, Ana Francisca Vega y José Merino, intuyen que quienes iniciaron la discusión de temáticas de causas sociales con corte activista, correspondieron regularmente en nuestro país a “personas que cuentan con preparación académica, son consumidores omnívoros de información y cuentan con acceso constante a Internet (2011:16).

Aunque resulta muy complicado recabar las evidencias suficientes para respaldar esta afirmación, sin embargo otras movilizaciones colectivas comenzaron con la “transportación” de una demanda ciudadana o una expresión de indignación respecto a otros eventos específicos de interés comunitario. En entrevista para la presente investigación José Merino reconoce que 2010 fue un año particularmente activo en términos de participación ciudadana.

3.7) Otros episodios de vinculación ciudadana y crecimiento de Twitter en México

El Movimiento Ciudadano por la Justicia Cinco de Junio se origina con el propósito de evitar que se produzca una tragedia humana similar a la ocurrida en esa fecha (2009) en la guardería ABC en Hermosillo, en la que 49 menores perdieron la vida y otros 70 resultaron gravemente heridos. Entre las demandas de esta agrupación se encuentra también la solicitud de que los afectados reciban servicios de salud pública gratuitos de manera vitalicia. Promovieron asimismo la difusión del proyecto de “Ley General de Estancias Infantiles”, conocido también como “Ley Cinco de Junio” (Animal Político 2011).

Un año después de este siniestro, los deudos y otros miembros de la sociedad civil identificados con la causa, hicieron el llamado a una vigilia de 12 horas continuas en las escalinatas del monumento a la independencia con el fin de recordar a las víctimas y exigir justicia. Fuentes periodísticas refieren que un centenar de personas participaron en esta manifestación, mientras que los discursos de reclamos políticos los encabezó en otro acto el coordinador de la bancada perredista en la Cámara de Diputados, Alejandro Encinas en la delegación Coyoacán (Animal político 2010).

Durante varios meses consecutivos los usuarios participantes en las protestas por la #GuarderíaABC y los usuarios pertenecientes al movimiento @CincodeJunio, el día 5 de cada mes a las 18:00 “guardan silencio” en memoria de los menores difuntos, absteniéndose de realizar publicaciones en la plataforma por espacio de 49 minutos, mientras “observan” que Daniel Gershenson (@alconsumidor), realiza un pase de lista simbólico de las víctimas agregando la leyenda “no debió morir”, las etiquetas (o hashtags) que fueron promovidas en la plataforma con este motivo fueron #twittsilencio, #JUSTICIAABC y #49minutos49peques (Beyliss 2010). Aunque de adherentes y observantes de este ritual ha disminuido con el tiempo, no deja de llamar la atención de quienes se encuentran aún con este fenómeno de activación coordinada.

Otro interesante capítulo de activación entre los cibernautas en general y tuiteros a principios de 2010, se presentó a partir de la séptima ronda de negociación internacional del Acuerdo Comercial Anti-Falsificación (ACTA por sus siglas en inglés) que se llevó a cabo en México en enero de 2010. En términos generales ACTA se trata de una propuesta para alcanzar un marco legal de referencia sobre transacciones comerciales y mercantiles a fin de responder al incremento de los bienes falsificados y obras protegidas por derechos de autor (*copyright*) víctimas de tráfico ilegal que evade el pago de regalías en el mercado global (Morales 2012).

El punto controversial para los usuarios de Internet es que ACTA prohíbe la distribución de obras a través de Internet. El acuerdo prevé que los prestadores de servicio de Internet sean responsables

de analizar los documentos que envían sus usuarios con la intención de establecer un filtro y vigilar con ello que se abstengan de compartir contenidos que poseen registro de derechos de autor (Youtube 2012).

Las reuniones celebradas en torno a esta iniciativa atrajeron la atención pública debido a la secrecía y el hermetismo con la que se llevaron a cabo, pues a pesar de que diversos representantes de los medios procuraron documentar los aspectos relevantes sobre estas reuniones no obtuvieron acceso a las discusiones o los documentos que fueron abordados, una cuestión que valió la crítica de la organización internacional de vigilancia al ejercicio periodístico.

La organización Reporteros sin Fronteras manifestaron a través de un comunicado: “El Parlamento Europeo ni siquiera tuvo acceso a los documentos. Lamentamos mucho que estos encuentros, que pueden tener fuertes incidencias sobre una libertad fundamental tal como la libertad de expresión, se mantengan al margen del debate democrático. Esta exigencia de transparencia en la materia no se puede negociar ni tampoco someter a unos imperativos económicos” y enfatizaron que el establecimiento de un filtro automático representa una limitación de la libertad de expresión, que, sin intervención de un juez, es ilegal (Estrada Cortés 2010). Durante los días de esta discusión en las cámaras en diferentes momentos ACTA se mantuvo como uno de los temas de tendencia más recurrentes de 2010 y registró igualmente una importante difusión de sus videos explicativos vía Youtube.

En octubre del mismo 2010, el grupo de personas que ha estado participando en los foros de debate sobre esta iniciativa, manifestó su beneplácito respecto al punto de acuerdo que fue promovido por el Senador Carlos Sotelo, a través del cual los legisladores exhortaron al gobierno federal a retirarse del Acuerdo, fundamentando esta solicitud en la alta opacidad del proceso y el subsecuente desconocimiento sobre el contenido que se está negociando (Flores 2010a).

A pesar de la recomendación del Senado de retirarse de las negociaciones queda por ver cómo actúan los órganos que han participado en los foros internacionales y si el Ejecutivo está dispuesto a ceder en este tema durante lo que queda de su administración, toda vez que el embajador de México en Japón, país depositario del tratado en 2012 firmara su adhesión, presuntamente como una concesión a cambio de incorporarse al Tratado de Libre Comercio Transpacífico (TPP por sus siglas en inglés) (Yuste 2012; Ultra noticias 2012)

Karla Garduño Morán, periodista de Grupo Reforma, describe y documenta otro de los ejemplos más recientes y paradigmáticos acerca de los alcances de las redes sociales en los entornos urbanos, en su crónica sobre la #Wikibanqueta, nos explica cómo uno de los intereses más específicos de una comunidad alcanzó tan alta popularidad de menciones dentro de Twitter.

Nos detalla que el 23 de marzo de 2011 cerca de las 12 del día, Eduardo Morales (@inversible), denunció que una banqueta que días antes habría sido simulada o pintada sobre Av. de los Poetas (Santa Fe) a iniciativa de 25 ciudadanos, estaba siendo borrada, documentó el evento mediante fotografías y a pesar de sólo tener 47 seguidores en su red personal, logró que 10 minutos después su “denuncia” fuera retuiteada por académicos y periodistas que en conjunto superan los 38 mil seguidores, acumulando con ello más de 200 comentarios de 100 diferentes individuos, entre los cuales se hacía eco (más retuits) de las críticas del grupo activistas que habrían tenido la iniciativa de pintar banquetas en vías que ignoran a los peatones. El Secretario de Obras del DF, Fernando Aboitiz, respondería que de su oficina no habría salido la instrucción de eliminar los trazos y se comprometería a habilitar estos corredores (Garduño Morán 2011).

Garduño Morán a través de su artículo ilustra cómo ciudadanos reunidos en el colectivo “Camina, Haz Ciudad” fueron capaces de obtener la atención y el compromiso de las autoridades sin siquiera salir a la calle y nos presenta un interesante resumen, testimonios y síntesis de los diferentes perfiles de liderazgo que han emergido alrededor de distintas temáticas y que han aprovechado como foro de reclutamiento a las redes sociales y a Twitter en lo particular.

En el otro extremo de la colaboración ciudadana en red, a principios del 2010, algunos legisladores de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, externaron en tribuna su preocupación respecto al uso de Twitter como medio para difundir las ubicaciones de los operativos de la policía para prevenir la circulación de conductores que ingieren bebidas embriagantes, comúnmente conocidos como alcoholímetros.

Por medio de la cuenta @AntiAA_DF los usuarios procuran compartir información sobre los puntos de revisión para con ello sortear los controles y transitar por las calles tras haber bebido, este método colaborativo de evasión, fue objeto de varias amenazas de reglamentación y sanción para quienes lo utilizaran para obstruir la actuación policiaca; el entonces director de Programas Preventivos Institucionales de la SSPDF, Othón Sánchez Cruz, encabezó esta campaña obteniendo paupérrimos resultados políticos y prácticos, desatando en contraparte otra campaña de críticas entre los blogs y medios dedicados al desarrollo de redes sociales en México (Martínez 2010).

Entre otras temáticas que procuraron promoverse dentro de Twitter sin lograr ubicarse entre las temáticas de tendencia pero que atrajeron la atención de ciertos medios masivos se encuentra el Aventón Ciudadano convocado por la Asamblea Nacional Ciudadana (ANCA). En este ejercicio diferentes ciudadanos elaboraron propuestas en torno a la inclusión de plebiscitos, referéndum,

revocación de mandato, candidaturas independientes, eliminación de fueros y la relección legislativa, a fin de fortalecer la vigilancia ciudadana del ejercicio público de las autoridades locales.

La agrupación designó voceros para promover estas causas y darlas a conocer a la población exponiéndolas en diversas plazas públicas, de manera que realizaron una ruta de regreso a la ciudad de México partiendo desde Tijuana, Monterrey, Comitán y Cancún agregando como ingrediente de colaboración ciudadana el pedir aventón para volver (Torres 2010).

La iniciativa de 500 sobre 500 de la organización social Dejemos de Hacernos Pendejos, encabezada por Maite Azuela corrió con una suerte similar, al no obtener a 500 ciudadanos comprometidos a dar seguimiento personal y periódico a los integrantes de la cámara de diputados, a fin de fortalecer la rendición directa de cuentas a un grupo de ciudadanos independientes y sin afiliación política, partidista e ideológica, en una agenda de temas previamente concertado que fomentaba la colaboración y vigilancia cívica.

En entrevista para la presente investigación, Maite Azuela intuye que la tasa de abandono de estas iniciativas se deben a que la sociedad está poco habituada a realizar esfuerzos de seguimiento y escrutinio de sus gobernantes. Comenta que desafortunadamente aunque a muchos les parece loable el contactar a sus representantes y exigirles cuentas periódicamente, a grado tal que llegan a enrolarse en estos grupos, es muy difícil sostener el interés y el esfuerzo que implica dedicar tiempo a informarse, comprender un problema público, el actuar del representante y solicitarle un comportamiento particular. En su experiencia, la madurez de la democracia da como resultado “una ciudadanía que requiere que les des la información en papilla” de manera que pueda activarse en consecuencia.

Desde su punto vista, parte de lo que hace falta a nuestra sociedad es primero responsabilizarse por las acciones personales en las que se incumple con la civilidad cotidiana, su más reciente propuesta cívica: Mi trabajo es México, promueve la adopción de compromisos personales, su publicación y la rendición de cuentas periódicas entre ciudadanos afectos a las redes sociales.

Considera que lo más importante de este ejercicio es desarrollar un sentido de lo público, como una dimensión en la que todos los involucrados tienen capacidad de incidir. Asegura que en la medida que los individuos son capaces de percibirse a si mismos como propietarios y responsables de los asuntos públicos, es posible que comprendan la importancia de la información, se apropien de ella y la empleen para influir en otros.

A pesar de tener varios ejemplos de activación de la discusión política dentro de esta plataforma de red social sobre los que podría ahondar, lo relevante de esta sección es ejemplificar de qué

manera los denominados pioneros (*early adopters*) de Twitter han sido capaces de aprovechar sus conocimientos en el posicionamiento de temas públicos en la agenda, atrayendo progresivamente la atención de una ciudadanía que sabe cómo reaccionar y comprometerse con cuestiones de las que depende su propia seguridad y posible horizonte de desarrollo.

En las siguientes páginas procuraré ilustrar mediante los resultados del sondeo la confluencia entre la promoción de intereses de las asociaciones cívicas tradicionales y el surgimiento de una ciudadanía monitoreal, dispuesta a invertir tiempo y recursos en generar bienes de utilidad pública y reforzar el régimen de libertades y garantías sustantiva de la democracia en México

Conclusiones preliminares:

Las investigaciones previas documentan que los usuarios de Internet mientras más focalizados tienen sus intereses presentan una mayor disposición y orientación a identificar información relevante para nutrir sus convicciones personales y cursos de acción política. Es previsible que una inquietud política conduzca a la consulta de fuentes informativas, consecuentemente el conocimiento político se refuerce y se presenten más altos índices de participación en la vida pública, pues los individuos quedan convencidos de que comprenden la política y pueden participar en ella.

A pesar de que esta secuencia de eventos se ha confirmado a través de distintas investigaciones, cuando las autoridades civiles no responden diligentemente a las demandas de sus ciudadanos o cuando ignoran sus solicitudes, resulta indispensable promover la persistencia en los hábitos informativos y la deliberación entre los sujetos interesados en incidir en la esfera pública, de modo que pueda superarse el desaliento de invertir tiempo y recursos en atraer la atención de la autoridad obteniendo resultados pobres o nulos.

La adecuada selección de causas y medios para promover los asuntos de interés colectivo han resultado determinantes en el éxito de las movilizaciones ciudadanas convocadas por medio de Twitter, como se ha argumentado en este capítulo, sus usuarios son predominantemente individuos jóvenes, instruidos e interesados más en el entretenimiento y la socialización que en utilizar las redes sociales como fuentes informativas.

La exposición a temáticas de contenido social puede atraer la atención de los usuarios en la medida que presenta los eventos de forma lúdica, creativa o es capaz de implicar el contexto inmediato o el estilo de vida de los receptores de un mensaje. Tragedias como el incendio de la guardería ABC, legislaciones que gravan Internet o acuerdos internacionales que facultan a los proveedores de Internet a vigilar el intercambio de información entre particulares se relacionan con

la vida cotidiana de una alta proporción de usuarios de Twitter. Reclutar a 500 mexicanos que vigilen la actuación de sus legisladores y produzcan colectivamente un sistema de indicadores de desempeño es una labor que requiere mayor creatividad e incentivos para sostener este compromiso en el tiempo.

Las evidencias narrativas y cualitativas presentadas permiten considerar que la riqueza deliberativa y asociativa de la plataforma es mucho más relevante de lo que pudo haberse esperado en principio, no sólo porque contribuye de manera importante en fomentar la atención a los contenidos de los medios de comunicación, sino porque alienta también el que las personas se vinculen entre sí y aprendan nuevos métodos para difundir sus causas entre sus conciudadanos.

La socialización de la información con otros presenta consistentemente una relación estadística significativa con el desarrollo de confianza en los grupos de interés, así como con el involucramiento sostenido de los ciudadanos en la vida pública. Aun cuando los gobernantes desestiman las demandas de una persona ordinaria, recibir el respaldo y las palabras de aliento de una persona que coincide con las perspectivas propias e incluso quienes las desafían, propician que las temáticas de interés o sean abandonadas.

Referencias bibliográficas:

Aarts, K., & Semetko, H. A. (2003). "The Divided Electorate: Media Use and Political Involvement. *Journal Of Politics*", 65(3), 759-784. doi:10.1111/1468-2508.0021

Al Consumidor (2011) "Ley Reglamentaria de Acciones Colectivas, un desastre: comentario de Daniel Gershenson", Fuente electrónica [en línea] <http://www.alconsumidor.org/noticias.phtml?id=1849> , Recuperado el 12 de agosto, 2012

Ancu, M., & Cozma, R. (2009). MySpace politics: Uses and gratifications of befriending candidates. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 53, 567–583

Animal Político (2010)" ABC: El despertar de la conciencia" , Fuente electrónica [en línea] <http://www.animalpolitico.com/2010/12/abc-el-despertar-de-la-conciencia/> , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Animal Político (2011) "Conoce a fondo la "Ley 5 de Junio"" 24 de octubre, Fuente electrónica [en línea] <http://www.animalpolitico.com/2011/10/ya-es-oficial-la-%E2%80%99Cley-5-de-junio%E2%80%99D/> , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Arnett J.J. (1995) "Adolescents' uses of media for self-socialization" *Journal of Youth and Adolescence* Volume 24, Number 5 (1995), 519-533, DOI: 10.1007/BF01537054

Berelson, B., Lazarsfeld, P.F.,& McPhee, W. (1954). "Voting:A study of opinion formation in a presidential campaign". Chicago: University of Chicago Press.

Beyliss M (2010) "Twitteros recuerdan a niños de guardería ABC" *El Universal* en línea, Fuente electrónica [en línea] <http://www.eluniversal.com.mx/notas/670793.html> , Recuperado el 12 de agosto, 2012

- Bogart, L., & Orenstein, F E. 1965. "Mass media and community identity in an interurban I setting". *Journalism Quarterly*, 42: 179-188.
- Campbell A., Converse, PE., Miller, W E., & Stokes, D. (1960). *The American Voter*. New York: Wiley
- Capella J. N. & Jamieson, KH. 1997. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Nueva York: Oxford University Press.
- ComScore (2011) "The Netherlands Ranks #1 Worldwide in Penetration for Twitter and LinkedIn" Fuente electrónica [en línea] http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/4/The_Netherlands_Ranks_number_one_Worldwide_in_Penetration_for_Twitter_and_LinkedIn , Recuperado el 1 de agosto, 2012
- Conclusiones ACTA (2010) Fuente electrónica [en línea] <http://www.scribd.com/doc/60488789/ConclusionesACTA> , Recuperado el 1 de agosto, 2012
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). "What Americans know about politics and why it matters". New Haven, CT: Yale University Press.
- Estrada Cortés J (2010) "Negocian en total secreto el futuro del Internet" Fuente electrónica [en línea] http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/562a77fdb1ec7137554a9298b00bea3?quicktabs_1=0 , , Recuperado el 12 de agosto, 2012
- Fishkin, James (1995). "The Voice of the People". New Haven: Yale University Press.
- Flores J (2010a) "Senadores piden que México se retire de ACTA... por el momento" ALT 1040 " Fuente electrónica [en línea] <http://alt1040.com/2010/10/senadores-piden-que-mexico-se-retire-de-acta-por-el-momento> , Recuperado el 12 de agosto, 2012
- Flores J (2010b) "Los 10 momentos de Twitter en México durante 2010" ALT 1040 Fuente electrónica [en línea] <http://alt1040.com/2010/12/los-10-momentos-de-twitter-en-mexico-en-2010> , Recuperado el 12 de agosto, 2012
- Fry,D.,&McCain,T. A. (1983).Community influentials' media dependence in dealing with a controversial local issue. *Journalism Quarterly*, 60, 458- 463, 542
- Gamson,W. A. (1968). "Power and discontent"Gams. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Garduño Morán K. (2011) "Ciberactivistas: nuevos ciudadanos" Reforma Fuente electrónica [en línea] <http://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documentos/DocumentoImpresa.aspx?ValoresForma=1267701-1066,Wikibanqueta> , Recuperado el 12 de agosto, 2012 (requiere suscripción).
- Gastil, J, and Dillard, J P. (1999). "The aims, methods, and effects of deliberative civic education through the national issues forums". *Communication Education* 48: 179–192.
- Gastil, John (2000a). "By Popular Demand". Berkeley: University of California Press.
- Gastil, John (2000b). "Is face-to-face citizen deliberation a luxury or a necessity?" *Political Communication* 17: 357–361
- Gennaro, C. D., & Dutton, W. H. (2007). "Reconfiguring friendships: Social relationships and the Internet". *Information, Communication & Society*, 10, 591–618.

- Gibson, J. L. (2001). "Social networks, civil society, and the prospects for consolidating Russia's democratic transition". *American Journal of Political Science*, 45(1), 51–68.
- Gonzalez Roberto et al (2005) "Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente" *Revista de Ciencia Política*, Vol. 25, No 2, Santiago de Chile p. 65-90
- Hallin, Daniel C. (1997). "Sound Bite News: Television Coverage of Elections." In *Do the Media Govern?*, eds. Shanto Iyengar and Richard Reeves. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hanson, G., Haridakis, P., Cunningham, A., Sharma, R., & Ponder, J. D. (2010). "The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the Age of Facebook, MySpace, and YouTube". *Mass Communication & Society*, 13(5), 584-607. doi:10.1080/15205436.2010.513470
- Hirzalla, F., van Zoonen, L., & de Ridder, J. (2011). Internet Use and Political Participation: Reflections on the Mobilization/Normalization Controversy. *Information Society*, 27(1), 1-15. doi:10.1080/01972243.2011.534360
- Ho, S., & Niederdeppe, J. (2008, May). Mass media exposure, trust, social networks, and online health information seeking among Internet users. Paper presented at the annual convention of the International Communication Association, Montreal, Canada.
- Hoffman, L. H., & Thomson, T. L. (2009). "The Effect of Television Viewing on Adolescents' Civic Participation: Political Efficacy as a Mediating Mechanism". *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 53(1), 3-21. doi:10.1080/08838150802643415
- IDEA (2012) "Voter turnout data for Iceland" Fuente electrónica [en línea] <http://www.idea.int/vt/countryview.cfm?CountryCode=IS> , Recuperado el 1 de agosto, 2012
- Iyengar, Shanto. 1994. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jeffres, L. W. (1997). "Mass media effects" (2nd ed.). Prospect Heights, IL:Waveland Press.
- Jeffrcs, L., Atkin, D., & Neuendorf, K. 2002. "A model linking community activity and communication with political attitudes and involvement in neigliborhoods". *Political Communication*, 19:387-421
- Johnson, B. T., & Eagly, A. H. (1989). "Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*", 106, 290–314.
- Jones, S., Millermaier, S., Goya-Martinez, M., & Schuler, J. (2008, September). Whose space is MySpace? A content analysis of MySpace profiles. *First Monday*, p. 1.
- Junn, J. (1991). Participation and political knowledge. In W. Crotty (Ed.), *Political participation and American democracy* (pp. 193-212). New York: Greenwood.
- Hibbing, John R., and Theiss-Morse, Elizabeth (2002). "Stealth Democracy". Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). Beverly Hills, CA: Sage.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe, IL: Free Press.

Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2003). From here to obscurity?: Media substitution theory and traditional media in an online world. *Journal of the American Society for Information Science & Technology*, 54(3), 260–273.

Kenski, K., & Stroud, N. (2006). "Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation". *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173-192. doi:10.1207/s15506878jobem5002_1

Kushin, M., & Yamamoto, M. (2010). "Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election". *Mass Communication & Society*, 13(5), 608-630. doi:10.1080/15205436.2010.516863

Leighley (1990) "Social interaction and contextual influences on political participation" *American Politics Quarterly* 18, 459-475

Leighninger, M. (2011). "Citizenship and governance in a wild, wired world: How should citizens and public managers use online tools to improve democracy?". *National Civic Review*, 100(2), 20-29. doi:10.1002/ncr.20056

Lopes, J., Benton, T., & Cleaver, E. (2009). "Young people's intended civic and political participation: does education matter?". *Journal Of Youth Studies*, 12(1), 1-20. doi:10.1080/13676260802191920

Maddux, James E. (1995). Self-efficacy theory: an introduction. In James E. Maddux (ed.), *Self-Efficacy, Adaptation, and Adjustment*. New York: Plenum Press.

Martínez F (2010) "SSPDF alista medidas contra twitteros" Fuente electrónica [en línea] El Universal en línea, <http://www.eluniversal.com.mx/notas/652255.html> , Recuperado el 12 de agosto, 2012

McLeod, J. M., & McDonald, D. G. (1985). Beyond simple exposure: Media orientations and their impact on political processes. *Communication Research*, 12, 3-34

Mente Digital (2011) "Twitter en México Marzo 2011" Fuente electrónica [en línea] <http://mentedigital.com/site/?p=14> , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Morales C (2012) "¿Qué es ACTA? ¿En qué nos afecta?" El Financiero. Fuente electrónica [en línea] http://www.elfinanciero.com.mx/index.php?Itemid=26&id=29688&option=com_k2&view=item , Recuperado el 12 de agosto, 2012

Morrell, M. E. (2003). Survey and experimental evidence for a reliable and valid measure of internal political efficacy. *Public Opinion Quarterly*, 67, 589–602

Morrell, M. (2005). Deliberation, Democratic Decision-Making and Internal Political Efficacy. *Political Behavior*, 27(1), 49-69. doi:10.1007/s11109-005-3076-7

Movimiento cinco de junio sitio oficial: <http://www.movimiento5dejunio.org/abc/>

Moy, P., et al (2005). "Knowledge or Trust? Investigating Linkages Between Media Reliance and Participation". *Communication Research*, 32(1), 59-86. doi:10.1177/0093650204271399

Nelson, T. E., & Garst, J. (2005). "Values-based Political Messages and Persuasion: Relationships among Speaker, Recipient, and Evoked Values". *Political Psychology*, 26(4), 489-515. doi:10.1111/j.1467-9221.2005.00428.

- Niemi, R.G. & Junn, J. (1998). *Civic education: What makes students learn?* New Haven: Yale University Press.
- Notario Elías (2009) "El movimiento #InternetNecesario da sus frutos" ALT 140 Fuente electrónica [en línea] <http://alt1040.com/2009/10/el-movimiento-internetnecesario-da-sus-frutos> , Recuperado el 1 de enero, 2012
- Pasek, J., Feldman, L., Romer, D., & Jamieson, K. (2008). "Schools as Incubators of Democratic Participation: Building Long-Term Political Efficacy with Civic Education". *Applied Developmental Science*, 12(1), 26-37. doi:10.1080/10888690801910526
- Pateando Piedras (2010) "Qué Es #OpACTA" Fuente electrónica [en línea] <http://www.pateandopiedras.net/tag/que-es-opacta/> , Recuperado el 1 de enero, 2012
- Pateman, Carol (1970). *Participation and Democratic Theory*. New York: Cambridge University Press.
- Pinkleton, B. E., Austin, E., & Fortman, K. J. (1998). "Relationship of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior". *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 42(1), 34.
- Pinkleton, B. E., & Austin, E. (2001). "Individual Motivations, Perceived Media Importance, and Political Disaffection". *Political Communication*, 18(3), 321-334. doi:10.1080/10584600152400365
- Pinkleton, B. E., & Austin, E. (2002). Exploring Relationships Among Media Use Frequency, Perceived Media Importance, and Media Satisfaction in Political Disaffection and Efficacy. *Mass Communication & Society*, 5(2), 141-163.
- Putnam, Robert D. (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy* 6 (1): 65–78. doi:10.1353/jod.1995.0002
- Ramírez Marisol (2011) "Mujeres dominan en Twitter" El Universal en línea Fuente electrónica [en línea] <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/63228.html> , Recuperado el 1 de enero, 2012
- Reuters (2011) "La oposición de Venezuela se apresta para enfrentar a Chávez" CNN en Español Fuente electrónica [en línea] <http://mexico.cnn.com/mundo/2011/11/03/la-oposicion-de-venezuela-se-apresta-para-enfrentar-a-chavez> , Recuperado el 26 de mayo, 2012
- Robinson, M. J. (1976). Public affairs television and the growth of political malaise: The case of the "selling of the Pentagon." *American Political Science Review*, 70, 409–432.
- Rojas, H. (2006). "Comunicación, participación y democracia". *Universitas Humanistica*, (62), 109-142.
- Torres M (2010) "Movimiento ciudadano llama a legisladores a discutir la reforma política" CNN México Fuente electrónica [en línea] <http://mexico.cnn.com/nacional/2010/04/23/movimiento-ciudadano-llama-a-legisladores-a-discutir-la-reforma-politica> , Recuperado el 12 de agosto, 2012
- Valdimarsson O.R. "Icelandic Anger Brings Debt Forgiveness in Best Recovery Story" Fuente electrónica [en línea] <http://www.bloomberg.com/news/2012-02-20/icelandic-anger-brings-record-debt-relief-in-best-crisis-recovery-story.html> , Recuperado el 1 de agosto, 2012
- Verba, S. et al (1995) "Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics". Cambridge, MA: Harvard University Press.

Vercellotti, T., & Matto, E. (2009). "From the Classroom to the Kitchen Table: An Experiment in Building Youth Political Knowledge and Efficacy". Conference Papers -- Midwestern Political Science Association, 1.

Walgrave, S., P. van Aelst, and M. Nuytemans, M. (2008). "Do the vote test": The electoral effects of a popular vote advice application at the 2004 Belgian elections. *Acta Politica* 43:50–70.

Weaver Lariscy, R., Tinkham, S. F., & Sweetser, K. D. (2011). "Kids These Days: Examining Differences in Political Uses and Gratifications, Internet Political Participation, Political Information Efficacy, and Cynicism on the Basis of Age". *American Behavioral Scientist*, 55(6), 749-764. doi:10.1177/0002764211398091

Wells, S. D., & Dudash, E. A. (2007). "Wha'd'ya Know? Examining Young Voters' Political Information and Efficacy in the 2004 Election". *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1280-1289. doi:10.1177/00027642073000531

Wollman, Neil, and Strouder, Rolan (1991). "Believed efficacy and political activity: a test of the specificity hypothesis". *Journal of Social Psychology* 131: 557–566.

Youtube (2012) "¿Que es ACTA?" Fuente electrónica [en línea] <http://www.youtube.com/watch?v=L99sWP-jSyQ> , Recuperado el 12 de agosto, 2012

4) Estudio de caso: Percepción de eficacia política e involucramiento de usuarios de Twitter en México

Resumen del capítulo:

Se realizó un sondeo con el fin de comprender de qué manera el uso de Twitter se relaciona con las percepciones de eficacia política y los índices de involucramiento ciudadano. Entre sus principales hallazgos se confirma que las personas afiliadas a grupos de interés tienden a participar en mayor proporción en acciones orientadas a incidir en la vida pública (voluntariado, firma de cartas, manifestaciones, etc) que aquellos que optan por no agruparse habitualmente con sus conciudadanos.

No obstante existen evidencias de que los usuarios de Twitter no afiliados a organizaciones civiles encuentran este servicio de red social útil para enriquecer sus decisiones personales, así como sus capacidades de conversar con terceros y con ello incidir en la conformación de una agenda pública en los medios de comunicación e incluso obtener audiencia con sus gobernantes. Refieren que la discusión de prioridades públicas en esta plataforma los hace cada vez más sensibles a las necesidades de terceros y con ello se manifiestan dispuestos a movilizarse si alguna coyuntura o causa particular así lo demanda.

4.1) Objetivo y descripción metodológica

Con el fin de poner a prueba la hipótesis respecto a que un uso continuado de Twitter sólo es capaz de reforzar el compromiso cívico de quienes previamente se encontraban organizados y participando en actividades cívicas, desarrollé un sondeo a través de una herramienta electrónica de diseño de cuestionarios²⁹.

La encuesta fue aplicada a través de Internet, utilizando la herramienta de SurveyMonkey, con la metodología de “*Snow Balling*” (ó “Reclutamiento Bola de Nieve”) siendo distribuida a través de mis cuentas personales en Twitter y Facebook, así como por medio de un correo electrónico personalizado invitando a personas a completar los reactivos y compartirla con otros. Obtuve 700 contactos, aunque la base de datos analizada sólo comprende las respuestas de 508 personas que cumplieron las condiciones de: a) tener una cuenta de Twitter, b) mostrar interés en comentarios hechos en Twitter sobre problemas públicos.

Al momento de considerar estas dos variables para ser elegible para la encuesta y por el tipo de muestreo, los resultados de esta encuesta no se pueden considerar como representativos de la población en general, sino que representan una fotografía de la opinión de un grupo mayoritariamente compuesto de personas estudiando licenciatura y maestría dentro de una universidad privada en el poniente de la ciudad de México (Universidad Iberoamericana). El

²⁹ La nota metodológica completa de este estudio se encuentra en el Anexo 1.

cuestionario tuvo una duración de 20 minutos en promedio y el periodo de tiempo en el que se recabaron las respuestas abarca del 15 de enero al 15 de febrero de 2012

En el diseño del cuestionario se retomaron como conceptos rectores la escala de percepción de eficacia política, en sus dimensiones interna y externa (Bandura y Morrell), los incisos sobre involucramiento ciudadano desarrollados en las investigaciones de los teóricos de la cultura cívica y el capital social (Verba y Putnam), la escala del sentimiento de pertenencia (*community sense*) (Bouché) y algunas cuestiones referentes a las categorías de usos y gratificaciones de los medios (McQuail).

En relación con la hipótesis central de la investigación, se asume que los usuarios de Twitter evalúan su percepción de eficacia política e involucramiento cívico con alguna posible intervención de las siguientes variables:

- El sexo del encuestado
- Grado de educación
- Rango de edad
- Confianza colectiva
- Solidaridad colectiva
- El tipo de medio a través del cual se informa
- Los círculos primarios de socialización de la información con la que cuenta
- La focalización de sus asuntos de interés
- Satisfacción con el sistema de representación
- La pertenencia a asociaciones cívicas
- El sentimiento de pertenencia a una comunidad offline
- El tiempo que invierte en informarse
- El grado de preparación académica que haya alcanzado
- Su antigüedad como usuario de Twitter
- El consumo y la producción de comentarios en Twitter sobre causas ciudadanas,

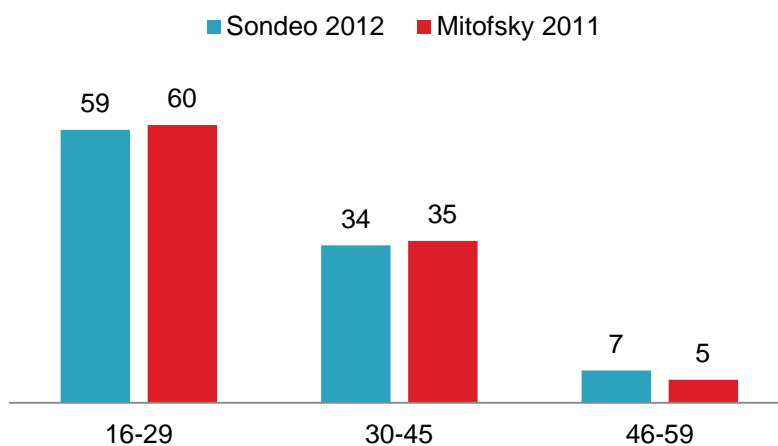
En ese sentido el proyecto está orientado a examinar como constructos intervinientes en la evaluación de la percepción de eficacia política, principalmente a la confianza colectiva y la membresía a organizaciones civiles, aunque se consulta también a los usuarios sobre hábitos al emplear Twitter en su vida cotidiana y la utilidad que estiman que tiene para realizar diferentes tareas informativas, expresivas y orientadas a influir en decisiones públicas.

Los resultados de cada uno de los reactivos fueron analizados a través del programa estadístico Quantum, segmentando la información en relación con las variables que en investigaciones anteriores habrían presentado mayor peso estadístico en las varianzas del comportamiento tanto en la escala de eficacia política como en el involucramiento ciudadano. Las tablas de contingencia y relaciones estadísticamente significativas que se presentan a lo largo de este capítulo están fundamentadas en los resultados de las corridas seleccionadas en este proceso.

4.2) Características demográficas y panorama comportamental de la muestra

El perfil demográfico de los sujetos que respondieron el instrumento arrojó que el 51% fueron mujeres y el 49% hombres. El grupo de edad que presentó la más alta tasa de participación como era esperado y anunciado por todas las investigaciones previas sobre el uso de Internet fueron los jóvenes entre los 16 y 29 años, quienes representaron el 59% de la muestra, el 34% se ubicó entre los 30 y 45 años, y los usuarios mayores de 46 años representaron sólo un 7%. La muestra se ubicó también dentro de los parámetros del ejercicio realizado en domicilios por Consulta Mitofsky (diciembre 2011), como puede comprobarse en el gráfico 6.

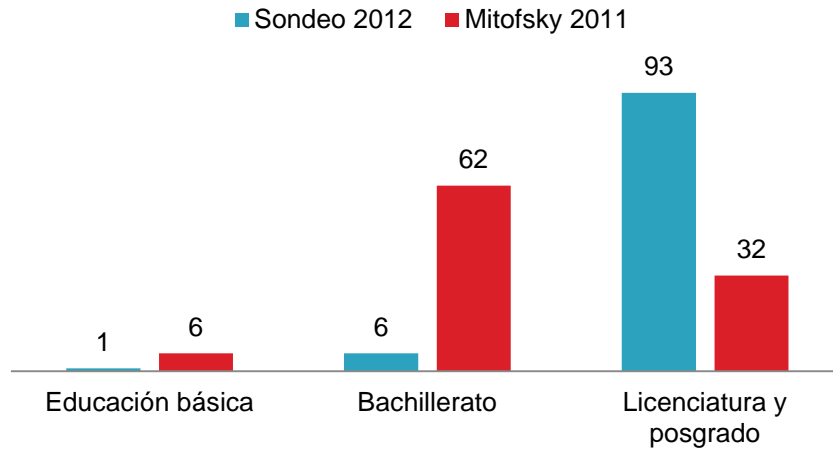
Gráfico 6: Comparativo por rango de edad vs Consulta Mitofsky
Rango de edad



Fuente: Comparativo Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 y Mitofsky 2011
Gráfico propio: Daniel Cosío

Como consecuencia del método de reclutamiento la diferencia más sustantiva con el ejercicio de Consulta Mitofsky fue el grado de preparación académica, ya que un inusual 63% manifestó contar con estudios de licenciatura, mientras que las personas con posgrado conformaron otro 30% de la muestra, dejando espacio sólo a un 6% que manifestó tener estudios de educación media y sólo un 1% instrucción básica, como es posible identificar en el gráfico 7. Ello implica sobrerrepresentación de personas con alto grado de preparación académica, quienes aparecen casi en una relación de tres a uno respecto a quienes respondieron el cuestionario de Mitofsky en sus hogares.

Gráfico 7: Comparativo por grado de estudios vs Consulta Mitofsky
Grado máximo de estudios



Fuente: Comparativo Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 y Mitofsky 2011
Gráfico propio: Daniel Cosío

El ingreso en el hogar de los encuestados es uno de los rasgos sociodemográficos que estadísticamente presenta relaciones significativas y consistentes en relación con la percepción de eficacia política y el involucramiento cívico. Desafortunadamente esta variable independiente no se encuentra identificada para la presente investigación debido a que su rigor metodológico requiere responder una exhaustiva batería de reactivos que idealmente deben ser recabados directamente en los domicilios de los entrevistados, lo que resultó imposible dado el formato de levantamiento de campo elegido.

No obstante dado que la recolección de datos se realizó a través de Internet, y tomando en consideración la concentración de usuarios de Internet por nivel socioeconómico referida por AMIPCI, es posible inducir que en su mayoría se trató de individuos pertenecientes a la clase media baja en adelante, debido a que la penetración de Internet en los hogares desde pobreza patrimonial hacia alimentaria es prácticamente nula.

Los estudios de campo elaborados por otros investigadores coinciden también en que las personas de mayores ingresos en sus hogares suelen ser el segmento poblacional que más se inscribe a grupos de interés de toda índole, deportivo y recreativo, hasta la participación en campañas políticas partidistas.

A este respecto, el grado de participación e involucramiento político general de los individuos que respondieron el instrumento, se encuentra en correspondencia con los rasgos de sofisticación marcados por Merino y Vega, pues se trata de usuarios que en una alta proporción (86%) participan en los comicios en su entidad, 52% (263 personas) de ellos participa en algún tipo de

organización social, a las cuales suelen dedicarles entre una y tres horas a la semana mayoritariamente (51%) y donde sólo el 52% les destina recursos financieros habitualmente.

En lo referente a sus hábitos informativos más de la mitad (51%) dedican entre una a tres horas a informarse sobre los asuntos públicos, mientras que la mayoría de ellos comentan habitualmente las noticias con personas de su familia y el trabajo, en rangos que van del 64% al 54% respectivamente, por lo que socializan buena parte de esta información. Asimismo recogen buena parte de su información de los medios electrónicos, comenzando por Twitter (42%), en donde el 50% manifiesta invertir entre una y tres horas por semana.

El 63% reporta tener entre uno y dos años con su cuenta, y debido a que fueron principalmente convocados a través de servicios de red social es posible inferir que han permanecido relativamente activos. A su vez, el 86% reitera tener un interés mediano a alto al leer en su línea temporal sobre temas políticos y económicos, mientras que los aspectos sobre los que más contenido suelen producir son aquellos relacionados con conversaciones cotidianas con sus contactos, toda vez que el 71% manifiesta realizar comentarios a conocidos con mediana o mucha frecuencia.

Así, el perfil de los que respondieron al sondeo es de jóvenes con un grado de preparación académica alto en comparación con la media nacional, e incluso respecto a los muestreos levantados en hogares, se trata de individuos con posibilidades continuas de conexión a Internet, relativamente informados del acontecer nacional, aunque a través de fuentes más informales, y de menor rigor de investigación. Están también muy dispuestos a comentar los hechos que les resultan relevantes con personas cercanas o que perciben perceptivas a sus opiniones.

Los jóvenes participantes en el sondeo parecieran disponer de poco tiempo para sus actividades y sin embargo, refieren participar en los procesos de elección de autoridades con regularidad (80% en la última elección). En lo referente a su grado de afiliación a grupos de interés, la muestra se distribuyó prácticamente en partes iguales por lo que Twitter parece ser un espacio idénticamente propicio para quienes participan con anterioridad en cualquier clase de agrupación, como para quienes eligen permanecer marginados de este tipo de actividades, pero desean mantenerse al tanto del acontecer diario y tener la posibilidad de vincularse con otros individuos afines cuando así lo consideren pertinente.

Las características antes mencionadas ofrecen una ruta particular de análisis y adelantan algunos importantes hallazgos que permiten distinguir las principales variables con relaciones estadísticamente significativas en la aportación de insumos al sistema democrático y la participación en movilizaciones colectivas convocadas a través de Internet. Resulta imprescindible

en cualquier caso, realizar un examen detallado sobre cada una de las variables que inicialmente se consideraron que tendrían incidencia sobre las percepciones de eficacia política y el involucramiento ciudadano.

4.3) La hiperlocalización de causas como reforzador del involucramiento

Investigaciones realizadas en países desarrollados como Australia, se han concentrado en los comportamientos políticos de los nativos digitales, es decir los jóvenes de la generación Z que aún no están en edad formal de participar en política (18 años), y han encontrado que este grupo considera que el espacio social en el que tienen mayor posibilidad de incidir es en las cuestiones de su colonia o localidad, en comparación con los universitarios quienes suelen interesarse en los asuntos internacionales o de relevancia nacional (Harris y Wyn 2009:338).

El argumento principal de esta investigación sería que si bien se ha documentado un significativo desinterés en la política entre las generaciones más jóvenes, los adolescentes marginados de las estructuras, procesos y debates políticos formales, manifiestan continuamente su preocupación (*concern*) por los efectos de los problemas mundiales que se relacionan con su vida diaria y por ello permanecen atentos de aquello pueden hacer en su entorno más próximo para evitar sus consecuencias negativas.

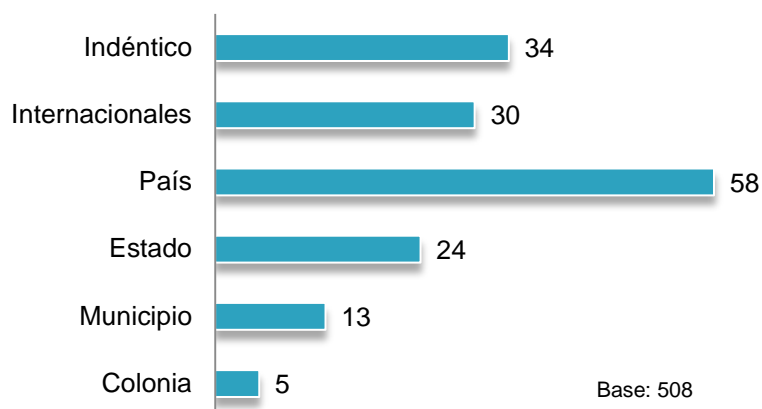
Entre esta generación reconocen que Internet es una herramienta útil para establecer vínculos sociales no reglamentados, y coordinar campañas de reciclaje, donación de dinero, firma de peticiones, adherirse a grupos de artistas, escritores y músicos en los que pueden expresar su identidad. Aunque debe advertirse que la actividad menos socorrida fue ponerse en contacto con los políticos. (Harris y Wyn 2009:338)

Dado que estos hallazgos se identificaron hace algún tiempo, el presente sondeo se propuso analizar si los intereses más localizados tendrían alguna incidencia sobre la percepción de eficacia política o el involucramiento de los sujetos encuestados. Aunque de acuerdo con estas investigaciones existe lugar para considerar que a mayor focalización de los intereses sobre los asuntos públicos serían más altas tanto la percepciones de eficacia política como el involucramiento ciudadano, al cruzar esta variable con las dos mencionadas se encuentra que los patrones de respuesta son extremadamente similares y por tanto no presentan diferencias estadísticamente significativas de modo que no presenta una incidencia digna de comentarse con mayor amplitud.

En todo caso, la muestra total de encuestados en la presente investigación de hecho manifestó mayoritariamente estar más interesado por los acontecimientos nacionales (en línea con los

intereses universitarios) que por lo que sucede en sus colonias o municipios que aparece muy rezagados, en contraposición a lo que sucede en países más desarrollados, los resultados de los porcentajes de respuesta que se obtuvieron se presentan en el gráfico 8.

Gráfico 8: Comparativo por grado de estudios vs Consulta Mitofsky
Amplitud de intereses públicos
¿Qué tipo de problemas públicos te resultan de mayor interés?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

4.4) Escala de percepción de eficacia política

En el capítulo 2 se argumenta extensamente que los individuos que consideran que comprenden los problemas que les afectan y se sienten capaces de invertir parte de su tiempo y recursos en atender asuntos comunes, lo harán en la medida que perciban que pueden producir un efecto favorable deseado, aun y cuando perciban que sus propios gobernantes y representantes no necesariamente atiendan a sus demandas.

La escala de percepción de eficacia política está compuesta por una serie de reactivos que van marcando una tendencia y se validan entre sí, pero tienen como denominador común, la confianza e interés que se tiene respecto de los asuntos colectivos. En primer lugar se consulta sobre qué tan confiables estima que sean los conciudadanos de los entrevistados, en segundo lugar que tanto se considera que sean solidarios, en tercer plano se examina la doble dimensión de la propia eficacia, es decir por un lado se le pregunta qué tanto cree que cuenta con la capacidad de comprender y participar en los asuntos de interés público, y por otro lado qué tanto espera que los gobernantes contarán con la sensibilidad de recoger sus demandas y transformarlas en resultados concretos. El último eslabón de esta cadena de reactivos consiste en que evaluar el desempeño del sistema de representación en su conjunto y manifestar si en general lo encuentran satisfactorio.

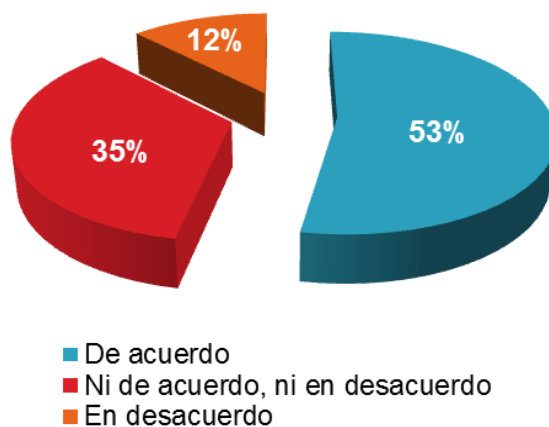
Confianza colectiva

En el gráfico 9, los usuarios de Twitter participantes en el sondeo manifiestan una desconfianza mayoritaria respecto a sus conciudadanos (53%), en relación con una minoría (12%) que con dificultades rebasa una proporción de 1 entre cada 10, manifestando que las personas evitarán tratar de sacar ventaja de los demás. Frente a esta cuestión particular, destaca el hecho de que poco más del 35% se manifieste dubitativo.

Gráfico 9: Confianza colectiva entre los usuarios de Twitter

Menciona si estás de acuerdo o no (...) Si uno no se cuida a si mismo, la gente se aprovechará

Base: 508

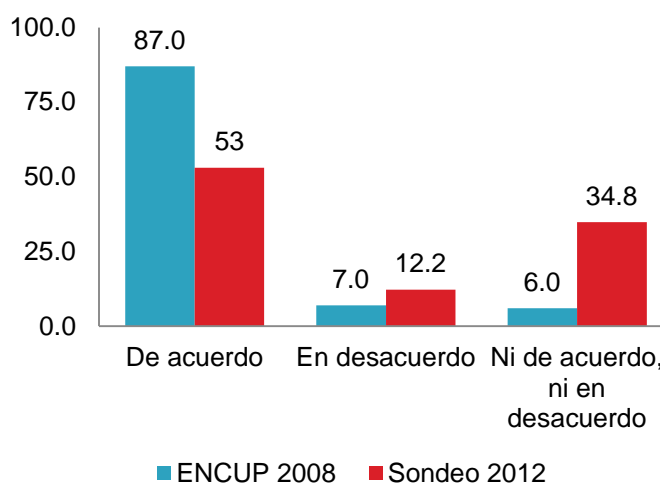


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Al comparar el comportamiento de las repuestas obtenidas en este sondeo con los resultados más recientes de la Encuesta Nacional de Cultura Política 2008, es posible distinguir una amplia diferencia en el porcentaje de personas que se manifiesta dubitativa, ya que sólo un 6% de los consultados optó por reportar el punto intermedio de la escala.

Al mismo tiempo, el diferencial de quienes en la ENCUP 2008 concuerdan respecto a que las personas tomarán ventaja cuando tengan ocasión (87%), en comparación con el sondeo de esta investigación (53%), resulta prácticamente equivalente a la proporción (34.8%) de indecisos, mientras que el comportamiento de quienes confían más en sus conciudadanos es 5 puntos porcentuales mayor respecto a los hallazgos de la ENCUP 2008, tal como se puede comprobar en el gráfico 10.

Gráfico 10: Confianza colectiva entre los usuarios de Twitter vs. resultados ENCUP 2008
Menciona si estás de acuerdo o no (...) Si uno no se cuida a si mismo, la gente se aprovechará



Fuente: Comparativo propio Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008³⁰
Elaboración propia

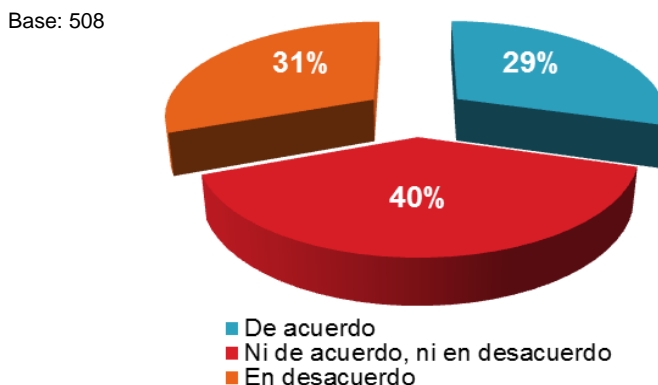
Este interesante comportamiento podría indicarnos una tendencia más ambivalente y en todo caso escéptica respecto al comportamiento que habría de esperarse entre los conciudadanos. Representa un hallazgo que deberá ponerse a prueba en futuras investigaciones comparando los resultados sobre la misma cuestión entre una muestra representativa de usuarios y no usuarios de esta plataforma de red social virtual y mensajería instantánea. Por lo pronto este primer rasgo de la muestra empieza a perfilar la actitud preventiva y cautelosa de los usuarios de los servicios de red social, un fenómeno que pudiera ser consecuencia de la exhibición de fraudes, estafas y engaños que se han realizado a través de las plataformas electrónicas.

Solidaridad Colectiva

Cuando se consultó respecto a que tan solidarios se percibe a los semejantes, se encuentra también que el número de personas que manifiesta no tener certidumbre (40%) es el más alto, seguido en proporciones casi idénticas por quienes no están de acuerdo en que las personas suelen colaborar con los demás en situaciones de necesidad (31%) o quienes confían que si lo harían (29%), tal como lo ilustra el gráfico 11.

³⁰ Con el objeto de establecer parámetros de comparación idénticos, todos los porcentajes referidos en el presente texto sobre la ENCUP 2008, excluyen a quienes optaron por no responder al reactivo que se refiere y que en ningún caso excede al 5 por ciento de la muestra

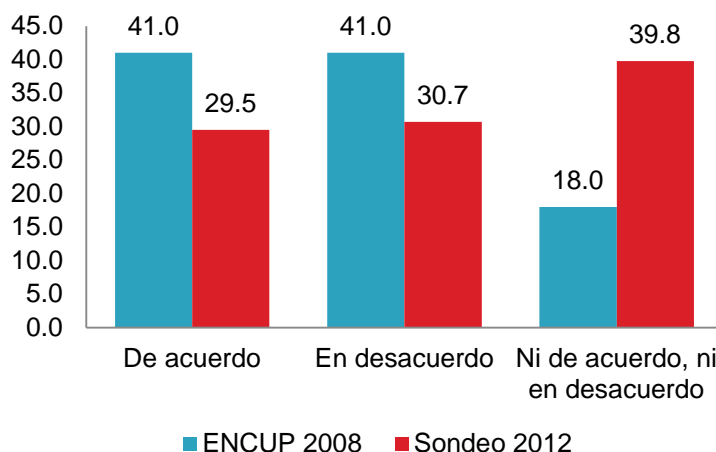
Gráfico 11: Solidaridad colectiva entre los usuarios de Twitter
Menciona si estás de acuerdo o no (...) La mayoría de las personas son solidarias



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Al comparar estos resultados con la ENCUP 2008, una vez más es posible distinguir un incremento de casi 22 puntos porcentuales respecto al número de personas que se manifiestan dubitativos (18%). El virtual empate de las otras dos tendencias tomando en cuenta este diferencial, conserva una relación muy similar entre ambos instrumentos para quienes están de acuerdo o en desacuerdo, como se presenta en el gráfico 12.

Gráfico 12: Confianza colectiva entre los usuarios de Twitter vs. Resultados ENCUP 2008
Menciona si estás de acuerdo o no (...) La mayoría de las personas son solidarias



Fuente: Comparativo propio Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008
Elaboración propia

Toda vez que se vuelve a presentar un amplio margen de escepticismo respecto de la solidaridad previsible de los conciudadanos, resulta recomendable que se comparen las respuestas entre un panel de usuarios y no usuarios de Twitter considerando su escolaridad, ingresos y rangos de edad, pues en estos rasgos sería posible identificar diferencias estadísticamente significativas que

permitan caracterizar el comportamiento de segmentos de la población y desarrollar posibles escenarios a futuro.

En general ambas muestras presentan expectativas muy bajas de colaboración entre conciudadanos, lo que no pareciera ser un buen precedente para la asociatividad, el involucramiento o la participación en movilizaciones, sin embargo vale la pena avanzar hacia estos reactivos en el cuestionario para comprobar que el escepticismo que se manifiesta respecto a contrapartes no resulta una condicionante a la disposición propia de colaborar en iniciativas para el provecho colectivo. Si bien las personas suelen ser muy conservadoras en cuanto a lo que creen que los demás están dispuestos a hacer por ellos, suelen manifestarse más dispuestos a “dar sin esperar nada a cambio”.

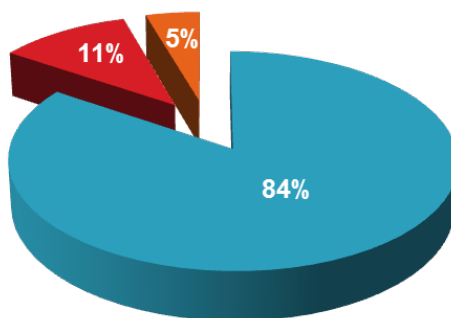
Percepción de eficacia política Interna

En el gráfico 13, es posible afirmar que el comportamiento de la percepción de eficacia política interna presentó rangos dentro de la normalidad respecto a otras mediciones, pues el 84% de los sujetos encuestados consideró que cuentan con la capacidad para comprender y participar en decisiones políticas, mientras que sólo un 5% estimó que no cuenta con esta capacidad.

Gráfico 13: Percepción de eficacia política interna entre los usuarios de Twitter

Menciona si estás de acuerdo o no (...) Los ciudadanos como yo, podemos comprender y participar en las decisiones políticas que nos afectan

Base: 508



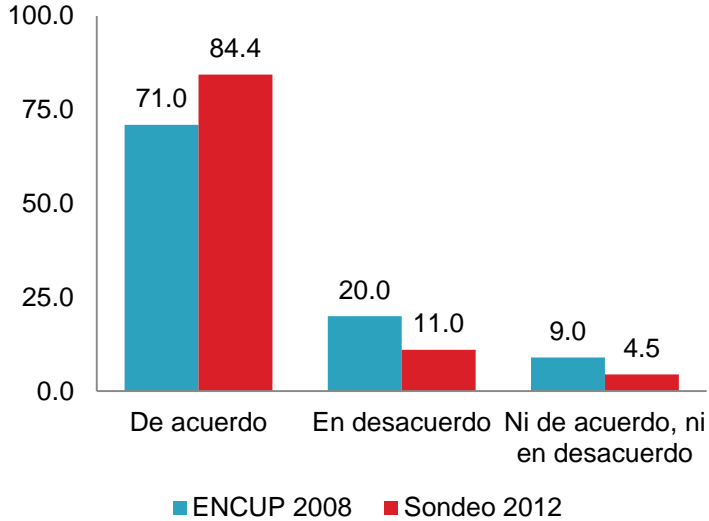
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

La percepción de eficacia política interna para los participantes en el sondeo se ubica casi 20 puntos porcentuales por encima del dato comparable de la ENCUP 2008, presentado en el gráfico 14, donde un 71% de la población indicó que efectivamente tiene algo que opinar respecto de lo que hace el gobierno, mientras que sólo un 20% no lo consideró así.

Este diferencial podría deberse más que al desarrollo de habilidades digitales a otro grupo de conocimientos e instrucciones que resultan útiles para la participación en la vida cívica, por lo que bien pueden ser un rasgo mucho más relacionado con el alto grado de instrucción de la muestra, por lo que no debe tomarse como un parámetro que puede extrapolarse a la sociedad mexicana en su conjunto.

Gráfico 14: Percepción de eficacia política interna de los usuarios de Twitter vs. ENCUP 2008³¹
 Menciona si estás de acuerdo o no (...) Los ciudadanos como yo, podemos comprender y participar en las decisiones políticas que nos afectan



Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008
 Elaboración propia

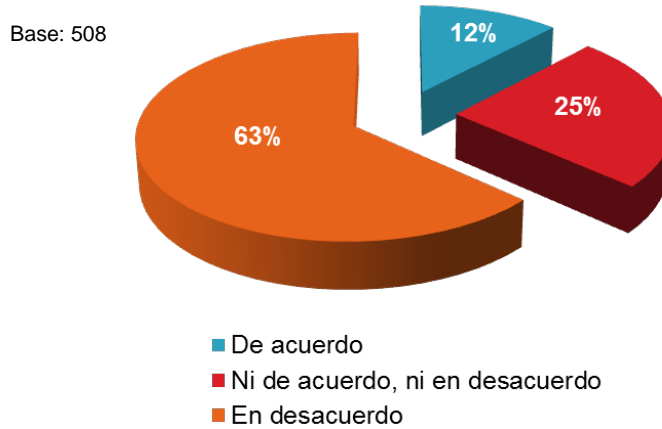
Percepción de eficacia política externa:

El gráfico 15 muestra que sólo 25% de los sujetos encuestados considera que sus opiniones interesan a los gobernantes, mientras un 63% estima que no es así y un 12% no define claramente su postura.

³¹ Para los efectos comparativos con el sondeo se codificó inversamente el enunciado del cuestionario de la ENCUP (p.36b): "Las personas como usted no tienen nada que opinar sobre lo que hace el gobierno"

Gráfico 15: Percepción de eficacia política externa entre los usuarios de Twitter

Menciona si estás de acuerdo o no (...) A nuestros gobernantes y representantes les interesa lo que las personas como yo piensan

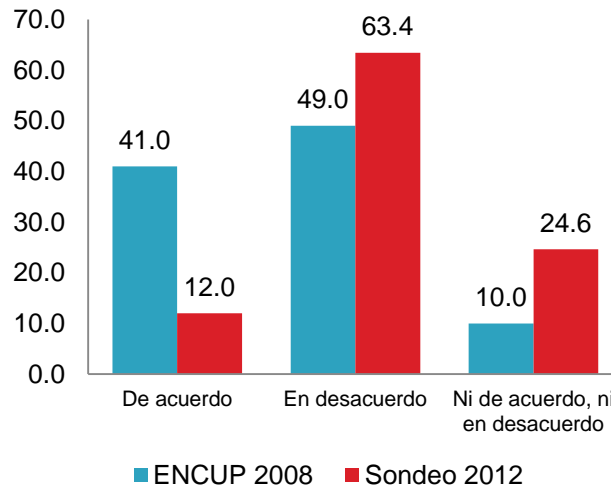


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

En este caso lo que llama la atención en el gráfico 16 es una pronunciado diferencial entre quienes manifiestan confianza en que los gobernantes toman en cuenta sus opiniones en la ENCUP 2008 y los porcentajes del sondeo 2012, pues mientras en aquel ejercicio 41% consideraba que sus representantes se interesaban por sus opiniones, la muestra de la presente investigación que manifiesta esta confianza sólo representa un 12%, aunque el número de indecisos (25%) parece indicar escepticismo.

Gráfico 16: Percepción de eficacia política externa de los usuarios de Twitter vs. ENCUP 2008³²

Menciona si estás de acuerdo o no (...) A nuestros gobernantes y representantes les interesa lo que las personas como yo piensan



Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008
Elaboración propia

³² Para los efectos comparativos con el sondeo se codificó inversamente el enunciado del cuestionario de la ENCUP (p.36a): "A las personas del gobierno no les interesa mucho lo que las personas como usted piensan"

Una pobre percepción de eficacia política externa debe ser ponderada con las tasas de participación política efectiva y con la percepción de eficacia política interna. Debido a que la percepción de que los gobernantes no están atendiendo a las demandas de sus gobernados puede ser consecuencia directa de que la ciudadanía esté continuamente realizando acciones y movilizaciones para hacerle saber su voluntad a los representantes y que éstos no hayan sido capaces de traducir adecuadamente estos insumos del sistema político en resultados que retroalimenten positivamente su entropía.

A este respecto, resulta relevante comentar que al menos la mitad de los encuestados participa en algún grupo de interés al que dedican al menos una hora a la semana. En estas agrupaciones al menos el 50% aporta algún recurso material o financiero que le implica un mayor nivel de compromiso.

Incluso quienes prefieren permanecer sin vínculos formales a otras organizaciones manifiestan realizar habitualmente algún trabajo sin remuneración o firmar a favor de alguna causa con la que desean solidarizarse. Así pues, aunque los encuestados manifiestan bajas expectativas de una actitud solidaria por parte de sus conciudadanos, nuevamente encontramos indicadores de buena disposición a colaborar para la obtención de resultados colectivos. Se trata de individuos no solamente políticamente activos, sino propositivos en la vida pública, como podrá verse evidenciado al analizar el comportamiento de otras variables.

José Merino ha referido que cuando un tema de tendencia favorece a algún político o representante, regularmente despierta este escepticismo entre los usuarios. Él mismo ha emprendido una campaña para denunciar cuentas automatizadas que reproducen automáticamente contenidos elaborados por equipos de campaña y que pretenden establecer temas de tendencia de manera artificial. A través de #CazaUnBot, los usuarios identifican las cuentas que se utilizan para estos propósitos y no producen contenidos propios, siguen a otras personas o son seguidas, de manera que deslegitiman esta manipulación de *hashtags*

Éstas tácticas de posicionamiento digital, han sido equiparadas a los acarreo a mítines y movilizaciones en las calles, por lo que suelen estimarse como intrascendentes intentos de manipulación o montajes. Con mucha frecuencia los usuarios de corrientes políticas opuestas a las temáticas de tendencia promovidas dentro de Twitter, utilizan ese mismo *hashtag* con el objeto de ridiculizar o desafiar directamente estos intentos.

Como muestra de ello, a una semana de la elección, una de las cuentas utilizadas para satirizar a figuras públicas @NoSoyNinel; tuiteó: "Dicen que si tuiteas #ParaQueMéxicoCambieVoyConEPN y

#TodosEstamosConEPN aparece tu torta de tamal y un champurrado”. Con ello reitera que aun cuando la respuesta obtenida en la plataforma difiera de los resultados esperados, los ciudadanos han encontrado vías para continuar cuestionando a los políticos y sus tácticas de interacción en Twitter (cinismo político) sin caer en el desinterés y por el contrario, tratando de alimentar interés en el desarrollo de los eventos de interés público través del humor.

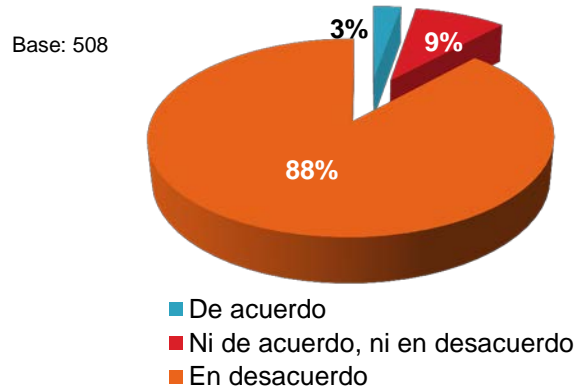
En su artículo “Twitter y el simulacro político”, Paola Ricaurte, realiza un ejercicio estadístico entre una muestra de 10 mil seguidores por candidato durante la elección presidencial de 2012, con el fin de distinguir la autenticidad de estas cuentas y verificar que efectivamente fueran administradas por una persona, tomando como principales criterios el que los perfiles contaran con seguidores y que contaran con tuits antes de seguir al candidato, encontró que entre ambos fenómenos es posible descartar estadísticamente entre un 25 a un 20% de los seguidores de cada candidato.

Explica que para tener un indicador más exacto respecto a los electores efectivamente están informándose o dando lugar a recibir los mensajes de los diferentes candidatos, el cruce de quienes siguen a al menos dos oscila entre el 43 y el 51%, de modo que con eso se puede excluir a los fanáticos que posiblemente excluyen cualquier contenido crítico (Ricaurte 2012). Estos números resultan muy interesantes en función de la pequeña masa crítica que representan las cerca de 350 mil cuentas que presentan siguen personalidades políticas, usan frecuentemente su cuenta y se mantienen si no independientes al menos parcialmente equilibrados en su cobertura y fuentes dentro de la red.

Satisfacción con el sistema de representación:

El balance general que reporta este conjunto de usuarios de Twitter respecto al desempeño del sistema de representación en México representa una síntesis de las percepciones de eficacia política. El gráfico 17 permite distinguir una insatisfacción prácticamente unánime (88%) con el funcionamiento del sistema de representación, con sólo un 9% de los consultados con una posición indefinida a este respecto y un 3% satisfecho.

Gráfico 17: Satisfacción con el sistema de representación entre los usuarios de Twitter
Menciona si estás de acuerdo o no (...) Me siento satisfecho sobre la forma en la que funciona el sistema de representación en México

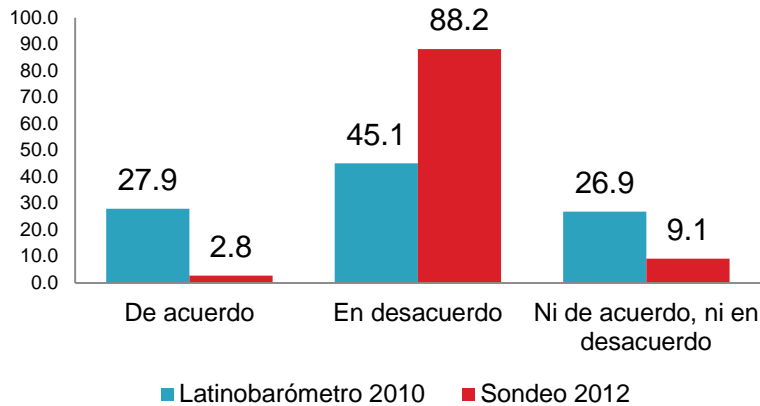


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

El diferencial más notable se encuentra en esta serie, donde de acuerdo con los datos más recientes y públicos de Latinobarómetro en su sitio web (2010), 45% de los encuestados manifestaron su insatisfacción con el sistema, cerca de un tercio (26.9%) se pronunció dubitativo y otro tercio (27.9%) refería estar satisfecho con el funcionamiento de la democracia. Ello significa que quienes respondieron el presente sondeo presentan una insatisfacción mayor respecto al desempeño del sistema de representación en general como puede verse en el gráfico 18.

Gráfico 18: Satisfacción con el sistema de representación entre los usuarios de Twitter vs. Latinobarómetro 2010

Menciona si estás de acuerdo o no (...) Me siento satisfecho sobre la forma en la que funciona el sistema de representación en México

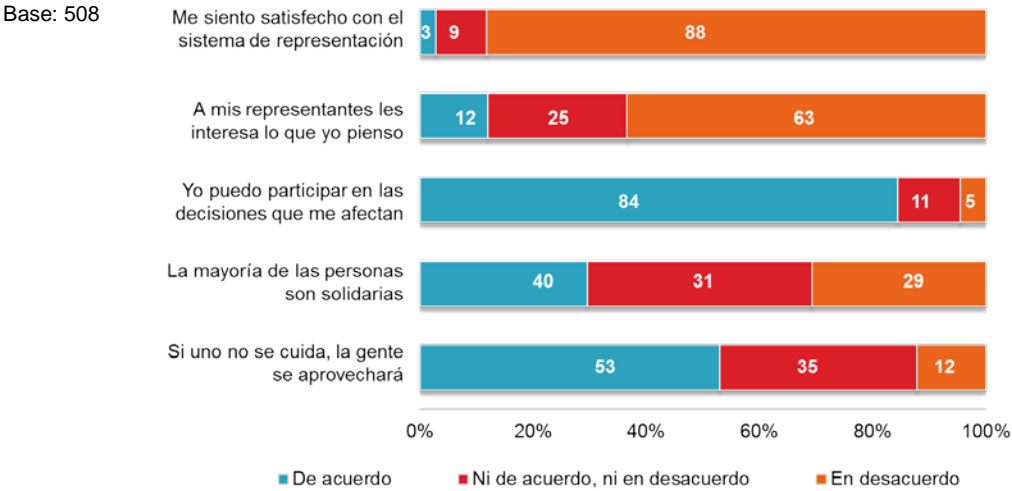


Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. Latinobarómetro 2010³³
Elaboración propia

³³ Con el fin de hacer comparables los porcentajes de Latinobarómetro 2010, se agruparon las categorías "muy satisfecho" y "más bien satisfecho" equiparándolas con "de acuerdo", "no muy satisfecho" se tomó por "ni de acuerdo, ni en desacuerdo" y finalmente "nada satisfecho" se empleó con "en desacuerdo", los porcentajes excluyen a quienes optaron por no responder el reactivo, esta base equivale a 52 casos de 1,200 o un 4.3 por ciento del total de esta muestra

En síntesis, aunque en los primeros reactivos el porcentaje de indecisos resulta alto en comparación con las mediciones realizadas previamente, la determinación con la que se manifiesta descontento con el funcionamiento del sistema de representación refuerza la perspectiva de que los usuarios de Twitter presentan una alta desconfianza frente a las autoridades y presentan un perfil de auténtico desencanto respecto al desempeño de sus autoridades al traducir sus demandas en programas de gobierno, acordes a sus necesidades. Particularmente esta noción esta reforzada por el amplio diferencial entre la valoración de las calificaciones individuales para participar activamente en el sistema y la capacidad de las autoridades para recoger sus demandas, como puede notarse en el gráfico 19.

Gráfico 19: Síntesis de escala de percepción de eficacia política
Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...

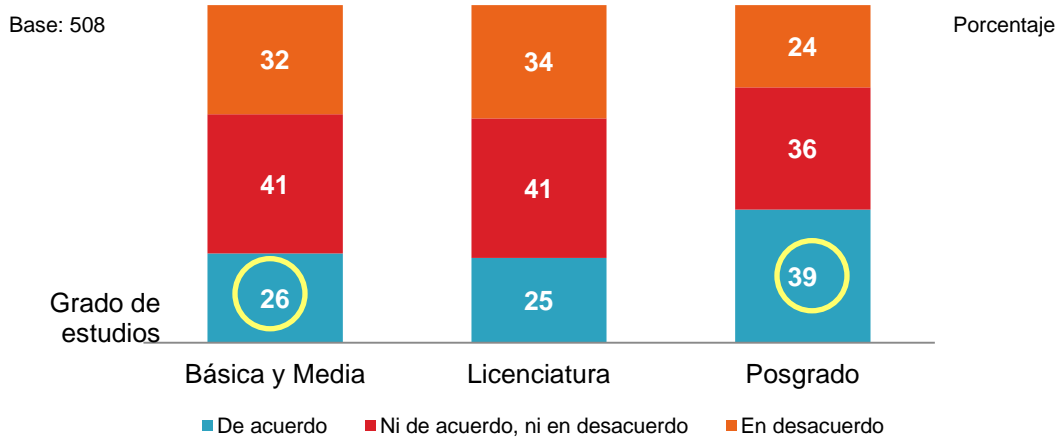


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

En este gráfico es posible identificar la suspicacia respecto a los semejantes tanto en la medición de la confianza como en la expectativa de solidaridad colectiva ilustrada en las barras inferiores, seguidas por una alta percepción de eficacia política interna que indica no solamente seguridad en la capacidad personal para comprender los problemas públicos y tener una opinión que expresar al respecto, sino que es precedente del interés informativo, el conocimiento político y eventualmente el involucramiento ciudadano, que como se argumentó permite trascender a una baja percepción de eficacia política externa y la insatisfacción con el sistema de representación, pues alimenta una actitud de ciudadanía disidente en la escala referida por Paige, donde se considera al gobierno como poco fiable, pero al mismo tiempo se percibe que algo debe hacerse en consecuencia.

En el cruce con las variables es posible identificar por ejemplo, como lo muestra la gráfico 20, que las personas con posgrado poseen una percepción de solidaridad colectiva significativamente más favorable que quienes cuentan con una preparación académica hasta la licenciatura o inferior.

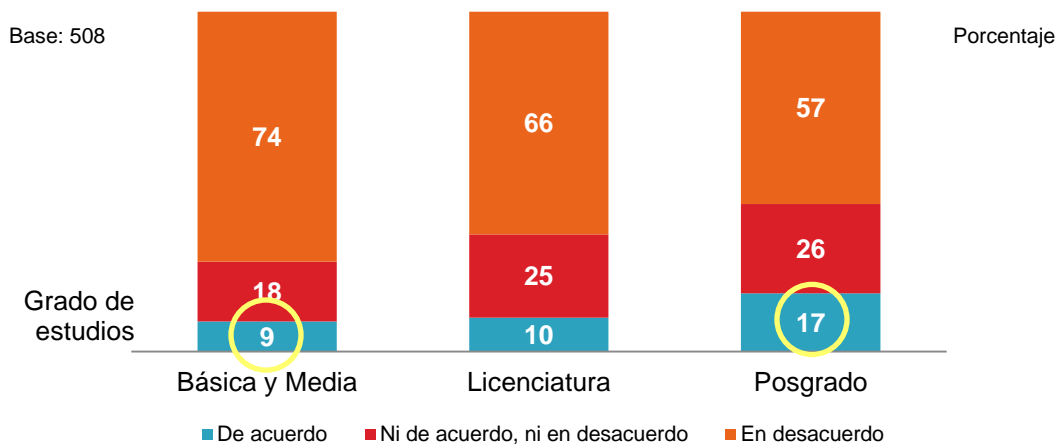
Gráfico 20:
Percepción de solidaridad colectiva y rango de preparación académica
 Menciona si estás de acuerdo con las siguientes frases... La mayoría de las personas son solidarias



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Ocurre algo muy similar cuando analizamos la percepción de eficacia política externa a la luz del grado de preparación académica, donde las personas con posgrado reportan una percepción significativamente más alta que las personas que cuentan con licenciatura o menor grado, tal como lo vemos ilustrado en el gráfico 21.

Gráfico 21:
Percepción de eficacia externa y rango de preparación académica
 Menciona si estás de acuerdo o no: A nuestros gobernantes y representantes les interesa lo que las personas como yo piensan

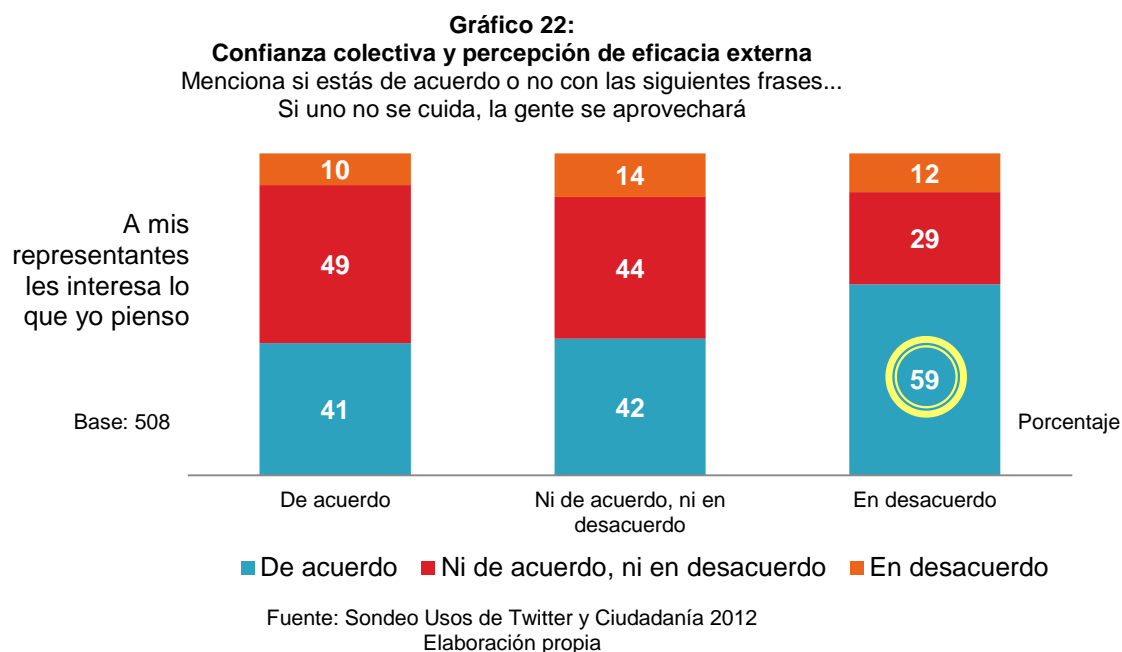


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

4.5) Relaciones significativas en las percepciones de eficacia política

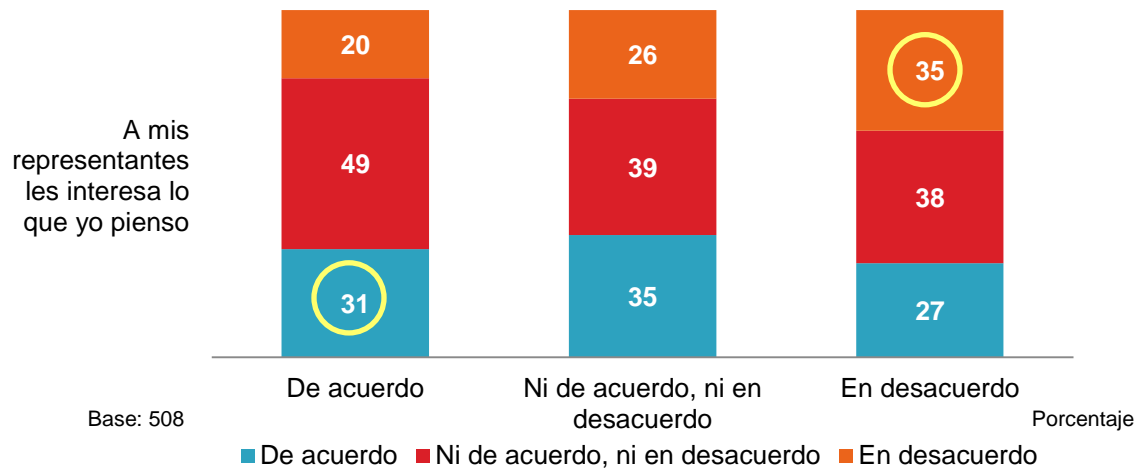
Con el objeto fue identificar aquellas variables que presentaran relaciones estadísticamente significativas en este grupo de reactivos entre si, se elaboraron tablas de contingencia a través del programa estadístico Quantum, y se realizó también el cruce con otras variables que habrían resultado predictivas en estudios anteriores y se esperaba que determinaran el comportamiento de la percepción de eficacia política interna y externa. Los resultados que se encontraron al realizar estos ejercicios se enumeran a continuación.

1. Se refuerza la noción de que los individuos con menor confianza hacia sus semejantes, coinciden con aquellos que estiman en mayor proporción que los gobernantes no toman en cuenta sus opiniones, pues representan un 59% del segmento que se manifiesta en desacuerdo respecto a que los gobernantes y representantes se interesan en lo que las personas como ellos piensan. Ello puede verificarse en la gráfico 22 que se exhibe inmediatamente.



2. Se encuentra que quienes consideran que las personas son solidarias, cuentan con un peso específico en la composición del grupo de ciudadanos con una alta eficacia externa (31%), mientras que los que estiman una baja solidaridad entre semejantes, representan también un grupo importante entre quienes manifiestan una baja percepción de eficacia política externa (35%). Esto aparece ilustrado en el Gráfico 23.

Gráfico 23:
Solidaridad colectiva y percepción de eficacia externa
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 La mayoría de las personas son solidarias



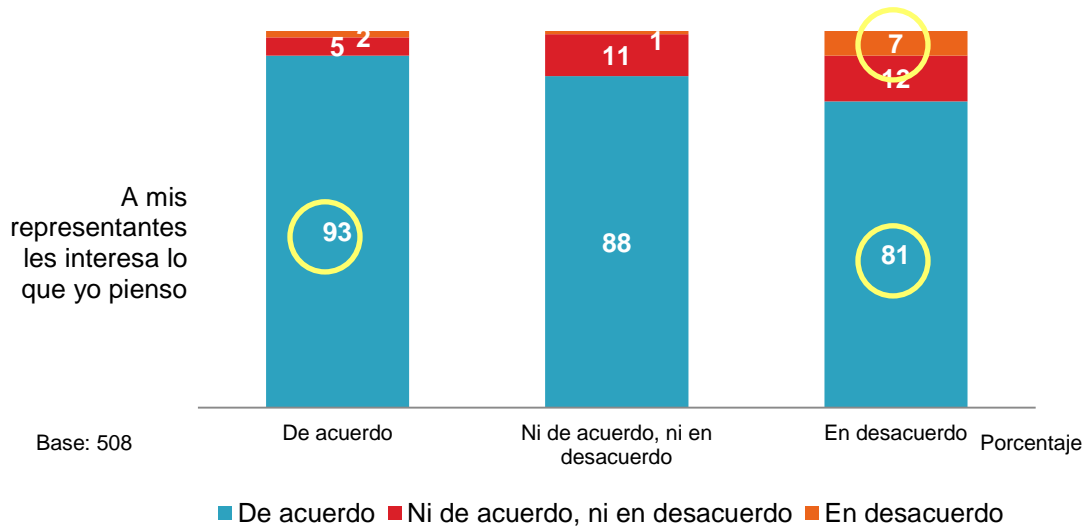
Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

- Es posible inducir que una alta percepción de eficacia política interna, es necesariamente precursora de quienes manifiestan una alta percepción de eficacia política externa, un efecto que es verificable en el sentido completamente inverso, tanto en la presente investigación como en los análisis cuantitativos de estudios previos, de manera que una pobre valoración de la capacidad de comprender y participar en la vida política precede a una baja percepción de que las autoridades se interesan por las opiniones propias al respecto de cómo deben conducirse los asuntos públicos.

Los instrumentos de medición internacionales respecto a estas percepciones presentan como una constante el hecho de que los ciudadanos se consideren a si mismo capaces de entender la dinámica pública y participar en ella, al tiempo que estiman mayoritariamente que son los gobernantes los que no poseen la capacidad de transformar sus peticiones en planes de gobierno y leyes que los representen.

Como se ha reiterado, tomar en consideración la eficacia interna en una sociedad es importante pues revela la disposición a informarse, aprender y actuar, de modo que al menos una parte de estos individuos interesados, regularmente aquellos con mejor preparación académica y una red de contactos más cercana a los centros de decisión, puede eventualmente incidir de alguna manera en las decisiones colectivas. Esta secuencia es la que pareciera explicar la tendencia entre quienes se perciben con mayor percepción de eficacia política interna, reduzcan también significativamente su percepción de eficacia política interna como se ve en el gráfico 24.

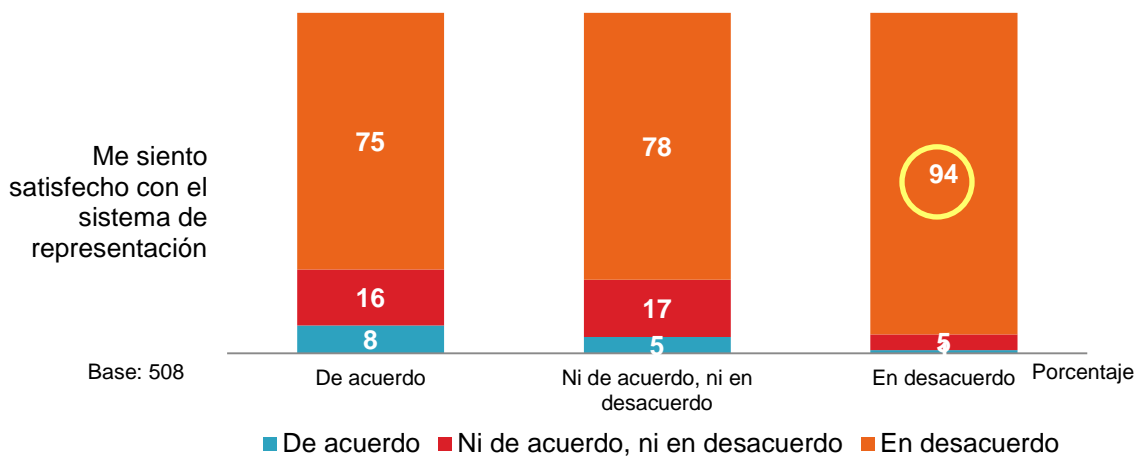
Gráfico 24:
Percepción de eficacia interna y percepción de eficacia externa
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 Yo puedo participar en las decisiones que me afectan



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

4. Existen evidencias para decir que la insatisfacción con el sistema de representación se encuentra vinculada con una pobre valoración de la percepción de eficacia política externa, que representa el 94% de los casos. El déficit más importante en la democracia es convertir los insumos sometidos al sistema en resultados concretos (gráfico 25).

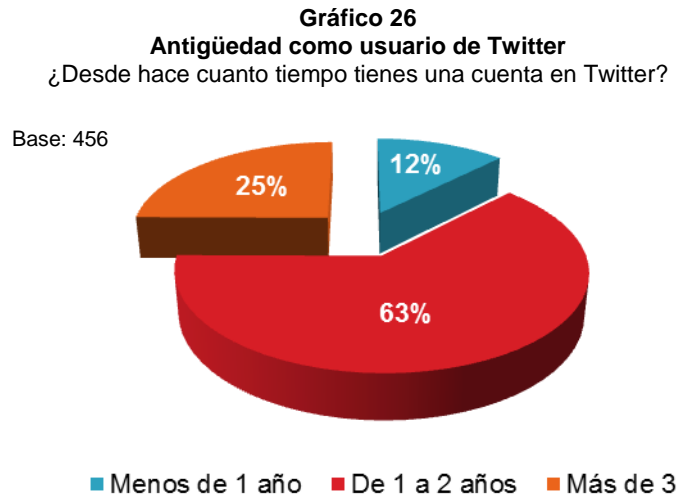
Gráfico 25:
Satisfacción con el sistema de representación y percepción de eficacia externa.
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 Yo puedo participar en las decisiones que me afectan



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

4.6) Antigüedad y tiempo invertido en Twitter

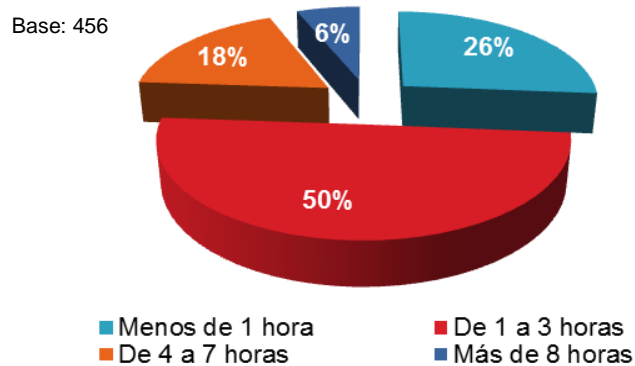
Cuando analizamos el comportamiento de los usuarios respecto al tiempo que tienen de haber dado de alta su cuenta en Twitter y el tiempo que invierten dentro de esta red, encontramos que la muestra cuenta con experiencia en el uso de la plataforma, pues más del 60% tiene entre uno y dos años con su cuenta, mientras que una cuarta parte puede considerarse entre los primeros usuarios en México con más de 3 años usando este servicio como se ilustra en el gráfico 26



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

A su vez, el comportamiento general de la muestra en cuanto al tiempo que invierten en la plataforma es significativo encontrarse que la mitad de los usuarios manifiestan que invierten entre una y tres horas diariamente en la producción y lectura de contenidos en la plataforma, seguidos por una cuarta parte que considera que sólo le toma una hora al día, mientras que un 18% admite que puede ocupar entre 4 y 7 horas, y sólo un 6% estima que puede estar más de 8 horas diarias revisando y enviando mensajes a través de este medio, como puede verse en el gráfico 27.

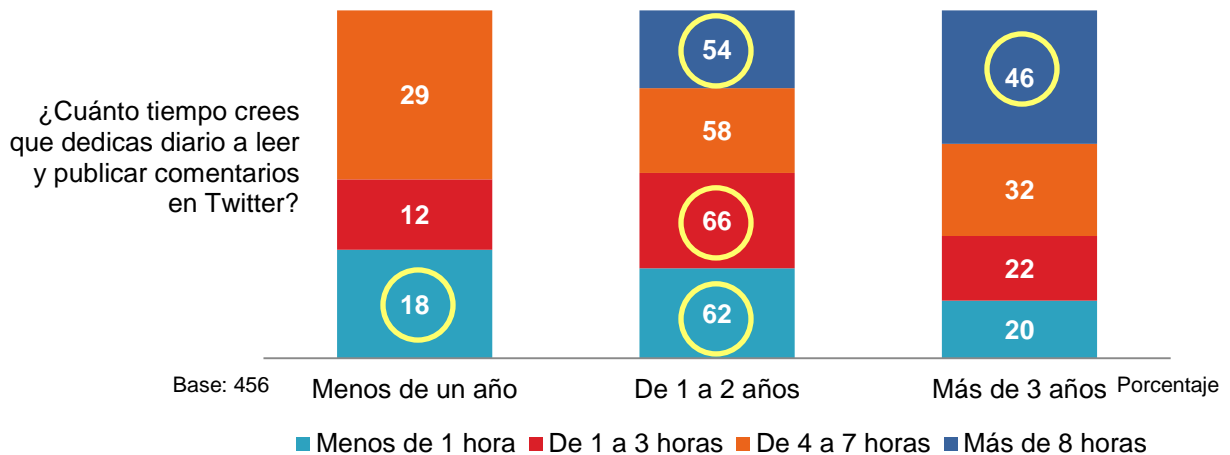
Gráfico 27
Tiempo invertido dentro de Twitter
 ¿Cuánto tiempo crees que dedicas diario a leer y publicar comentarios en Twitter?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

En primera instancia, al observar este comportamiento sería lógico presumir que invierten más tiempo en Twitter aquellas personas que acaban de llegar a la plataforma, mientras que la intensidad de uso decrece entre los usuarios para quienes el factor novedoso quedó atrás, sin embargo resulta revelador que al hacer el cruce entre ambas variables, el comportamiento de esta muestra presenta una especie de campana de Gauss invertida, donde existe una normalización de la actividad en la plataforma en la que efectivamente los nuevos miembros invierten buena cantidad de tiempo pero el uso medio se estabiliza en gran parte de la población y aquellos con más tiempo concentran también al grupo más intensivo en la producción y lectura de contenidos como puede atestiguar en el gráfico 28.

Gráfico 28
Antigüedad en Twitter vs. Tiempo invertido en la plataforma
 ¿Desde hace cuánto tiempo tienes una cuenta en Twitter?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Antigüedad, tiempo invertido y el desarrollo de la eficacia

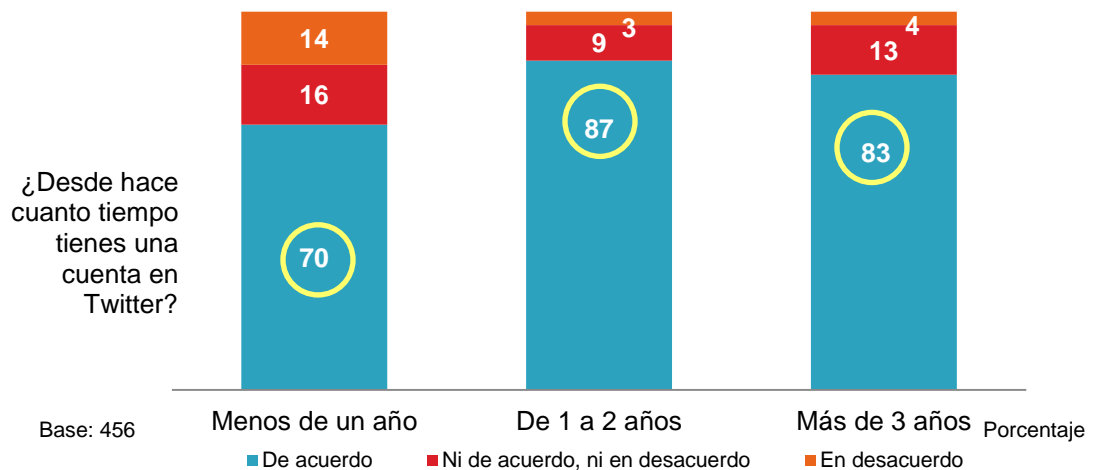
Se consideró que al vincular los niveles de eficacia con el uso concreto de Twitter como plataforma de comunicación y organización colectiva en torno a causas políticas y ciudadanas, quienes tuvieran mayor experiencia en el uso de la plataforma y posiblemente quienes invirtieran mayor tiempo leyendo y desarrollando contenidos sobre política y convocando a participar en iniciativas ciudadanas coincidirían también con aquellos que presentarían mayores niveles de autoconfianza en la comprensión de los problemas sociales y tendrían una mejor percepción de que sus gobernantes les prestaran atención.

José Merino y Ana Francisca Vega, describen que los primeros usuarios de Twitter en México, o los primeros en adoptar las tendencias tecnológicas en redes sociales (*early adopters*), son capaces de establecer buena parte de la agenda de discusión o las temáticas de deliberación pública sobre los asuntos públicos.

Ello equivale a decir que los comentarios de aquellos sujetos con mayor “trayectoria” en Twitter, pericia en el uso de sus funciones, herramientas y aplicaciones, así como aquellas personalidades públicas con mayor número de seguidores tienen un mayor peso específico en el desarrollo de las conversaciones dentro de la línea temporal (Merino y Vega 2010:18).

Al someter la antigüedad y el tiempo invertido en Twitter a pruebas estadísticas y observar la distribución de la muestra respecto a tablas de contingencia en el caso de cada uno de los reactivos de la escala de percepción de eficacia política, se encontró que la antigüedad como usuario sólo presentó una relación estadísticamente significativa en lo referente a la eficacia interna, de manera que quienes tienen más de dos años en Twitter parecen inclinarse en mayor proporción a la noción de que son capaces de comprender y participar en las decisiones que les afectan directamente, tal y como se ve presentado en el gráfico 29. Asimismo puede apreciarse que los sujetos con más de tres años utilizando la plataforma manifiestan en menor medida una alta percepción de eficacia política interna.

Gráfico 29:
Eficacia Interna y Antigüedad en el uso de Twitter
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 Yo puedo participar en las decisiones que me afectan



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

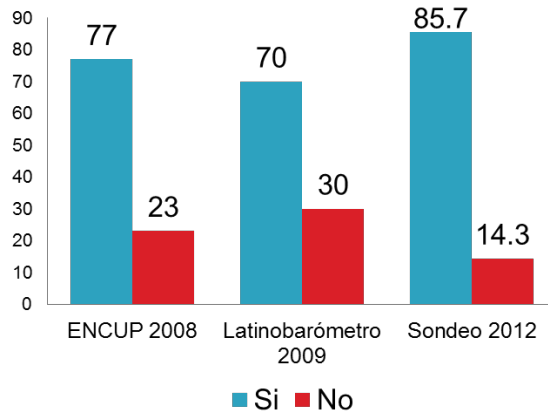
Por su parte, el tiempo invertido dentro de la plataforma no presentó ninguna relación estadísticamente significativa con la percepción de eficacia política interna o externa, ni con las otras variables referentes a la confianza o solidaridad colectiva o la satisfacción con el sistema de representación. No obstante es posible atestiguar el reforzamiento de una alta percepción de eficacia política interna en la medida que los encuestados desarrollan vínculos con terceros con características e intereses similares. Ello debido a que incrementan su capital social y sus posibilidades de producir insumos cívicos para el sistema político.

4.7) Resultados en involucramiento cívico del sondeo de usuarios de Twitter

Los encuestados para esta investigación presentaron en general un comportamiento atípico y de alta adhesión a asociaciones políticas y civiles, así como en el ejercicio de derechos políticos en comparación con estudios nacionales recientes que fueron seleccionados como parámetro, es posible que ello sea en parte un efecto de las preguntas que se utilizaron para filtrar a quienes respondieron.

Consecuentemente, manifestaron haber participado en las elecciones más recientes del lugar en el que viven el 85.7% de los encuestados, mientras que tanto en la medición de Latinobarómetro de 2009 (70%), como en la ENCUP 2008 (77%), estos porcentajes se encuentran en rangos 7 puntos porcentuales más bajos, como se ve en el gráfico 30.

Gráfico 29: Comparativo participación en elecciones
 ¿Participaste en las últimas elecciones del lugar en el que vives?



Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. Latinobarómetro 2009 y ENCUP 2008
 Elaboración propia

En el caso de la afiliación a asociaciones, destaca en cambio que el 52% de los encuestados refiere pertenecer a algún tipo de organización social, siendo destacadamente la categoría más mencionada una especie de tipo ideal para Putnam, los grupos recreativos o culturales (27%³⁴), donde existen vínculos informales y se desarrollan primordialmente relaciones de confianza, seguidos 10 puntos porcentuales por debajo las organizaciones civiles (17%), los sindicatos (12.2%), las iglesias (10.4%), las sociedades de vecinos o padres de familia (10.2%) y finalmente los partidos políticos (9.3%), como puede apreciarse en el gráfico 31.

Gráfico 31: Niveles de afiliación con los semejantes
 Identifica las asociaciones a las que perteneces



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

³⁴ Todos los porcentajes en esta sección se expresan con referencia al universo total de encuestados, es decir los 508 que participaron en este ejercicio

Si se comparan estos niveles de afiliación con los registrados en la ENCUP 2008 o la Encuesta Nacional de Filantropía (ENAFI) del mismo año, es posible confirmar que la participación en grupos recreativos y culturales es más amplia en el sondeo, y que las asociaciones de padres de familia o vecinos, así como las religiosas, lo que podría estar relacionado con la alta proporción de jóvenes estudiantes en la muestra, como se ilustra en el gráfico 32.

Gráfico 32: Comparativo de filiaciones reportadas por los mexicanos
Identifica las asociaciones a las que perteneces



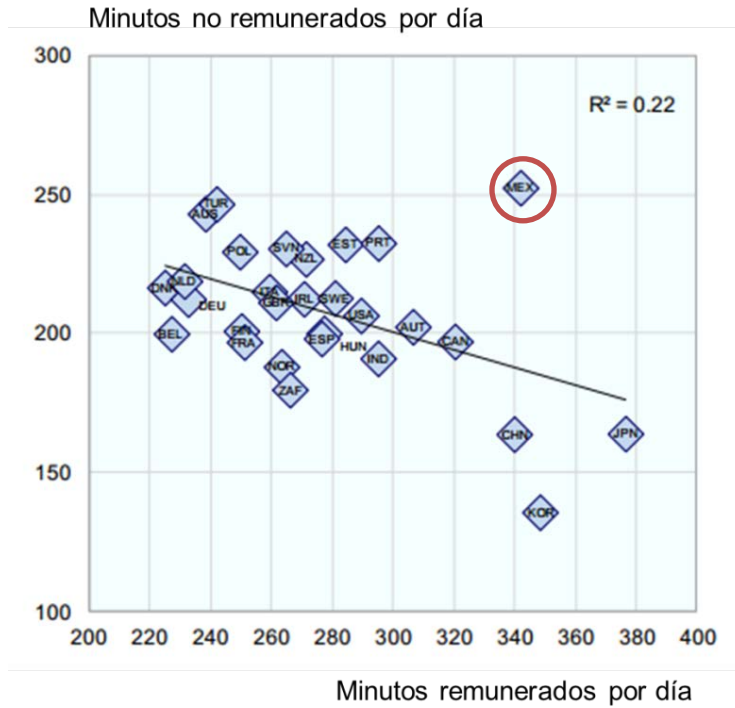
Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008 y ENAFI 2008
Elaboración propia

Las investigaciones de la escuela americana de la asociatividad y el involucramiento ciudadano, suelen tomar como parámetros el tiempo que se dedica a una organización y las posibles aportaciones financieras que se realicen a las mismas. En el primer caso, desafortunadamente no se encontraron encuestas locales recientes con una metodología similar que pudiera utilizarse para contextualizar el tiempo que invierten los mexicanos en agrupaciones cívicas.

No obstante conviene mencionar la investigación de Veerle Miranda³⁵ entre miembros de la OCDE, en la que los mexicanos aparecen entre quienes más tiempo dedican actividades productivas, promediando 10 horas de jornada laboral, a las que se suman otras 4.2 horas al día a trabajo no remunerado, como puede apreciarse en el gráfico 33 (Miranda 2011:8-10).

³⁵ En el anexo 4 se incluyen algunos comentarios adicionales sobre el trabajo no remunerado de los mexicanos

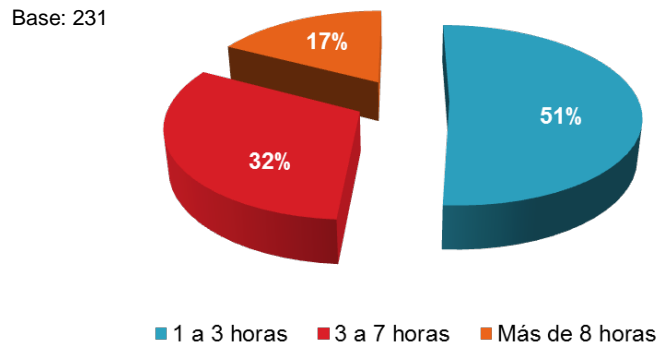
Gráfico 33:
Trabajo remunerado y no remunerado
 Minutos invertidos en la población de 15-64 años durante el período 1998-2009



Fuente: OCDE 2011; Cocinando, Cuidando y trabajando como voluntario: Trabajo sin remuneración alrededor del mundo
 Investigador: Veerle Miranda

Entre los 231 individuos que manifestaron pertenecer a una asociación en el presente sondeo, el 51% estimó que le dedica entre 1 y 3 horas a sus grupos de interés, seguidos por un 32% que consideraron emplear entre 4 y 7 horas para estos grupos y sólo un 17% que indicó invertir más de 8 horas, tal y como puede verificarse en el gráfico 34.

Gráfico 33: Involucramiento Cívico 1
 ¿Cuánto tiempo dedicas a la semana a estos grupos en total?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Estos parámetros de inversión de tiempo en grupos de interés confirman las tendencias de investigaciones previas en las que personas con alto niveles de instrucción académica e ingresos, están dispuestas dedicar parte de su tiempo a asociaciones sociales e incrementar su capital social. Asimismo se reitera que las mujeres participan ligeramente con mayor frecuencia que los hombres (6%) en asociaciones cívicas, dedican en promedio más tiempo (4%) y son marginalmente más proclives (5%) a realizar donaciones de recursos financieros, como se aprecia en la tabla de contingencia 2.

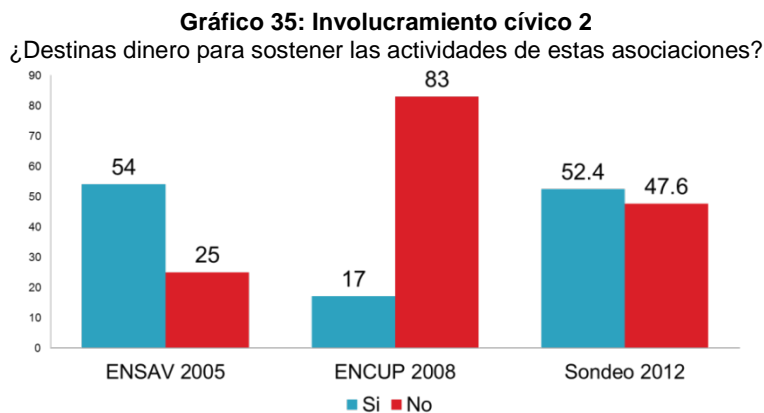
**Tabla de contingencia 2:
Pertenencia a asociaciones y asignación de recursos por género**

Base Analizada	Total	Pertenencia a asociación		Tiempo que dedica		Financiamiento	
		SI	NO	1-3h.	3 y más	SI	NO
	508	264	244	118	113	121	110
Femenino	260	141	119	67	59	63	63
%	51	54	46	57	53	53	57
Masculino	248	123	125	51	54	58	47
%	49	47	50	43	48	47	43

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

En lo referente a la disposición a contribuir con recursos financieros en el sostenimiento de organizaciones civiles, la presente investigación encontró nuevamente cifras que contrastan con los resultados públicos más recientes de las investigaciones gubernamentales de la ENCUP 2008, pero coincidentes con la Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria (ENSAV) desarrollada por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) de 2005,

De acuerdo con estos sondeos, más de la mitad de los individuos encuestados (54%) mayores de 18 años ha dado dinero a otra(s) persona(s), no parientes. Una cifra muy similar y concordante con el 52.4% de los miembros de alguna agrupación ciudadana que respondieron al sondeo de la presente investigación, quienes manifiestan aportar parte de sus ingresos personales para garantizar la permanencia de su asociación; tal y como se ilustra en el gráfico 35.



Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENSAV 2005 y ENCUP 2008
Elaboración propia

Como ya lo anticipan los teóricos de la acción colectiva, las personas no se encuentran naturalmente predispuestas a donar parte de sus preciados recursos limitados, ya sea en tiempo o ingresos a una causa común. Queda entonces pendiente el responder desde la teoría de la auto-eficacia el porqué alguien estaría dispuesto a comprometer su tiempo o finanzas para el sostén de un grupo.

4.8) El sentimiento de pertenencia

Vanessa Bouché, explica que uno de los factores más relevantes para el involucramiento cívico es la adscripción a un grupo y el desarrollo de una alta sensación de comunidad (*community sense*); es decir, la generación de vínculos estables entre los participantes de una asociación, ya que se espera que estos tengan también una incidencia directa en la percepción de eficacia política.

Afirma que así como los individuos tienen sentimientos acerca de su propia capacidad para marcar una diferencia política, deben tener sentimientos acerca de su capacidad para producir una diferencia política sobre cuestiones relacionadas con su identidad más importante (Bouché 2010:6). Insiste además que esta noción sólo se circunscribe a colectivos con un "destino común", vinculado a través de la experiencia compartida y con altos niveles de conciencia de grupo.

Con el fin de describir este fenómeno y presentar un índice de relaciones relevantes y "duraderas" al interior de un cuerpo, propone una batería de preguntas que toman como referente la construcción de una identidad común. Estos reactivos pretenden evidenciar los procesos personales de significación a propósito de la pertenencia a una organización y al mismo tiempo refrendar los procesos internos que promueven las percepciones de eficacia al interior de las asociaciones (Bouché 2010:19). Visto desde esta perspectiva, el involucramiento político

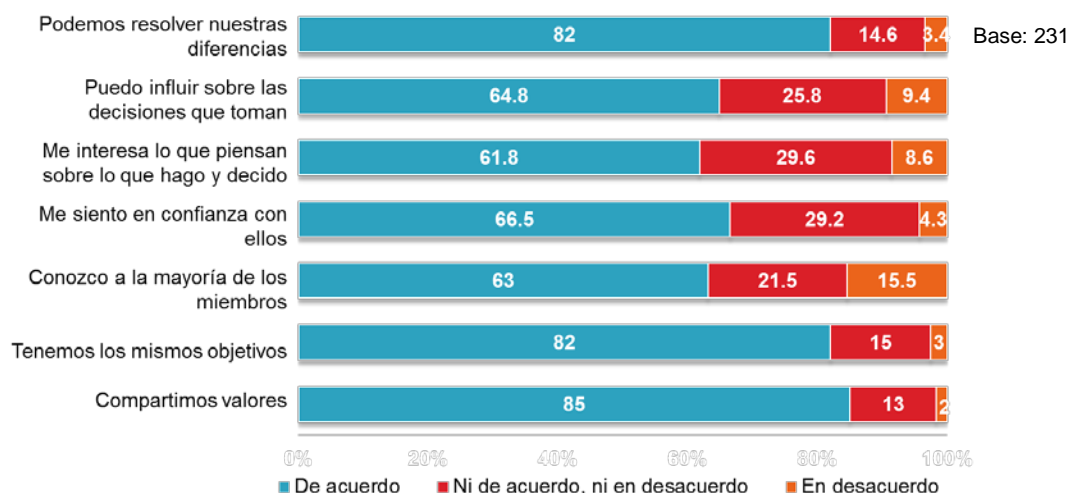
constituye una actitud hacia la política, con dimensiones cognitivas, afectivas, y de comportamiento (Eagly and Chaiken 1993)

La presente investigación retomó aquellos reactivos que en el trabajo de Bouché registraron una relación estadísticamente significativa sobre los niveles de percepción de eficacia política interna y externa. En general se encontró que los encuestados refieren un fuerte sentido de pertenencia respecto de los grupos a los que se adscriben, principalmente debido a que comparten valores, objetivos y han desarrollado mecanismos adecuados para resolver sus discrepancias internas.

En el sentido opuesto llama la atención el porcentaje que refiere no conocer a los miembros de su grupo (15.5%), perciben que no pueden influir en decisiones colectivas (9.4%) ó manifiestan desinterés sobre la opinión que tienen los miembros de su grupo sobre sus decisiones personales (8.6%), como es posible comprobar en el gráfico 36.

Gráfico 36: Sentimiento de pertenencia

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Si los reactivos anteriores se analizan a la luz del tiempo destinado y los recursos aportados a las organizaciones, existen sensibles determinantes de la valoración de cada reactivo, que en algunos casos pueden leerse incluso como precursores del comportamiento, entre ellos destacan particularmente;

- a) Quienes comparten objetivos son más proclives a aportar recursos financieros a una organización (tal como lo anticipan Olson y Downs) como se ve ilustrado en la tabla de contingencia 3.

**Tabla de contingencia 3:
Objetivos comunes y recursos dedicados**

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces en general

Base Analizada	231	Tiempo que dedica		Financiamiento	
		1-3 hrs	3 y más	SI	NO
Compartimos objetivos	Total	118	113	121	110
De acuerdo	189	98	91	105	84
%	82	83	81	87	76
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	36	18	18	14	22
%	16	15	16	12	21
En Desacuerdo	6	2	4	2	4
%	2	2	4	1	3

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

- b) Quienes disponen de más tiempo en las organizaciones a las que pertenecen llegan a conocer mejor sus integrantes y desarrollan mejores vínculos de integración con ellos, como se aprecia en la tabla de contingencia 4.

**Tabla de contingencia 4:
Conocimiento de miembros y recursos dedicados**

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces en general

Base Analizada	231	Tiempo que dedica		Financiamiento	
		1-3 hrs	3 y más	SI	NO
Conozco a los miembros	Total	118	113	121	110
De acuerdo	147	70	76	78	68
%	63	59	67	64	62
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	50	28	21	25	25
%	22	24	19	21	22
En Desacuerdo	36	20	15	18	17
%	15	17	13	15	16

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

- c) Quienes invierten más tiempo en los grupos a los que se adscriben, también desarrollan relaciones de confianza respecto del resto de los miembros de ese colectivo y al mismo tiempo coinciden con una mayor disposición a aportar recursos financieros, como se puede ver en la tabla de contingencia 5.

**Tabla de contingencia 5:
Percepción de confianza y recursos dedicados**

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces en general

Base Analizada	231	Tiempo que dedica		Financiamiento	
		Total	1-3 hrs	3 y más	SI
Me siento en confianza		118	113	121	110
De acuerdo	155	73	80	84	70
%	66.5	62	71	69	64
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	68	41	27	34	33
%	29.2	35	23	28	29
En Desacuerdo	10	4	6	3	7
%	4.3	3	5	2	6

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

- d) Mientras más tiempo y recursos financieros se destinan a un colectivo, las opiniones del resto de los miembros se vuelven más relevantes para quienes participan en ellos, como se presenta en la tabla de contingencia 6.

**Tabla de contingencia 6:
Autocensura y recursos dedicados**

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces en general

Base Analizada	231	Tiempo que dedica		Financiamiento	
		Total	1-3 hrs	3 y más	SI
Me interesan sus opiniones sobre mis decisiones		118	113	121	110
De acuerdo	143	69	74	78	65
%	63	58	65	64	59
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	68	38	30	36	31
%	30	32	26	30	28
En Desacuerdo	20	11	9	7	13
%	7	9	8	6	12

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

- e) Quienes dedican más tiempo y destinan más recursos a su organizaciones presentan percepciones de influencia sustantivamente superiores (4 y 7 puntos porcentuales respectivamente) respecto de quienes eligen tener participaciones más discretas como se aprecia en la tabla de contingencia 7.

**Tabla de contingencia 6:
Capacidad de influencia y recursos destinados**

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces en general

Base Analizada	231	Tiempo que dedica		Financiamiento		
		Total	1-3 hrs	3 y más	SI	NO
Puedo influir sobre las decisiones			118	113	121	110
De acuerdo	143	69	74	78	65	
%	62	58	62	66	59	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	68	38	30	36	32	
%	29	31	20	30	29	
En Desacuerdo	20	11	9	7	13	
%	9	11	9	4	12	

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

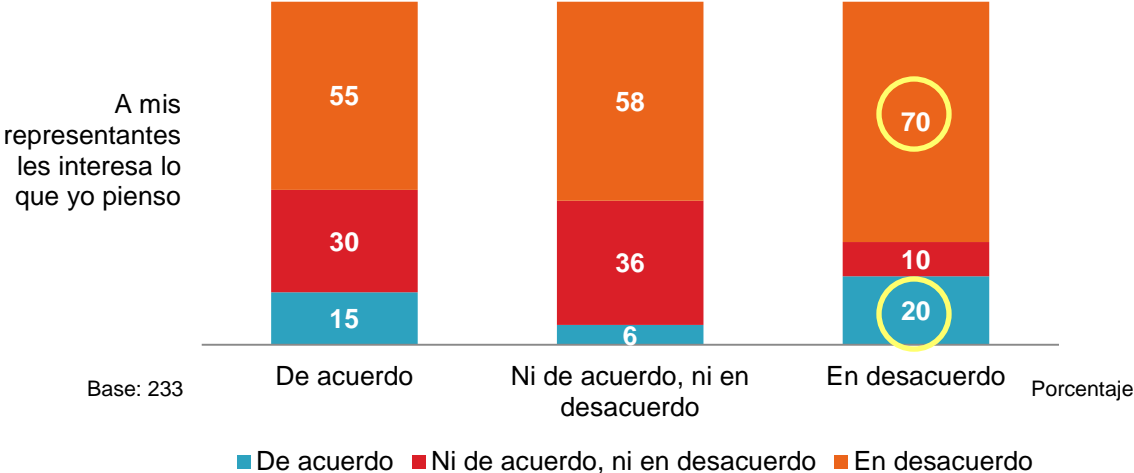
Curiosamente los recursos dedicados en las asociaciones no parecen tener relaciones estadísticamente significativas con los reactivos sobre las percepciones referentes a compartir valores y la capacidad de los grupos para resolver sus discrepancias internas; lo que puede interpretarse como un buen indicador sobre los mecanismos de participación y la vida interna de las asociaciones representadas en este sondeo en general, pues a pesar de que quienes invierten más tiempo y dinero se perciben sensiblemente más influyentes en las determinaciones de los grupos, el resto de sus miembros asumen este hecho con normalidad y son capaces de ajustarse a las normas generales de resolución de conflictos, lo que anticiparía una adecuada formación o reforzamiento de los valores democráticos para sus participantes.

En suma puede decirse que se registra un alto sentimiento de pertenencia entre los miembros de las asociaciones representadas en el presente sondeo, y en general el tiempo invertido en ellos, así como los recursos financieros aportados para su sostenimiento, resultan relevantes para reforzar el conocimiento y la confianza con los otros miembros de estos colectivos, así como para incrementar el nivel individual de influencia al interior de los mismos.

Es importante decir también que en lo referente a las relaciones estadísticamente significativas entre los reactivos que integran la escala del sentimiento de pertenencia a un grupo y los reactivos de la escala de percepción de eficacia política, únicamente destaca el que un integrante se interese por las opiniones de los miembros de su grupo respecto a las decisiones de su vida personal.

De acuerdo con el gráfico 37, los sujetos que menos se interesan por las opiniones de las personas de su grupo de interés, son también aquellos que presentan una posición más resolutiva (y por tanto menos dubitativa) respecto a su percepción de eficacia política externa, ya sea favorable o desfavorablemente respecto de sus gobernantes.

Gráfico 37
Autocensura colectiva en grupos de interés y percepción de eficacia política externa
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces...
 Me interesa lo que piensan sobre lo que hago y decido



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

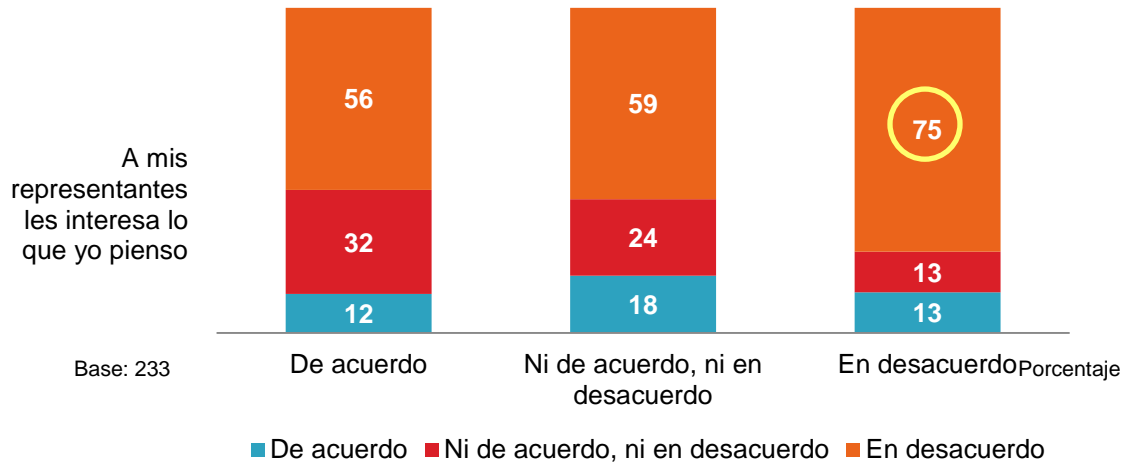
El otro reactivo de la escala de sentimiento de pertenencia que presentó una relación estadísticamente significativa con la percepción de eficacia política externa, se presentó entre aquellos que consideran que dentro de sus grupos no existen mecanismos adecuados de resolución de diferencias y que en un alto porcentaje manifiestan que tampoco consideran que sus representantes pongan atención a sus opiniones como puede comprobarse en el gráfico 38.

Un rasgo que más bien identifica el comportamiento consistente de este grupo de individuos pues en mayor proporción las personas consideran que los conflictos se resuelven adecuadamente al interior de sus grupos de interés.

Gráfico 38

Mecanismos de resolución de conflictos y eficacia externa

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases sobre las asociaciones a las que perteneces...
Podemos resolver nuestras diferencias



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

4.9) Insumos para el sistema democrático

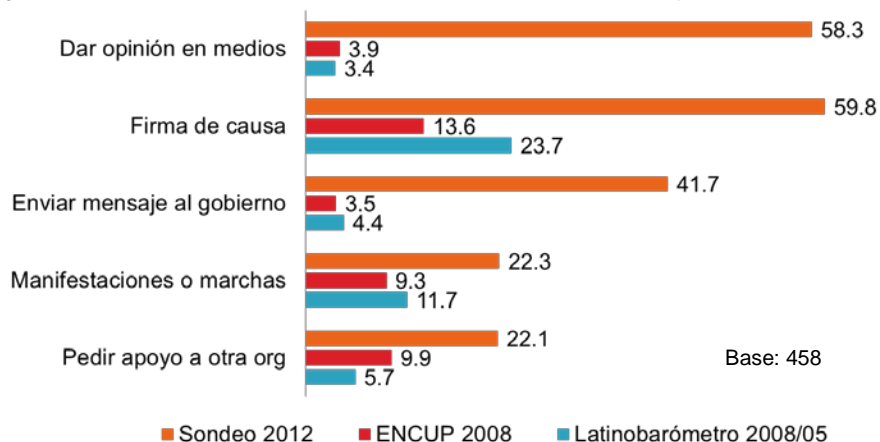
En concordancia con lo descrito por Easton respecto al adecuado funcionamiento de un sistema democrático, los usuarios de Twitter encuestados en la presente investigación manifestaron muy altos niveles de participación en la activación de mecanismos para solicitar la rendición de cuentas del gobierno, o proveedores de bienes y servicios, en la adhesión a causas solidarias o para entablar diálogos de orientación política.

Nuevamente en la descripción de este fenómeno, se retomaron como parámetros de comparación, las respuestas proporcionadas por ciudadanos mexicanos durante la ENCUP 2008 ó en los registros públicos que incluyeron estos reactivos de la serie Latinobarómetro en sus ediciones 2005 y 2008.

En general y como se presenta en los gráficos 39, 41 y 41 la forma más socorrida de participación cívica fuera de los comicios es la recopilación de firmas alrededor de una causa, que en todos los instrumentos de medición apareció entre los 3 porcentajes más altos, seguida por la posibilidad de expresar opiniones personales a través de un medio de comunicación masivo, que en comparación con el otro par de muestreos, representa posiblemente el diferencial más significativo de todos los indicadores expuestos con más de 50 puntos porcentuales en comparación de lo reportado por la ENCUP o Latinobarómetro; asimismo el voluntariado (las horas de trabajo en favor de los demás no remuneradas) como se comprobó previamente, constituye el otro vehículo de involucramiento cívico más referido por los encuestados tanto del presente sondeo como de Latinobarómetro.

Gráfico 38: Comparativo de insumos del sistema democrático 1

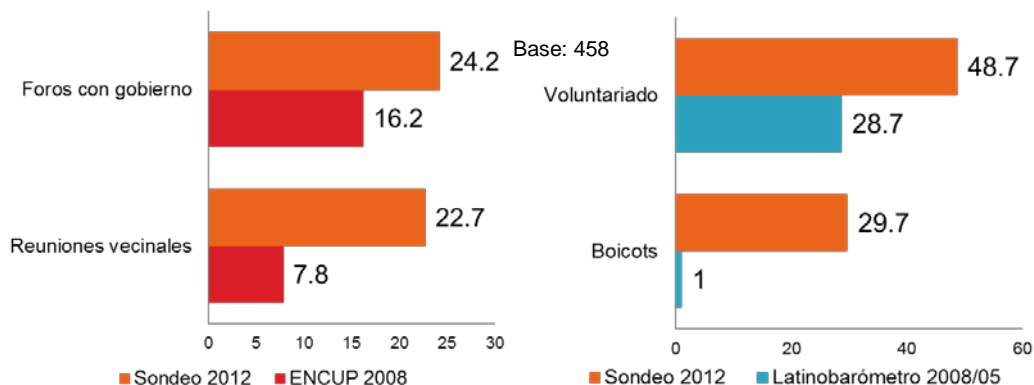
De la siguiente lista de actividades marca todas aquellas en las que hayas participado en el último año



Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008 y Latinobarómetro 2008/2005
Elaboración propia

Gráficos 39 y 40: Comparativo de insumos del sistema democrático 2 y 3

De la siguiente lista de actividades marca todas aquellas en las que hayas participado en el último año



Fuente: Comparativo propio; Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012 vs. ENCUP 2008 y Latinobarómetro 2008/2005
Elaboración propia

En este ejercicio de comparación, es de notar también que en todos los rubros se refieren porcentajes de participación más altos respecto a todas las mediciones previas, mientras que sólo un 8% comentó no haber participado en ninguna de estas actividades, el equivalente a 37 casos.

El que esto suceda, una vez más puede estar estrechamente relacionado por un lado con la composición de la muestra con un porcentaje muy alto de personas con alto grado educativo, y por tanto más proclives a participar en estas dinámicas como lo indica la teoría, y por el otro con el hecho de que debido también al rango de edad y nivel socioeconómico, las personas que participaron en la muestra tal vez se encuentran en Twitter como consecuencia de participar en una asociación con alta exposición a este medio, ya sea un instituto político como un partido o una organización civil.

Destaca también que el porcentaje más similar a las mediciones previas sea la participación en foros con representantes de gobierno, y en cambio las manifestaciones o marchas aparezcan entre los recursos con menor adscripción. Esto último ha sido uno de los aspectos que más críticas han producido alrededor de los usuarios de Twitter, a quienes se les ha calificado de “activistas de sofá”.

Los postulados de Putnam, reforzados en alguna medida por el sentimiento de pertenencia descrito por Bouché, nos sugieren que cabría esperar que quienes participan en asociaciones, produzcan más insumos o demandas para el sistema político en su conjunto, e incluso se presenten diferencias estadísticamente significativas en función de los recursos que comprometen al interior de estos colectivos. Ello se ve reflejado a través de los resultados del sondeo de la presente investigación en algunos casos en particular, sin embargo vale la pena detenerse brevemente para realizar un análisis de este cruce de variables presentado en la tabla de contingencia 8.

Tabla de contingencia 8
Insumos al sistema democrático, pertenencia a asociaciones y recursos asignados

Base Analizada	475	Pertenencia a asociación		Tiempo que dedica		Financiamiento	
		Total	SI	NO	1-3 hrs	3 y más	SI
Insumos al sistema democrático		231	244	118	113	121	110
Firma de causa	274	145	129	73	72	78	66
%	58	63	53	62	64	66	60
Opinión en medio	267	140	127	64	74	82	56
%	56	61	52	54	65	68	51
Voluntariado	223	147	76	69	67	86	60
%	47	63	31	58	59	71	55
Mensaje directo a político o juez	191	113	78	41	70	63	48
%	40	49	32	35	62	52	44
Boicots	136	73	63	30	43	37	35
%	29	32	26	25	38	31	28
Foros con gobierno	111	82	29	29	52	50	31
%	23	35	12	25	46	41	28
Reuniones vecinales	104	65	39	37	26	37	26
%	22	28	16	31	23	31	24
Manifestaciones o marchas	102	62	40	25	37	38	24
%	21	27	16	21	33	26	22

Pedir apoyo a otra organización	101	76	25	24	52	47	28
%	21	33	10	20	46	39	25
Solicitud de información	93	55	38	22	32	31	23
%	20	24	16	19	28	26	21
Campañas política	63	51	12	21	29	27	23
%	12	19	5	18	26	22	21

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

En este ejercicio podemos ver que en la firma de causas existe una distribución normalizada de la muestra, mientras que como habíamos anticipado en secciones anteriores, la pertenencia a una asociación, dedicarle más de 3 horas a la semana y destinar recursos para su sustento, resultan componentes esenciales en las actividades y trabajo no remunerado a determinadas causas; elementos que también coinciden como factores relevantes en la participación de los individuos en foros de diálogo con el gobierno, las solicitudes de apoyo a otras organizaciones, y en menor medida, en la disposición de enviar mensajes directos a gobernantes y jueces.

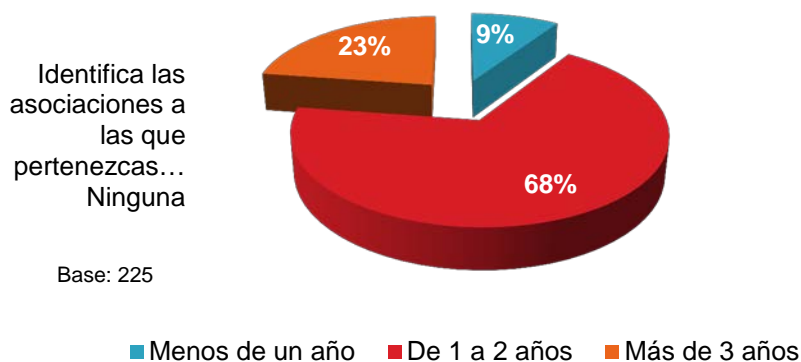
El financiamiento a las organizaciones y el destinar más tiempo dentro de ellas, parece incidir en cambio en incrementar las posibilidades de participar en medios de comunicación masiva expresando opiniones personales, mientras que el solo hecho de invertir más tiempo dentro de una agrupación o colectivo, mantiene una relación estadísticamente más significativa con quienes asisten a manifestaciones o marchas.

Por otro lado, algunas investigaciones han documentado también que quienes poseen mayores niveles de conocimiento político y manifiestan mayor interés en los asuntos públicos nacionales, suelen también estar más dispuestos a contribuir a las campañas políticas o candidatos. Al mismo se ha comprobado que el reclutamiento de estas personas, se realiza entre conocidos y vínculos profesionales, es decir no entre amigos o familiares como círculos primarios, y esto produce que se presenten menos discusiones entre sus miembros o se desarrolle un amplio involucramiento cognitivo, debido a las más altas barreras sobre este tipo de actividad (Walker 2008:127).

En contraste con este tipo de actuación, estas mismas investigaciones han documentado que quienes ejercen el derecho de petición, suelen estar determinados fundamentalmente por un compromiso cognitivo, a través de vínculos fuertes, es decir conocidos o familiares, con lo que se refrendan las observaciones de Verba y sus colegas (1995), quienes estimaron que las invitaciones de participación por parte de emisores primarios, es decir amigos cercanos y miembros de la familia son a menudo más eficaces que las peticiones de otros individuos (Walker 2008:137)

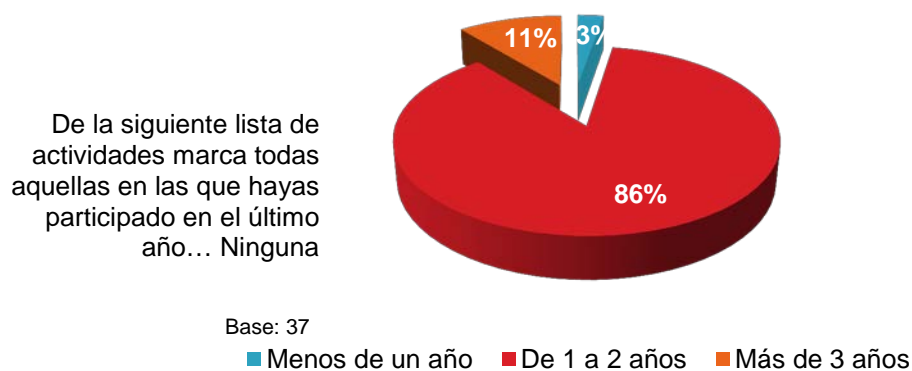
No obstante a lo anterior, aquellas personas que manifiestan no pertenecer a ningún grupo de interés (225 personas), son mayoritariamente usuarios cuyas cuentas en Twitter tienen uno o dos años de antigüedad (153 personas o 68%), y quienes no se involucran en ninguna actividad cívica (37 personas) son también en mayor proporción (32 personas ú 86%) sujetos de reciente incorporación a la plataforma de microblogging (con una antigüedad de la cuenta menor a dos años) como queda evidenciado en los gráficos 42 y 43.

Gráfico 42
Antigüedad en Twitter y no pertenencia a ninguna organización cívica
 ¿Desde hace cuanto tiempo tienes una cuenta en Twitter?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Gráfico 43
Antigüedad en Twitter y no aportación de insumos a la vida pública
 ¿Desde hace cuanto tiempo tienes una cuenta en Twitter?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

De esta manera, las personas con uno o dos años utilizando Twitter están progresivamente siendo expuestas tanto a nuevas organizaciones, como a nuevas formas de participar en la vida pública a través de la red. Ello sustenta el que se considere que Twitter cuenta con un potencial movilizador

para quienes se van incorporando a la plataforma y no cuentan con experiencias asociativas o de participación en actividades cívicas previas.

4.10) El involucramiento cívico y los indicadores de percepción de eficacia política

Hasta este punto podemos afirmar que los indicadores sobre “involucramiento ciudadano” proporcionan información limitada por sí mismos, ya que únicamente son capaces de dilucidar tendencias de asociatividad de las personas, así como su disposición a donar tiempo para trabajar en tareas comunes o aportar una parte de sus ingresos financieros con el fin de sostener a estas organizaciones. No obstante, podría esperarse que quienes manifiestan un mayor nivel de compromiso (o involucramiento) en estos grupos, coincidan también con una perspectiva más favorable sobre su rol particular en la integración social y la obtención de consensos en el sistema democrático.

Al realizar el nuevo cruce de variables con las percepciones de eficacia política en la presente investigación, fue posible identificar los siguientes elementos:

- a) En el caso de la percepción de eficacia interna, los componentes que aparecen con mayor peso para producir la sensación de que se cuenta con la capacidad de incidir en las decisiones colectivas; son en primer lugar, una mayor inversión de tiempo dedicada a una asociación, y en segundo; el hecho de pertenecer a algún grupo como lo anticipan Putnam y Bouché, y como puede verificarse en la tabla de contingencia 9.

Tabla de contingencia 9:
Percepción de eficacia política interna vs. pertenencia a asociaciones y recursos asignados
Menciona si estás de acuerdo con las siguientes frases... Yo puedo participar en las decisiones que me afectan

Base Analizada	508	Pertenencia a asociación		Tiempo que dedica		Financiamiento	
		SI	NO	1-3 hrs	3 y más	SI	NO
Eficacia Interna		264	244	118	112	212	109
De acuerdo	429	235	194	100	105	110	95
%	89	89	79	85	94	91	87
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	56	21	36	12	4	5	11
%	8	8	15	10	4	4	10
En Desacuerdo	23	9	14	6	3	6	3
%	3	3	6	5	3	5	3
Promedio	6.40	6.57	6.20	6.39	6.73	6.58	6.53

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

- b) La percepción de eficacia política externa presenta un comportamiento similar, sólo en el hecho de que quienes no pertenecen a alguna asociación, tienen significativamente (14%) una percepción más pobre sobre la sensibilidad de las autoridades hacia sus opiniones, confirmando la tesis de autoeficacia colectiva esbozada por Bouché, mientras que confirma las advertencias de Olson, respecto a que quienes no contribuyen en la provisión de un bien público (*free riders*), toda vez que usufructúan del esfuerzo de otros, no cuentan con incentivos para involucrarse más y pueden, como en este caso tener una mejor percepción de incidencia en el grupo y en las autoridades, aun cuando ellos mismos no participen en financiar un proyecto colectivo, tal y como se puede apreciar en la tabla de contingencia 11.

Tabla de contingencia 11
Eficacia externa vs. pertenencia a asociaciones y recursos asignados

Base Analizada	508	Pertenencia a asociación		Tiempo que dedica		Financiamiento	
		SI	NO	1-3 hrs	3 y más	SI	NO
Eficacia Externa		264	244	118	112	212	109
De acuerdo	61	41	22	11	18	15	15
%	12	15	9	9	16	12	14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	125	76	49	36	33	31	38
%	25	28	20	31	29	26	35
En Desacuerdo	322	152	173	71	61	75	56
%	63	57	71	60	54	62	51
Promedio	2.46	2.76	2.15	2.47	2.85	2.51	2.87

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

- c) La tendencia anterior se percibe claramente confirmada en la tabla de contingencia 10, en donde los rentistas no participantes (ó *free riders*), presentan también un menor descontento con el sistema de representación en general, lo que en concordancia con las tendencias anteriormente descritas, pudiera tener su origen justamente en que los beneficios marginales que reciben, los obtienen de las autoridades y otros grupos, a pesar de que no contribuya con ninguno. Lo que se confirma también cuando se observa a quienes dedican más tiempo a sus grupos.

Tabla de contingencia 10:
Satisfacción con el sistema de representación vs. pertenencia a asociaciones y recursos asignados

Base Analizada	508	Pertenencia a asociación		Tiempo que dedica		Financiamiento	
		SI	NO	1-3 hrs	3 y más	SI	NO
Satisfacción con representación		264	245	118	112	212	109
De acuerdo	14	10	4	6	2	3	5
%	3	4	2	5	2	2	5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	46	24	21	12	9	8	13
%	9	9	9	10	8	7	12
En Desacuerdo	448	235	219	100	101	110	91
%	88	87	89	85	90	91	83
Promedio	1.44	1.49	1.37	1.61	1.35	1.35	1.63

Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Curiosamente la confianza colectiva es ligeramente mayor entre quienes no participan en asociaciones (6%), mientras que la solidaridad colectiva es evaluada un poco mejor entre quienes pertenecen a una asociación pero dedican menos tiempo en ella y no aportan recursos para su sostenimiento.

Esto último una vez más pone de manifiesto, por un lado que quienes participan en asociaciones aunque manifiestan un alto sentido de cohesión con sus grupos, no transfieren su confianza al resto de la sociedad. Ello puede deberse en parte, a que la distribución de bienes obtenidos mediante esfuerzos colectivos regularmente no discrimina entre quienes aportaron o no a esta causa.

Las evidencias anteriores confirman que los grupos de interés incrementan efectivamente las expectativas respecto a los conciudadanos y la disposición a producir insumos colectivos para el sistema democrático. Las asociaciones entre personas con diferentes antecedentes, valores e incluso procedentes de diferentes sub-comunidades inevitablemente incrementan el capital social para todas las partes, así como su capacidad para difundir la información, manifestarse (marchas), ampliar su base, llevar a cabo acciones en beneficio colectivo (voluntariado), contribuir en la discusión de un asunto en particular (recabar firmas o ejercer el derecho de petición), compartir intereses respecto al gobierno (participar en campañas) o cabildear (foros con el gobierno) (Kerr 2009:19).

Esto resulta relevante, pues coincide con una serie de investigaciones recientes, las cuales han encontrado que las asociaciones incentivan la participación política, ya que promueven el debate político, la formación de una conciencia de intereses comunes, el compromiso psicológico y el conocimiento de los asuntos públicos, así como la movilización alrededor de temáticas de interés entre los miembros de la comunidad. (Walker 2008:117)

Como fue señalado en el capítulo 2, este enfoque clásico o tradicional sobre el ejercicio de la ciudadanía, ha sido también denominado la perspectiva del ciudadano obligado, cuya característica principal es que los individuos participan en la vida cívica, y como se detalló, desarrollan sus percepciones sobre eficacia colectiva, a través de grupos organizados, que van desde los clubes cívicos hasta los partidos políticos, y por medio de los cuales se nutre de información a los individuos en la socialización, y en general en el desarrollo habitual de la vida pública, marcado por un sentido del deber personal. (Bennett, Wells & Freelon 2011:838).

Visto desde esta óptica se asumen objetivos pedagógicos de la participación cívica entendidos en términos de conocimiento político, habilidades de participación y actitudes cívicas, (Hildreth 2004:3) sin embargo, las evidencias presentadas que se analizaron en esta muestra, a pesar de contar con niveles atípicos de participación en diversas asociaciones, así como en la activación de herramientas de interacción con el gobierno más allá de los comicios, no aportaron datos duros suficientes para afirmar que la pertenencia a grupos, altos niveles de identificación con los mismos o su vida normativa (sentimiento de pertenencia o *civic engagement*), e incluso el grado de recursos comprometidos en las mismas (en términos de tiempo o finanzas) producen diferencias estadísticamente significativas respecto a las percepciones de eficacia política que desarrollan los ciudadanos en lo particular. Ello conduce a considerar que los usuarios de Twitter no presentan un comportamiento que encuadre adecuadamente con el enfoque tradicional y obliga a considerar una óptica alternativa de involucramiento cívico posmoderna situacional o determinada por las coyunturas.

4.11) Hábitos informativos y la viabilidad del involucramiento situacional

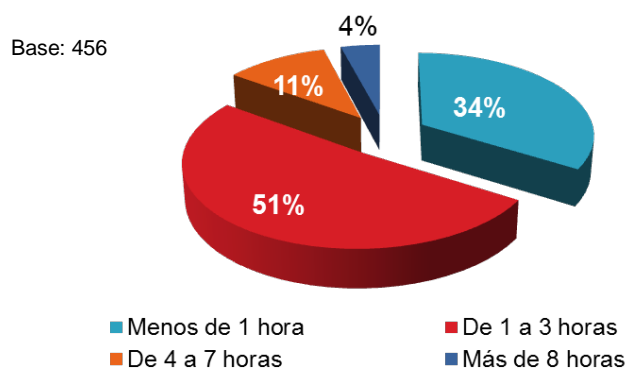
En relación al involucramiento situacional, las bases teóricas que se han discutido sugieren que el círculo virtuoso de la participación, no solamente inicia con buenos hábitos informativos de los individuos interesados en los asuntos colectivos, sino que retoma impulso cuando las acciones emprendidas para tratar de influir sobre las decisiones de gobierno no rinden los resultados en términos de las reacciones emprendidas en relación con las esperadas y el compromiso adoptado es razón suficiente para continuar realizando los esfuerzos necesarios para obtener la atención pública.

Eso fue lo que vivió por ejemplo el vocero de Artículo 19, Antonio Martínez Velázquez (@antoniomarvel), quien en entrevista comentó que su interés y actividad se trasladó a Twitter desde su blog personal y sus publicaciones en Facebook, pues cuando encontró coincidencias con el movimiento de “anulistas” en 2009 decidió sumarse a esta causa, que encontró a muchos críticos a su postura entre la sociedad civil, y no obstante reconoce que encontrar a personas que coincidieran con él, así como responder con argumentos a quienes lo cuestionaron resultó una experiencia enriquecedora, de modo que asume su tiempo invertido en Twitter como una tarea muy seria de articulación de agendas públicas y formación de coaliciones ciudadanas. Reconoce que el valor de este servicio de red social radica en conectar a nodos coincidentes.

En el caso del sondeo realizado para la presente investigación, llama la atención que los usuarios de Twitter refieren en un 51% que ocupan entre una y tres horas diarias para informarse sobre el acontecer en el lugar en el que viven, seguido por un 34% que manifiesta utilizar menos de una hora de su tiempo a diario para este fin, seguido de un 11% que refiere dedicar entre cuatro y siete horas a esta labor, mientras que sólo un 4% dice que ocupa ocho horas para desarrollar este ejercicio; como puede verificarse en el gráfico 44. Lo que sugiere que se trata de un grupo de ciudadanos que se encuentra relativamente informado sobre el acontecer diario

Gráfico 44: Tiempo invertido en informarse

¿Cuánto tiempo crees que inviertes diario informándote sobre las decisiones, leyes y problemas que afectan el lugar en el que vives?

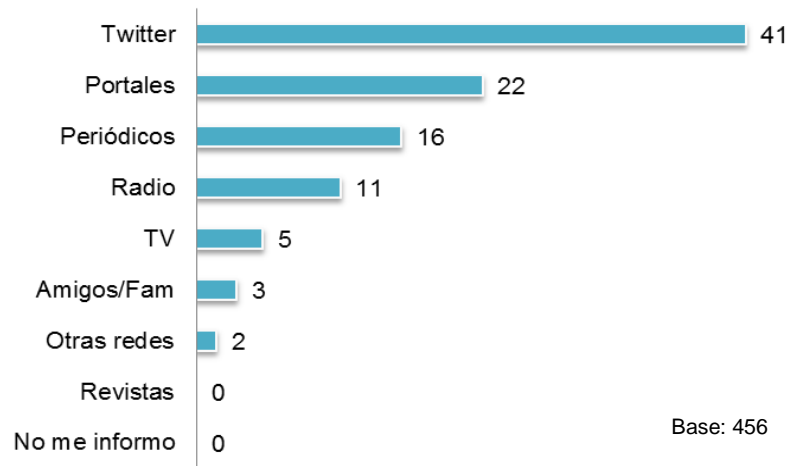


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

En cuanto a los medios de información a través de los cuales se informan regularmente Twitter ocupa el primer lugar (41%) de primeras menciones, seguida por los portales de noticias en línea (22%), relegando en tercer sitio a los diarios (16%), la radio (11%) y la televisión (5%) como puede apreciarse en el gráfico 45 respecto su medio predilecto de información

Gráfico 45: Medio de información regular predilecto (primera mención)

Ordena los 3 medios a través de los cuales te informas regularmente sobre las decisiones, leyes y problemas que afectan el lugar en el que vives

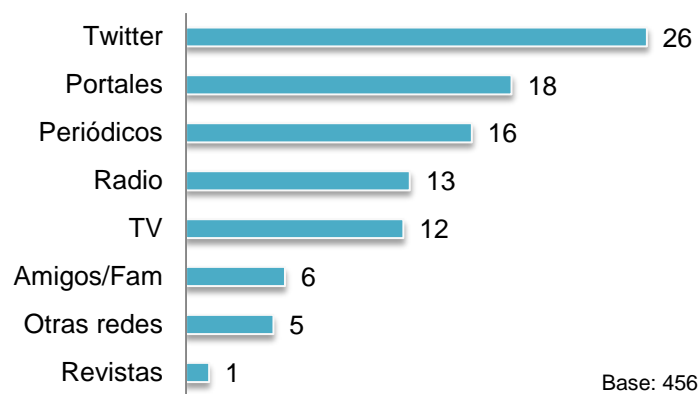


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Este efecto se atenúa al observar la información agregando las tres opciones de respuesta, de modo que aunque Twitter continúa apareciendo como la primera referencia informativa de sus usuarios (26%), se puede apreciar que un porcentaje similar consulta regularmente portales (18%) y periódicos (16%), ubicando a la radio (13%) apenas por encima de la televisión (12%), los amigos y familiares (6%), otras redes (5%) y revistas (1%) como puede comprobarse en el gráfico 46.

Gráfico 46: Medio de información regular agregado

Ordena los 3 medios a través de los cuales te informas regularmente sobre las decisiones, leyes y problemas que afectan el lugar en el que vives



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Los datos referidos permiten inferir que si bien usuarios mayormente jóvenes, educados y sofisticados en el uso de herramientas digitales que participaron en el sondeo, cuentan con una

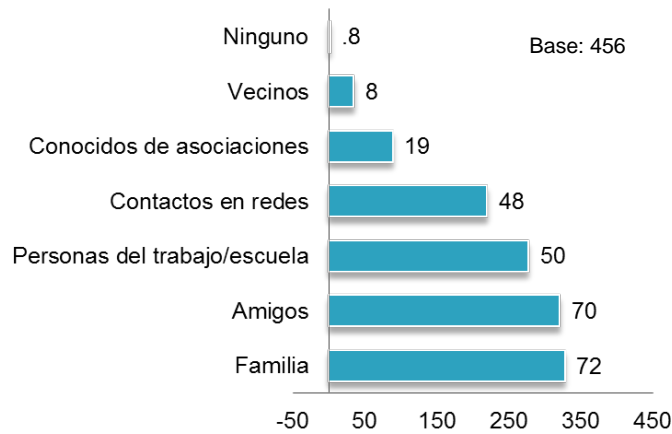
De acuerdo con la pasada ilustración se identifica que las palabras SOPA, elecciones, seguridad, Tarahumara y Peña son las cinco palabras referidas con mayor frecuencia de manera espontánea entre este grupo de usuarios. A este respecto resulta conveniente comentar que de acuerdo con el buscador de noticias PR Newswire en medios escritos (portales de Internet, revistas y diarios), estas palabras aparecieron referidas al menos una vez. Seguridad fue el concepto más mencionado que se encuentra en 9,968 notas periodísticas y columnas, se realizaron 4,227 alusiones a la palabra Peña, se registraron 2,930 publicaciones con la palabra elecciones, 905 artículos referentes a SOPA, y finalmente 717 menciones para la palabra tarahumara.

Los números antes referidos parecen respaldar algunas observaciones de investigaciones anteriores, ya que por una parte, efectivamente documentan altos niveles de interés por mantenerse informado, pues en general refieren que se mantienen al tanto de los problemas públicos y eventos noticiosos que los afectan; mientras que por otro lado, no sólo atienden a las noticias a las que son expuestos, sino que entre ellas son capaces de seleccionar sus propias temáticas de interés para comentarlas y reproducirlas en redes sociales, apropiándose de fragmentos de conocimiento político, y finalmente, gracias a la capilaridad de sus redes, así como la confianza con la que cuentan para participarles de opiniones a sus contactos, es posible inferir que en realidad no se establecen diferencias significativas en los niveles de interacción en los encuentros cara a cara, en comparación con las conversaciones en línea.

A este respecto, el sondeo realizado, arrojó que los usuarios de Twitter consultados comentan regularmente las noticias con sus círculos primarios de interacción cotidiana; es decir, primordialmente con sus familias (72%) y amigos (70%), sin embargo no dejan de externar sus opiniones y conocimientos sobre el acontecer público a círculos secundarios, como sus compañeros en centros de trabajo o escuelas (50%), sus propios contactos a través de los servicios de red social (48%) e incluso sus conocidos de asociaciones (19%) o vecinos (8%), tal y como se observa en el gráfico 47.

Gráfico 47
Círculos de socialización de la información

¿Con quién comentas más las noticias sobre las decisiones, leyes y problemas que afectan el lugar en el que vives?



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Estos indicadores sobre el grado de conversación respecto del acontecer público, revelan que los encuestados perciben mejores condiciones para expresarse en confianza con sus más cercanos allegados y participar sobre conversaciones de interés público (como identificaron otras investigaciones inicialmente), sin embargo están prácticamente igual de dispuestos a platicar sobre las noticias con personas con las que se encuentran en contacto a través de los servicios de red social, que en el caso particular de Twitter no necesariamente son conocidos de su vida cotidiana.

La diferencia estadísticamente significativas entre aquellos individuos que conversaron regularmente las noticias con sus amigos presentó un 3% más de insatisfacción respecto al sistema de representación en comparación con el total de la muestra, un diferencia que se produce en detrimento de quienes tienen una posición dubitativa, lo que reitera que discutir la información produce efectos sobre la definición respecto a los problemas públicos.

En términos muy simples, nos quejamos mucho con nuestros conocidos, aunque la interacción en ellos nos ayuda a permanecer escépticos más que apáticos. En cualquier caso, el rasgo que se ha documentado consistentemente es una correspondencia entre los individuos que elegimos para discutir sobre política y aquellos con quienes hablamos de otras cuestiones importantes de nuestras vidas (Klofstad et al: 2009:1).

4.12) Usos y gratificaciones de Twitter como plataforma de interacción

Como se ha adelantado, el mero uso de Twitter en general e incluso el conocimiento de los asuntos públicos, gracias a la exposición a noticias y su apropiación mediante las conversaciones y deliberaciones con círculos primarios y secundarios valiéndose de la herramienta, aun no constituyen una fundamentación de evidencias irrefutables al respecto de la potencialidad de la plataforma digital de microblogging como amplificadora de la participación cívica y el involucramiento en tareas colectivas.

Falta agregar a los elementos del círculo virtuoso el uso de esta herramienta de comunicación para reforzar la eficacia externa e incrementar el interés en la participación política entre los ciudadanos y esto se encuentra en función de los usos particulares que se le asignan a este medio de interacción.

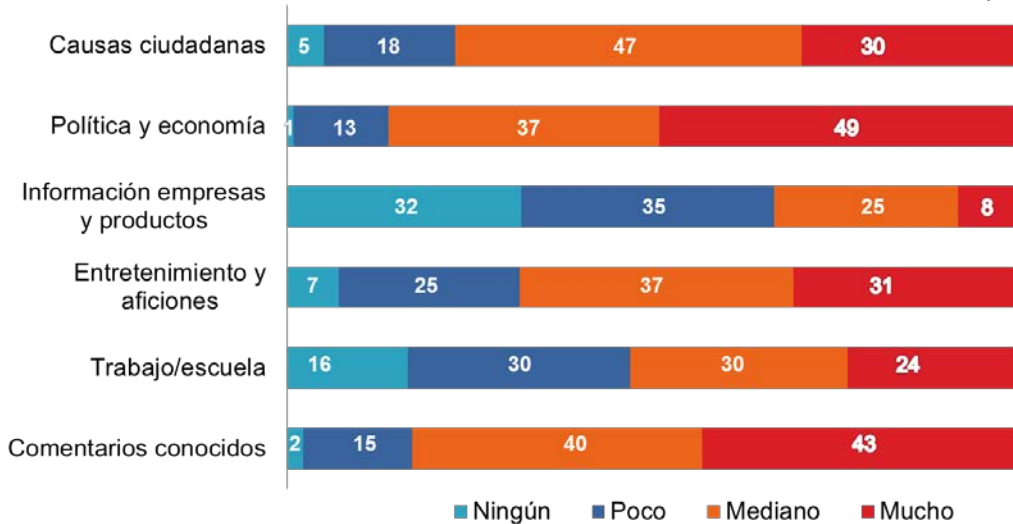
Cuando se analiza a la muestra de acuerdo a los contenidos que producen mayor interés en la lectura de los usuarios, destaca que política y economía con una preferencia acumulada manifestada de 86% (mediano a mucho interés), seguido inmediatamente por los comentarios de sus conocidos con un 83%, de modo que aparecen hasta tercer sitio las causas ciudadanas con 77%, como se ve ilustrado en el gráfico 48.

Aquí pareciera que la atención de los usuarios, y por tanto el desarrollo de su conocimiento, se circunscribe a actores fácilmente identificables en su realidad más inmediata, lo que sugiere que existen evidencias de mayor interés sobre los asuntos más concretos y cercanos, que aquellos que despiertan empatía pero que difícilmente pueden ser localizados en un entorno familiar, como sucede muchas veces con las causas ciudadanas, esta es una observación que podría abonar en futuras investigaciones.

Gráfico 48
Lectura de contenidos de acuerdo con el interés que despiertan
 Califica los siguientes contenidos en Twitter de acuerdo al interés con que los lees

Base: 456

Porcentaje



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

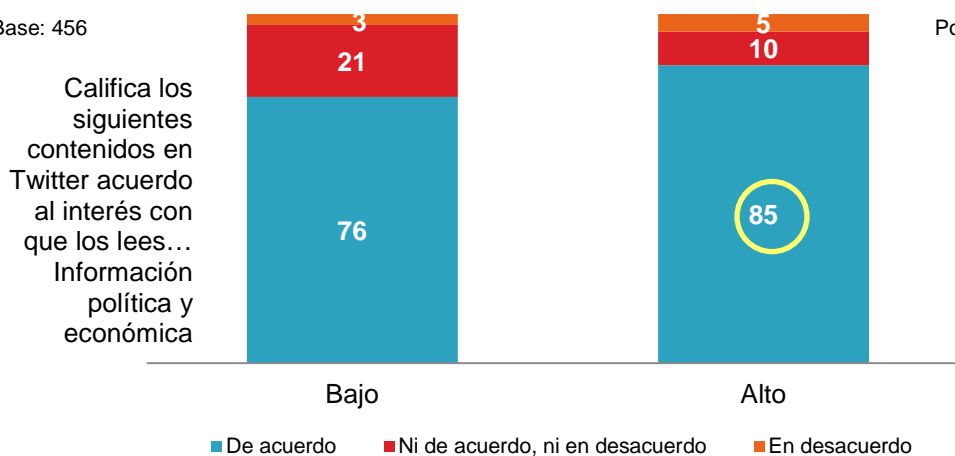
La segmentación de los usuarios de Twitter que participaron en el sondeo de acuerdo a la intensidad de su consulta de contenidos políticos y económicos, revela que quienes lo hacen con mayor interés, presentan percepciones de eficacia política interna más altas (en nueve puntos porcentuales como se ve en el gráfico 49), e incluso reproducen este efecto en su percepción de eficacia política externa (10 puntos porcentuales como se aprecia en el gráfico 50).

Gráfico 49
Frecuencia de lectura de información política y económica vs. percepción de eficacia política interna
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...

Yo puedo participar en las decisiones que me afectan

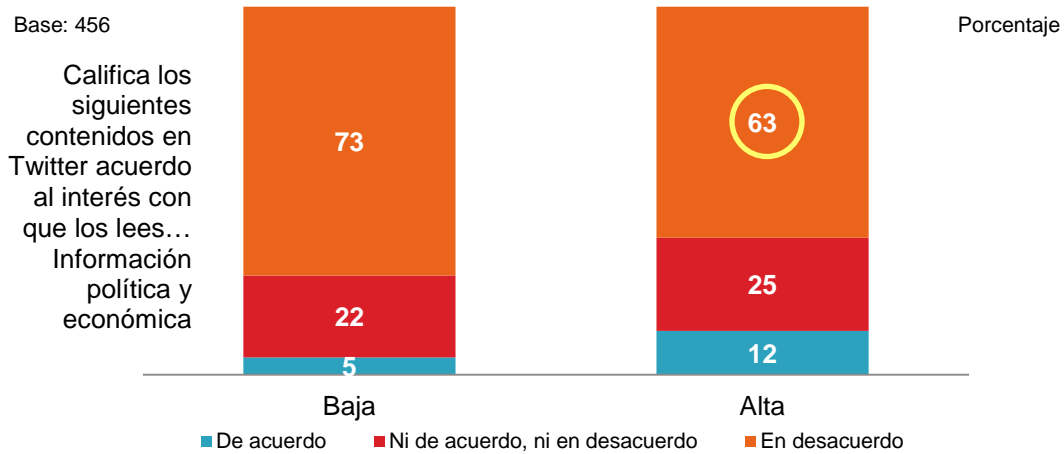
Base: 456

Porcentaje



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

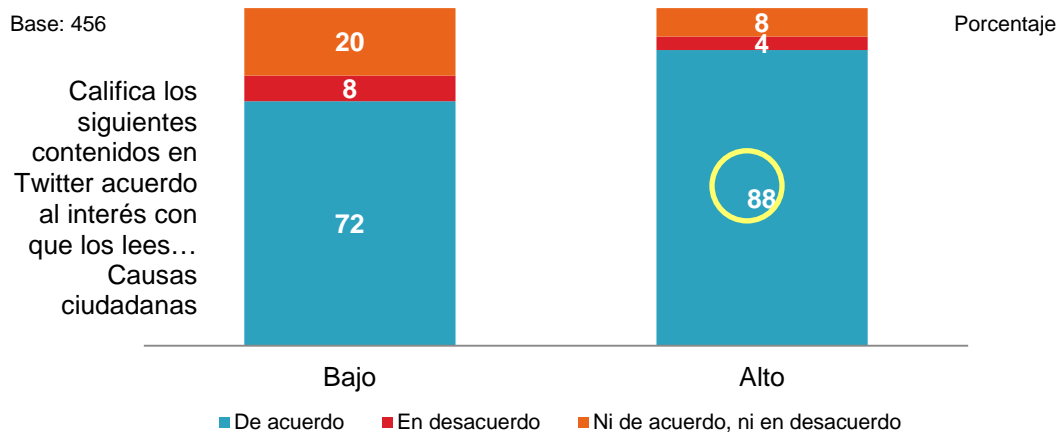
Gráfico 50
Frecuencia de lectura de información política y económica vs. percepción de eficacia política externa
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 A mis representantes les interesa lo que yo pienso



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

La lectura de causas ciudadanas sólo produce efectos diferenciados estadísticamente significativos respecto a la eficacia interna, lo que respalda las aseveraciones realizadas en párrafos anteriores, pues la convicción de solidarizarse con otros carece de una respuesta oportuna y adecuada por parte de la clase política. En el gráfico 51 se observa una diferencia de 16 puntos entre quienes consultan con mayor frecuencia estos contenidos respecto a quienes lo hacen ocasionalmente, de modo que se percibe como tanto la incertidumbre como la ineficacia se reducen a la mitad.

Gráfico 51
Frecuencia de lectura de causas ciudadanas vs. eficacia interna
 Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 A mis representantes les interesa lo que yo pienso



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

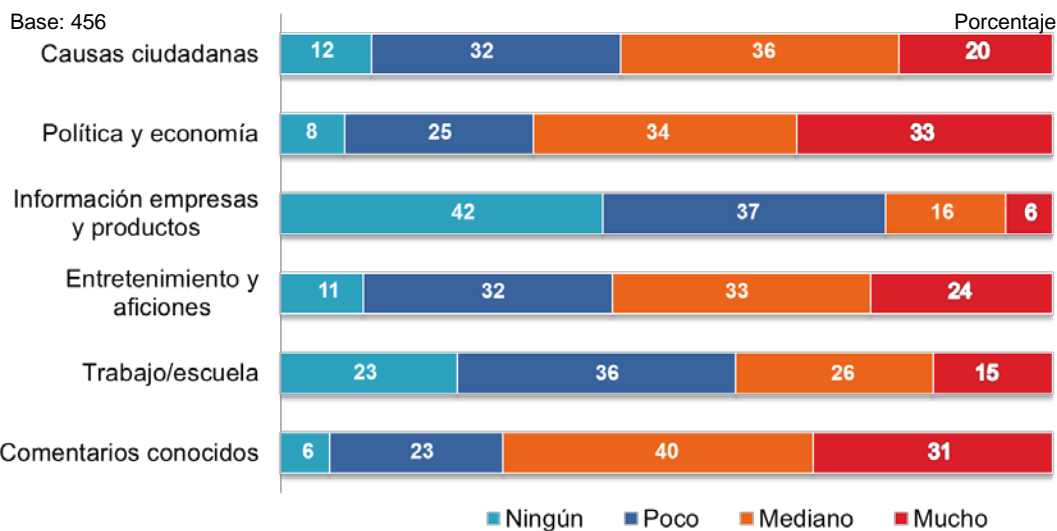
Cuando esta información se revisa, respecto al tipo de mensaje que emiten los propios usuarios (es decir contenidos propios), estos refieren que publican con mayor frecuencia acumulada comentarios a personas conocidas alcanzando un 70%, seguidos de asuntos relacionados con política y economía (67%) y en cuyo caso la categoría entretenimiento y aficiones se ubica mínimamente (alcanzado un 57%) pero apenas por encima de los asuntos ciudadanos (que se encuentran en 56%), como se ilustran en el gráfico 52.

Estas cifras en primera instancia sugieren que a los usuarios les interesa sobre todo reforzar sus vínculos con sus conocidos; sin embargo destaca la presencia de una afinidad marcada por temas políticos en una plataforma abierta (en principio) a personas que no necesariamente forman parte de sus contactos más regulares o cercanos.

Resulta indispensable realizar nuevas investigaciones que tomen en consideración la frecuencia con la que se está dispuesto a interactuar con personas que no son identificadas plenamente en las relaciones personales (conviene distinguir esta información por grupo de edad) y qué tanto este intercambio de información y mensajes con personas nuevas en efecto se produce dentro de nuevas investigaciones.

Gráfico 52
Generación de contenidos de acuerdo con frecuencia de publicaciones

Califica los siguientes contenidos en Twitter de acuerdo con la frecuencia con las que publicas sobre ellos

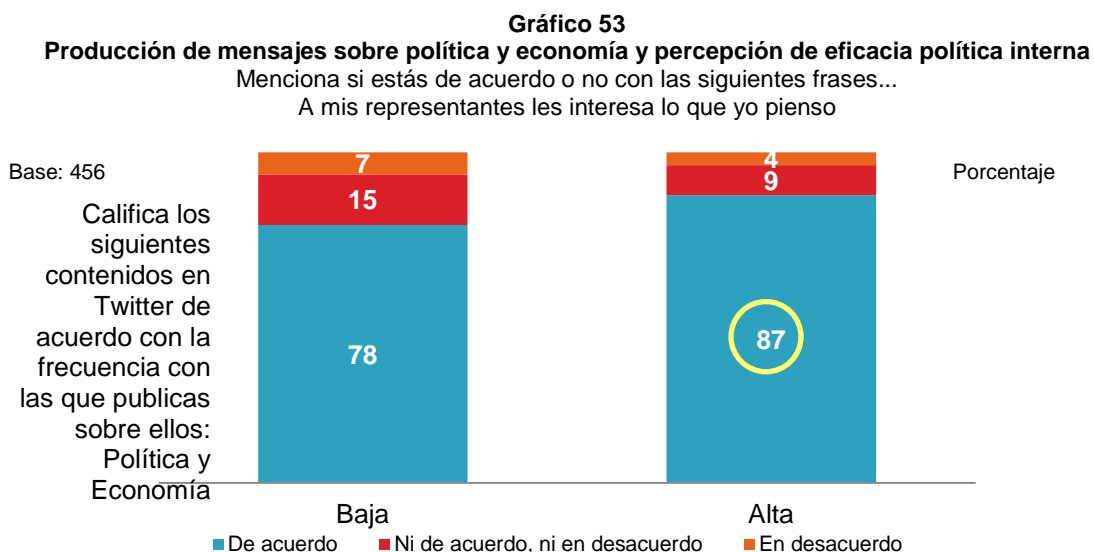


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

El involucramiento con Twitter implica sobre todo interacción y producción de contenidos, a este respecto, el mismo sondeo arrojó que quienes emiten con mayor frecuencia mensajes relacionados

con política y economía (en este caso pueden ser propios o retuits de otras cuentas), coinciden con aquellos que presentan mayores niveles de percepción de eficacia política interna y externa.

Se presenta también una reducción en ambos casos el número de individuos que manifiestan que no son capaces de entender el funcionamiento del gobierno y participar en las decisiones públicas, así como aquellos que consideran que los representantes no tienen interés en las opiniones ciudadanas. El efecto de la emisión de estos contenidos respecto a la eficacia interna se aprecia en el gráfico 53, donde se distingue una diferencia de nueve puntos porcentuales entre quienes elaboran estos contenidos con frecuencia, respecto a los que lo hacen con menor intensidad.

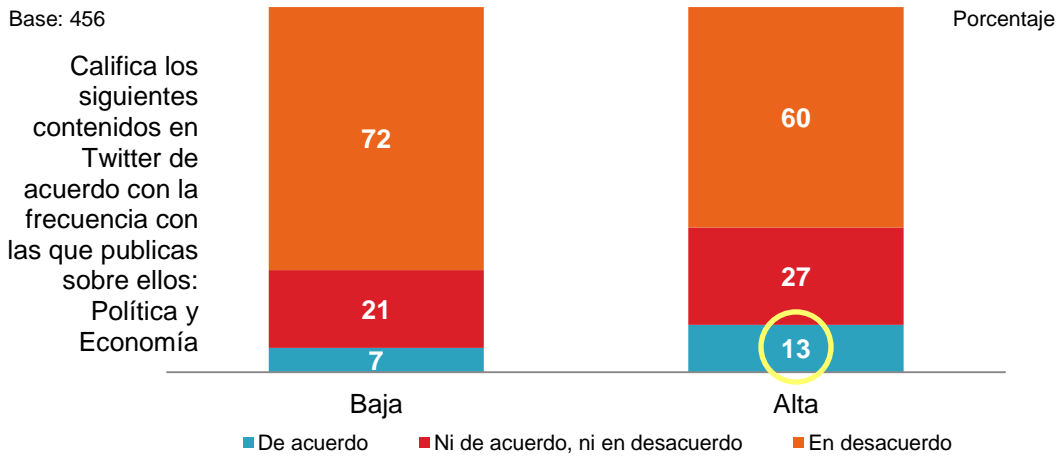


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

En el gráfico 54 se evidencia una diferencia de seis puntos porcentuales en percepción de eficacia política interna para quienes participan en la producción de mensajes sobre política y economía, así como una disminución de quienes se encuentran en una posición de indefinición (seis puntos porcentuales) y quienes no están de acuerdo en que son capaces de comprender y participar en decisiones políticas, y que producen estos contenidos con una baja frecuencia (tres puntos porcentuales).

Gráfico 54
Producción de mensajes sobre política y economía y percepción de eficacia política externa

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 Yo puedo participar en las decisiones que me afectan

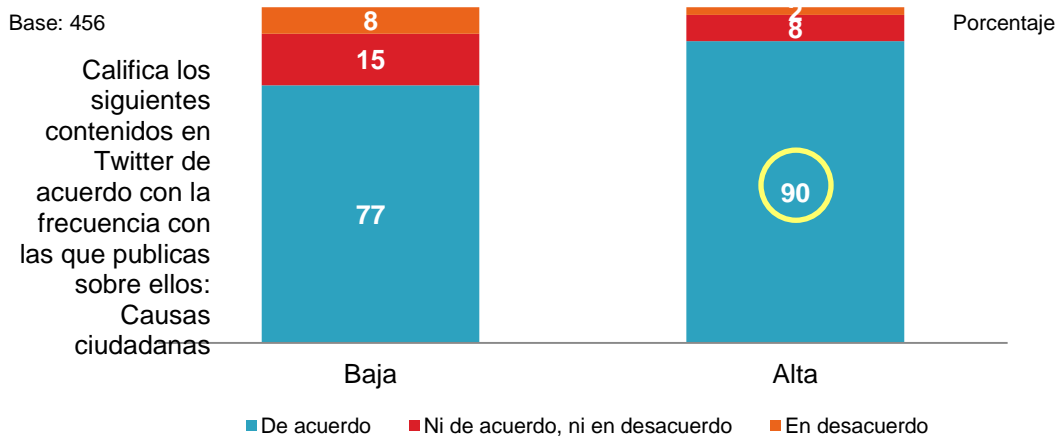


Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Se reitera también en la elaboración particular de contenidos que las acciones de solidaridad por otras causas coinciden también con percepciones de eficacia interna significativamente más altas para quienes publican estos contenidos con mayor regularidad; el equivalente a 13 puntos porcentuales como puede verse en el gráfico 55, donde también se percibe una disminución entre los indecisos y quienes no consideran que cuenten con el conocimiento y las capacidades para participar en decisiones dentro de su comunidad.

Gráfico 55
Producción de mensajes sobre causas ciudadanas y percepción de eficacia política interna

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...
 Yo puedo participar en las decisiones que me afectan



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

1.13) Utilidad atribuible a Twitter y su relación con la percepción de eficacia política

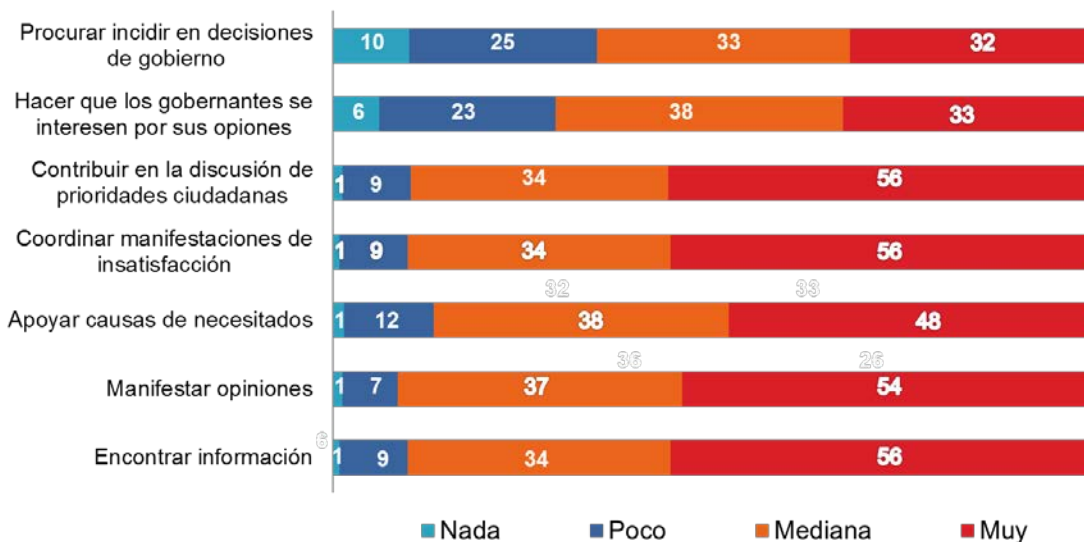
Finalmente en lo referente a las expectativas particulares que despierta en sus usuarios, el sondeo revela que la utilidad acumulada (de medianamente útil a muy útil) que se atribuye en primer lugar a Twitter es la manifestación de opiniones que alcanza un 91%, seguido de cerca de un triple empate en 90%, entre quienes manifiestan que ayuda a contribuir en la discusión de prioridades ciudadanas, coordinar manifestaciones de insatisfacción y encontrar información. En sentido opuesto las expectativas más bajas se encuentran alrededor de lograr incidir en las decisiones de gobierno (65%) y hacer que los representantes se interesen por sus opiniones (71%), tal y como puede apreciarse en el gráfico 56 que se presenta a continuación.

Gráfico 56
Utilidad atribuida al uso de Twitter

Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...

Base: 456

Porcentaje



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Estas cifras, aunque representan un valor arbitrariamente asignado por los propios usuarios, apuntan en el sentido de que la plataforma representa primordialmente un medio de expresión, búsqueda de información, y que parece fomentar tanto la deliberación como la asociatividad de quienes se encuentran inmersos en su uso habitual.

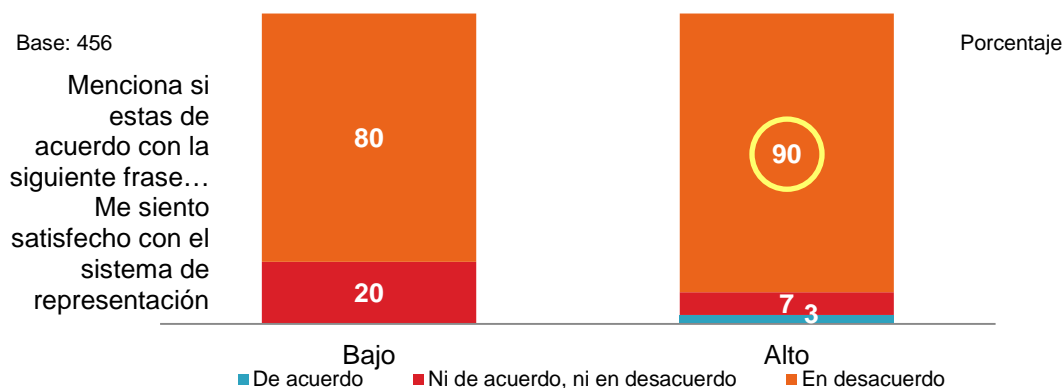
Este hallazgo podría resultar más sintomático del sistema político en México, donde de acuerdo con las evidencias presentadas existe un alto déficit de representatividad e insatisfacción con las instituciones, pero en donde una parte la sociedad civil (particularmente de personas de las generaciones X y Y) parece querer responder sustanciando la democracia a través del ejercicio de

los derechos y libertades fundamentales (expresión, información, asociación) y la construcción de consensos de convivencia que sean atendidos por las autoridades, restaurando el sistema de representación.

Gracias a la diversidad de temáticas que pueden abordarse en Twitter y la coincidencia de productores de contenidos que conectan nodos de interés dentro de la plataforma de red social, como lo comentaban Antonio Martínez Velázquez y José Merino, ciudadanos dedicados a la generación y consolidación de marcas como Gonzalo Ibarra, quien comenta que en Twitter encontró el foro idóneo para discutir sobre sus intereses sobre temas políticos y de solidaridad ciudadana con otros que son más difíciles de ubicar a simple vista en reuniones físicas.

Al revisar la escala de usos potenciales de Twitter caso por caso, es posible identificar que quienes refieren que esta plataforma es un canal apropiado para manifestar opiniones en otros medios, coincide también con aquellos que se encuentran insatisfechos con el sistema de representación. En el gráfico 57 se aprecia una diferencia de diez puntos porcentuales entre quienes atribuyen una utilidad expresiva baja a Twitter y aquellos que piensan que esta plataforma resulta pertinente para expresarse.

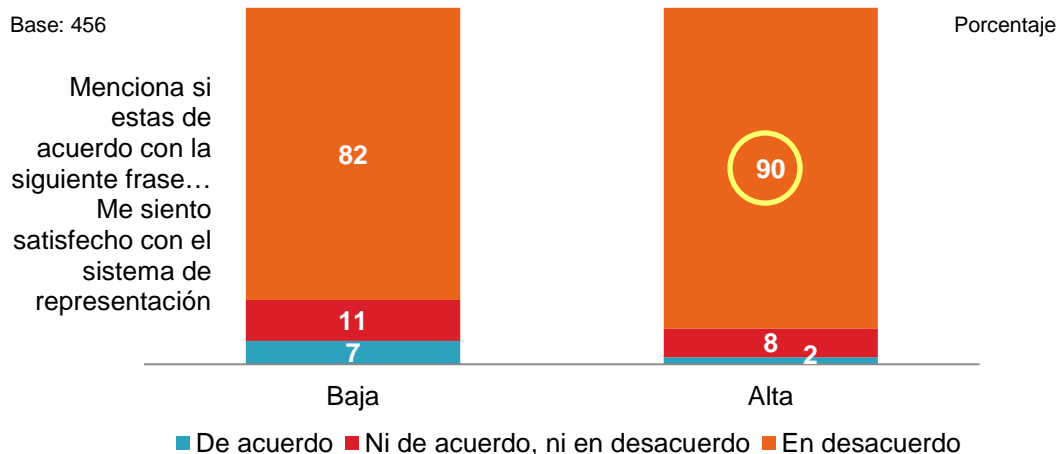
Gráfico 57
Utilidad expresiva atribuida a Twitter y satisfacción con el sistema de representación
 Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones... Manifestar opiniones



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Un patrón muy similar se presentó cuando se evaluó la utilidad de la plataforma con el fin de apoyar causas de personas necesitadas, pues quienes estiman que el medio puede contribuir a solidarizarse con necesidades de terceros, presentan una relación estadística significativamente más sólida (ocho puntos porcentuales de diferencia) con aquellos que son más escépticos de la trascendencia de la plataforma para fomentar la ayuda mutua, como se observa en el gráfico 58.

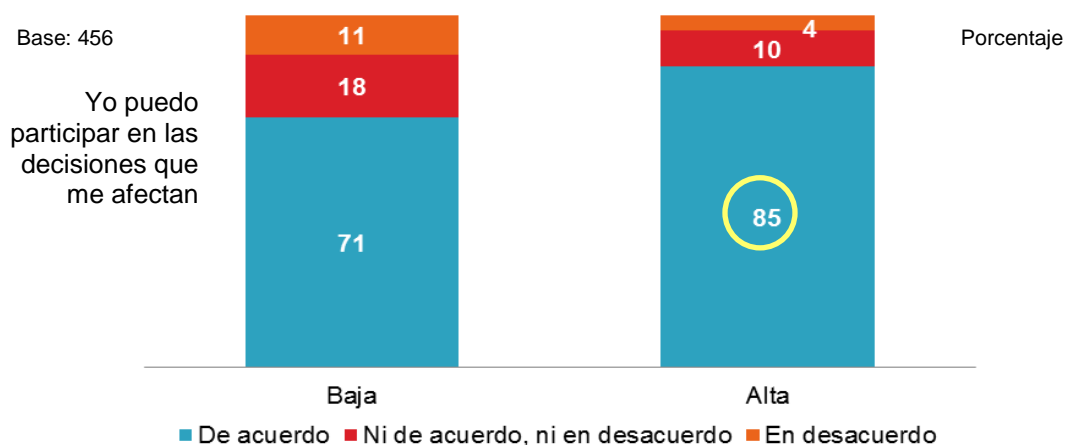
Gráfico 58
Utilidad solidaria atribuible a Twitter y satisfacción con el sistema de representación
 Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...
 Apoyar causas de necesitados



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

La relación estadísticamente más amplia (14 puntos porcentuales de diferencial) se presenta entre aquellos sujetos que estiman que a través de Twitter es posible coordinar demostraciones de insatisfacción con otros ciudadanos interesados, que son también quienes presentan una percepción de eficacia política interna más alta, como se ilustra en el gráfico 59

Gráfico 59
Utilidad movilizadora atribuible a Twitter y eficacia interna
 Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...
 Coordinar manifestaciones de insatisfacción



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

A pesar de lo anterior, el hallazgo que resulta más interesante, aunque la diferencia estadísticamente significativa sea menor, es que quienes le atribuyen una alta utilidad a Twitter como una herramienta que contribuye en la discusión de prioridades ciudadanas, manifiestan una alta percepción de eficacia política externa.

Su relevancia debe estimarse en función de dos cuestiones particulares pero ambas íntimamente relacionadas con el círculo virtuoso de la participación y la potencialidad de hacer de Twitter una herramienta de movilización y no sólo de reforzamiento entre grupos de personas previamente involucradas, ya que por un lado este rasgo denota la importancia de la plataforma que privilegia la discusión informada del acontecer público por un lado, y su priorización por otro, de modo que contribuye de manera evidente con el incremento del conocimiento político de manera directa, pero sobre todo con el fortalecimiento de la eficacia externa, sin importar las respuestas que estructuren las autoridades.

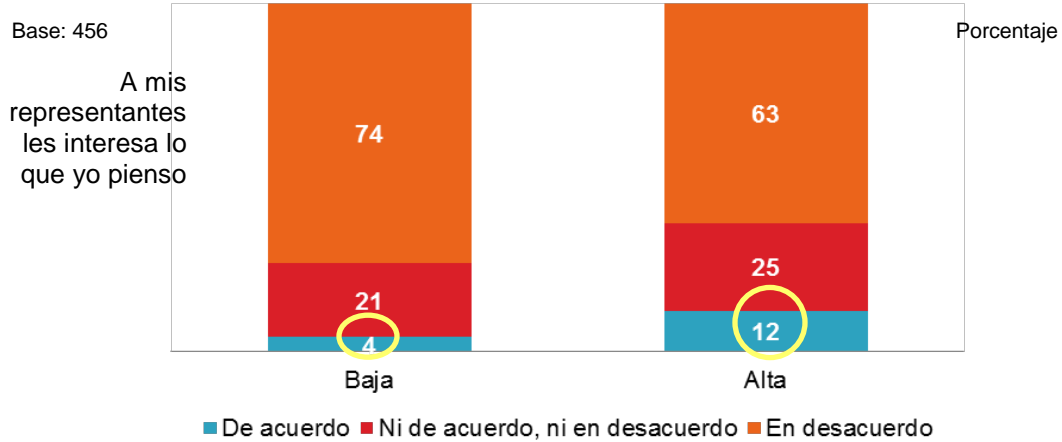
Antonio Martínez Velázquez detalla que Twitter es una herramienta idónea para consignar aquello que las personas saben, pero no aparece explicitado particularmente en los medios masivos de comunicación, y detalla que resulta útil para el desarrollo democrático pleno pues permite evidenciar la formación de distintas agendas alrededor de grupos de interés.

Recuerda que en el movimiento “anulista” de 2009 parte de la intención de quienes lo promovieron fue confrontar a las cúpulas partidistas con el fin de explicitarles a sus integrantes y al resto de la sociedad en qué acciones y decisiones públicas no están representándolos, de modo que promoviera diálogos o al menos actitudes reflexivas entre quienes recibieran estos argumentos. Por ello, la utilidad deliberativa de Twitter, como se ve en el gráfico 60, se estima más alta entre quienes también consideran que sus opiniones son tomadas en cuenta por sus gobernantes o presentan mayor percepción de eficacia política externa (que se triplican del cuatro al doce por ciento).

Gráfico 60

Utilidad deliberativa atribuible a Twitter y percepción de eficacia política externa

Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...
Contribuir en la discusión de prioridades ciudadanas



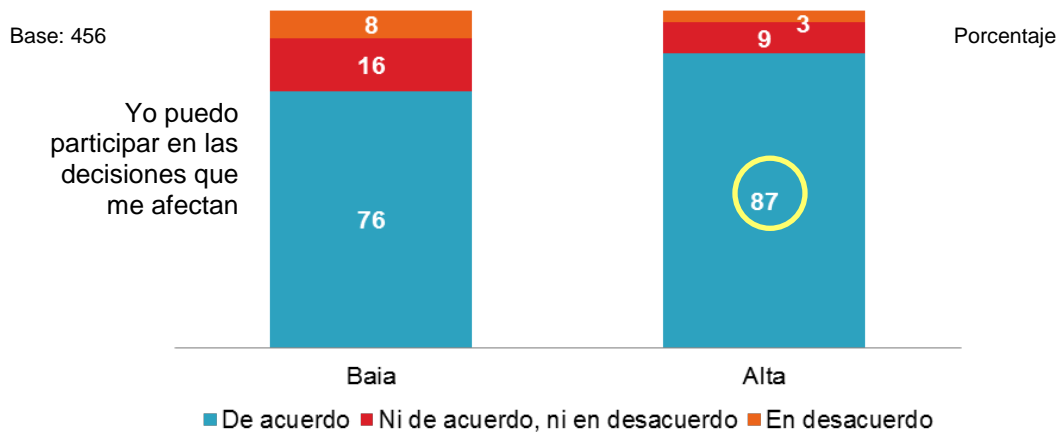
Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Coincidentemente, quienes atribuyen a Twitter una alta utilidad “audicionante” con las autoridades; es decir aquellos que creen que la plataforma sirve también para favorecer que los gobernantes se interesen en sus opiniones, presentan en idéntica proporción de personas con mayor percepción de eficacia política interna (11 puntos porcentuales) y externa (10 puntos porcentuales), como puede comprobarse en los gráficos 61 y 62, donde los desplazamientos se reparten de manera menos entre indecisos y personas con baja percepción de eficacia política

Gráfico 61

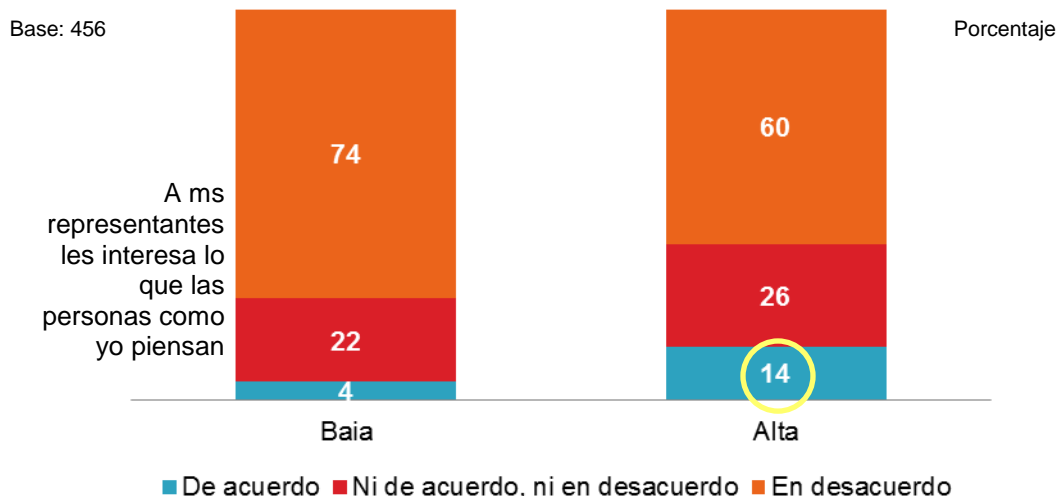
Utilidad “audicionante” atribuible a Twitter y percepción de eficacia política interna

Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...
Hacer que los gobernantes se interesen por las opiniones de la ciudadanía



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
Elaboración propia

Gráfico 62
Utilidad “audicionante” atribuible a Twitter y percepción de eficacia política externa
 Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...
 Hacer que los gobernantes se interesen por las opiniones de la ciudadanía



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

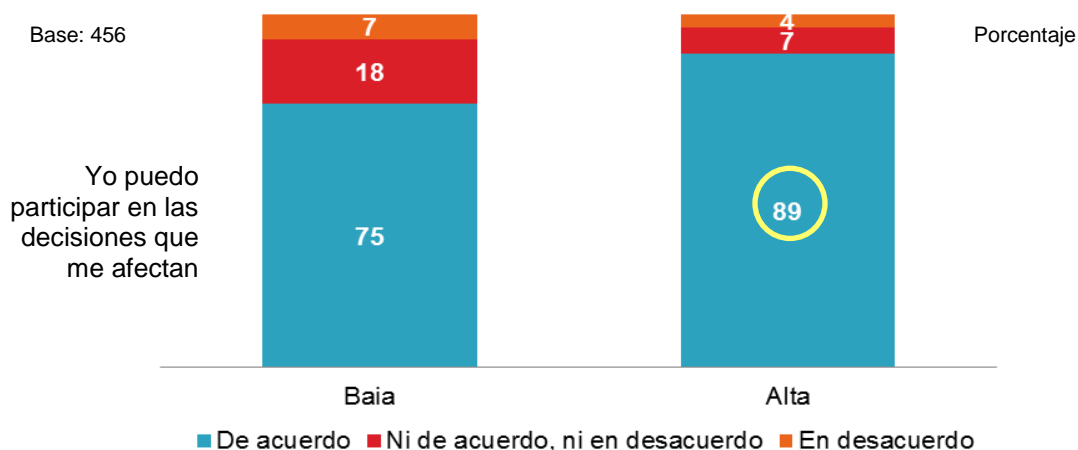
Antonio Martínez Velázquez describe que desde su experiencia, Twitter funciona como un micrófono de doble vía entre las autoridades y sus gobernados; si bien los medios no pueden cubrir 24 horas a los políticos, esta plataforma les representa un foro, en el que pueden promover de manera gratuita y sin intermediarios sus acciones e iniciativas en favor de los gobernados, evitando la posible edición o encuadre que le haga un medio, así como las malas prácticas de la prensa pagada (“o chayoteada” en sus propias palabras).

Efectivamente como se advierte con oportunidad, los receptores de este mensaje representan una audiencia limitada, pero que tiene la oportunidad de producir un efecto multiplicador en otros grupos sociales, al mismo tiempo que “faculta” a estos gobernados a cuestionar y exigir cuentas a sus autoridades.

No obstante él mismo reconoce que los efectos de estas interacciones deben ser objeto de otra evaluación y medidos en términos de las posibilidades para un candidato de resultar ganador en una contienda. El cálculo respecto a las declaraciones de las figuras públicas se está modificando gracias al efecto multiplicador de Twitter y añade que esto es algo que debe celebrarse, pues difícilmente Peña Nieto decidiría dar una respuesta tan pobre como la que dio en la Feria Internacional del libro en Guadalajara respecto a los tres libros que cambiaron su vida, e incluso será más cauto en el tipo de información que difunde que puede ser contradicha y evidenciada de manera colectiva, como el número de feminicidios en la entidad que gobernó.

Finalmente pero no por ello, con menor importancia, cuando se consultó a los usuarios qué tan útil consideraban a Twitter para procurar cambiar decisiones de gobierno que los afectan directamente, quienes le atribuyeron una alta utilidad se distinguieron sobre todo por contar con una mayor percepción de eficacia política interna, ya que presentaron una diferencia de 14 puntos porcentuales entre quienes consideraron que la plataforma es poco funcional para este objeto, en relación con quienes estiman que tiene mejores posibilidades de contribuir a esta labor, como se documenta en el gráfico 63

Gráfico 63
Utilidad cabildera atribuible a Twitter y percepción de eficacia política interna
 Califica qué tan útil crees que es Twitter para que ciudadanos como tú realicen las siguientes acciones...
 Procurar incidir en decisiones de gobierno



Fuente: Sondeo Usos de Twitter y Ciudadanía 2012
 Elaboración propia

Aunque evaluar la efectiva incidencia de Twitter en las decisiones de los gobernantes es un proceso que requiere hacer una adecuada ponderación de otras variables que pueden tener mayor peso en la balanza de los políticos, Antonio Martínez Velázquez concluye que si bien la “rendición de cuentas” a través de los servicios de red social, es un fenómeno voluntario, relativamente controlado y no cuenta con la formalidad y seriedad que esta actividad amerita, las nuevas administraciones deben tomar estos ejercicios como un excelente ejercicio y retomar su dinámica interactiva para procurar reproducirla y magnificarla en otros foros.

En resumen pese a las contadas evidencias que sugieren que el cinismo puede disminuir la motivación de los usuarios de Twitter para buscar nuevas fuentes de información sobre los asuntos públicos, los indicadores sobre el uso de los medios en general y Twitter en lo particular, documentan aún un importante grado de escepticismo respecto a la utilidad de esta plataforma, pero un uso consistente que presenta relaciones estadísticamente significativa con altos niveles de

percepción de eficacia política interna y externa, , y en coincidencia con anteriores investigaciones, la mera exposición a esta tecnología informativa parece incrementar el conocimiento político y la participación por encima del cinismo (Pinkleton, Austin & Fortman 1998:36).

Conclusiones preliminares del capítulo:

A pesar de que las evidencias estadísticas del presente sondeo parecen respaldar la tesis respecto a que las herramientas tecnológicas como Internet y sus foros como Twitter, sólo son aprovechados por personas previamente interesadas e involucradas en política (teoría del reforzamiento de Norris), se ha documentado también que buena parte de los contenidos que aparecen en las redes y particularmente en Twitter, están siendo expuestos a audiencias que generalmente no buscarían información de contenido político deliberadamente.

Progresivamente este servicio de red social está adquiriendo un uso práctico que permite comentar las noticias con círculos primarios y secundarios, y la mismo tiempo posibilita la interacción con personas con las que habitualmente no se entabla una conversación cara a cara, de modo que incrementa en los usuarios las percepciones de contar con un foro igualitario y lleno de fuentes de conocimiento para todo tipo de intereses.

En términos de su participación en organizaciones civiles, los participantes de la muestra no sólo presentan una alta tasa de membresía a todo tipo de grupos de interés, sino que manifiestan haber desarrollado niveles significativamente diferenciados de percepción de eficacia política interna e incluso niveles superiores al promedio en lo referente a la escasa y muy apreciada percepción de eficacia política externa, cuando se revisan sus porcentajes en comparación con quienes no participan en ninguna asociación.

Las evidencias cuantitativas referentes al uso de Twitter, respaldan que el consultarlo con regularidad y sin excederse en el tiempo que se invierte en esta plataforma, estimula efectivamente el interés por consultar nuevas fuentes de información, y éstas a su vez resultan condición indispensable para la adquisición de conocimiento y el florecimiento de la eficacia interna.

Simultáneamente continúan integrándose grupos virtuales de intereses que hacen eco de alguna demanda, y aun cuando éstos se enfrentan a la indiferencia de las autoridades, son capaces de sostenerse en la medida que administran su causa, fortalezcan los vínculos entre sus participantes y se nutran de nuevas tendencias interactivas, incluso valiéndose del buen humor y el infoentretenimiento para reducir su estrés. Visto de esta manera, Twitter parece tener un uso distintivamente catártico, expresivo y articulador de la propia demanda cívica de participación, es

por eso que vale la pena su estudio cuidadoso y particular, así como su relación con el perfil particular sus usuarios.

Se presentaron datos referentes a una brecha entre la percepción de que un sujeto es capaz de comprender los problemas que le aquejan y participar en su solución, con respecto a la idea de que los gobernantes no se interesen en las opiniones de los gobernados, y que por tanto el sistema de representación evidencie tan significativa insatisfacción.

No obstante el incremento en el interés por cuestiones políticas y el involucramiento cognitivo reiteran el rol del uso político y ciudadano de Twitter, toda vez que contribuye en la deliberación de prioridades ciudadanas, y facilita coordinar demostraciones de insatisfacción. Así las expectativas ciudadanas se nutren de la expresión y deliberación en Twitter, al tiempo que han posibilitado el obtener audiencias con los representantes, consolidar la eficacia interna de sus participantes y eventualmente poder incidir en la agenda pública (eficacia externa).

Bibliografía:

Almond G y Verba S (1963) "La cultura política" cap 1 "Una aproximación a la cultura política" en Diez Textos básicos de ciencia política, Editorial Ariel, Barcelona, España 2001 p. 273

Anderson M (2009) "Community Psychology, Political Efficacy, and Trust" Political Psychology, Vol. 31, No. 1, 2010 doi: 10.1111/j.1467-9221.2009.00734.x

Bennett, W., Wells, C., & Freelon, D. (2011). „Communicating Civic Engagement: Contrasting Models of Citizenship in the Youth Web Sphere". Journal Of Communication, 61(5), 835-856. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01588.x

Bouché Vanessa (2010) "An Identity-Based Approach to Measuring Political Efficacy", Southern Political Science Association Conference Atlanta, GA, January 7-9.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich.

ENAFI (2005) Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil ITAM, Michel Layton

ENCUP (2008) Secretaría de Gobernación. "Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas". México: SEGOB.

ENSAV (2005) Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria. Centro Mexicano para la Filantropía

Harris, A., & Wyn, J. (2009). Young People's Politics and the Micro-Territories of the Local. Australian Journal Of Political Science, 44(2), 327-344. doi:10.1080/10361140902865308

Hildreth, R. W. (2004). John Dewey as a Critical Resource for the Theory and Practice of Civic Engagement. Conference Papers -- Midwestern Political Science Association, 1-34. doi:mpsa_proceeding_24505.PDF

ITESM (2011) Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas Fuente electrónica [en línea] http://www.mediatelecom.com.mx/doc_pdf/wip%202011.pdf , Recuperado el 1 de enero, 2012

Kenski, K., & Stroud, N. (2006). "Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation". *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173-192. doi:10.1207/s15506878jobem5002_1

Kerr, J. (2009). *Surfing Together: A Preliminary Inquiry into the Effects of Internet Use on Social Capital in American Communities*. Conference Papers -- Midwestern Political Science Association, 1.

Klofstad C et al (2009) "Measurement of Political Discussion Networks. A comparison of two name generator procedures" *Public Opinion Quarterly*, Vol. 73, No. 3, Fall 2009, pp. 462–483

Mitofsky (2011) "Perfil de usuario de redes sociales en internet Facebook y Twitter" México Fuente electrónica [en línea] <http://www.slideshare.net/rperalromea/redes-sociales-mitofskymultimedia> , Recuperado el 11 de marzo 2012

Merino J (2012a) "2012: Nuestra primera elección en Twitter" *Nexos*, México. Fuente electrónica [en línea] <http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=2102595> , Recuperado el 11 de marzo 2012

Merino J & Vega A F (2011) "Ciudadanos.mx" / Edición 1a ed. Lugar México : D.F. : Editorial Random House Mondadori

Miranda, V. (2011), "Cooking, Caring and Volunteering: Unpaid Work Around the World", *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, No. 116, OECD Publishing. doi: 10.1787/5kghrjm8s142-en, Fuente electrónica [en línea] <http://www.oecd.org/dataoecd/41/37/47258230.pdf> , recuperado el 4 de abril, 2012.

Morrell Michael E (2003) "Survey and experimental evidence for a reliable and valid measure of internal political efficacy" *Public Opinion Quarterly* Volume 67 p.589–602 American Association for Public Opinion

Pinkleton, B. E., Austin, E., & Fortman, K. J. (1998). „Relationship of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior". *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 42(1), 34.

Ricaurte P (2012) "Twitter y el simulacro político" *Revista Mexicana de la Comunicación* Edición 130 Abril- Junio

Semiocast (2012) "Brazil becomes 2nd country on Twitter, Japan 3rd Netherlands most active country" Fuente electrónica [en línea] http://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_superse ds_Japan , Recuperado el 26 de mayo, 2012

Walker, E. T. (2008). *Contingent Pathways from Joiner to Activist: The Indirect Effect of Participation in Voluntary Associations on Civic Engagement*. *Sociological Forum*, 23(1), 116-143. doi:10.1111/j.1573-7861.2007.00048.x

Weaver Lariscy, R., Tinkham, S. F., & Sweetser, K. D. (2011). "Kids These Days: Examining Differences in Political Uses and Gratifications, Internet Political Participation, Political Information Efficacy, and Cynicism on the Basis of Age". *American Behavioral Scientist*, 55(6), 749-764. doi:10.1177/0002764211398091

Yeich, S. & Levine, R. (1994). Political efficacy: Enhancing the construct and its relationship to mobilization of people. *Journal of Community Psychology*, 22, 259-271.

Conclusiones

Muy posiblemente después de los atentados terroristas realizados en la estación de trenes en Madrid, aquel 11 de marzo de 2004, y las movilizaciones colectivas convocadas por los ciudadanos a través de mensajes de texto en sus teléfonos celulares, el mundo de las comunicaciones digitales presenció la asignación de una nueva función potencialmente política de estas plataformas, así como la consolidación de un doble rol de sus usuarios como consumidores y productores de información.

El anhelo de transparencia en la información y el desarrollo de modelos más abiertos de participación política se han convertido en el común denominador de las manifestaciones masivas de las democracias occidentales, y de diversas naciones en vías de desarrollo en las que las tecnologías de la información, Internet y las redes sociales han abierto las puertas a nuevos foros expresivos a través de los cuales se generan nuevos vínculos.

El surgimiento de coaliciones de intereses que se articulan a través de Internet y los servicios de red social, son potencializadas a través de una experiencia social compartida, un gran acontecimiento, una ocurrencia o algún suceso de interés pública que es ingeniosamente narrado o presentado, valiéndose de herramientas digitales. Además como se ha presentado a lo largo de la presente tesis un buen número de los participantes en movilizaciones masivas convocadas a través de estos medios contaban con experiencia en la promoción de causas desde asociaciones civiles.

Las coyunturas sociales y políticas que presentan situaciones de riesgo e inestabilidad política, económica y en materia de seguridad han atraído la atención de un buen número de ciudadanos no afiliados a ninguna organización pero con creciente sensibilidad a diferentes temas que ven reseñados tanto en los medios de comunicación masiva como en los denominados medios sociales.

En este sentido la aparición del movimiento #YoSoy132 durante 2012 cristaliza buena parte de los intereses antes mencionados y de qué manera las circunstancias se alinearon de forma que obtuviera la notoriedad pública que ha alcanzado. Como comenta Héctor De Mauleón en la síntesis introductoria al artículo que reseña este fenómeno en la edición de Nexos de septiembre de 2012, gracias al mapeo de Sinnia y sus herramientas para rastrear los temas de tendencia desde sus inicios, hemos sido testigos de cómo "un tuit replicado por personas clave llega a los medios virtuales, luego a los medios tradicionales, y pasa de ahí a la televisión" (De Mauleón 2012).

Los programadores o “hackers” tuvieron como imperativo estratégico la descentralización de la información, la complementariedad del trabajo y la búsqueda continua de fórmulas para simplificar los procesos, privilegiando el objetivo y la facilidad de uso de la plataforma. Esta visión nos ha llevado no sólo al diseño de sitios web cada vez más amigables e inductivos para los cibernautas, sino a un acelerado ritmo de innovación que ha obligado a las personas, y particularmente a los jóvenes, a adaptarse y actualizarse con gran velocidad, para obtener el mayor provecho posible de todas las ventajas que se ponen a disposición del usuario.

Desde la cumbre de la Organización Mundial de Comercio en Seattle en 1999, el uso de Internet había encontrado al menos un par de usos políticos muy claros: por una parte presentar información que se percibía omitida en la prensa escrita y los medios electrónicos (radio y televisión); y por otra parte, se procuró complementar la función de la distribución de la información, presentando continuamente contenidos de contraste e incluso realizar producciones originales reflexivas, como sucedió en el caso de los citados Indymedia.

Los eventos mencionados merecen la consideración de las palabras que irónicamente expresó Norberto Bobbio en su libro, *El futuro de la democracia*; “parece de ciencia ficción, que cada ciudadano pueda transmitir su voto a un cerebro electrónico con sólo oprimir un botón en su casa, sin embargo, no hay duda de que estamos asistiendo a la expansión del proceso de democratización. Si tuviésemos que decir cuál es una de las características más sobresalientes e interesantes de una sociedad en expansión en términos políticos, como es la italiana, no podríamos dejar de indicar la demanda y el ejercicio efectivo de una siempre nueva participación”.

Y continúa afirmando “Es pueril la hipótesis de que la futura computocracia, como ha sido llamada, permita el ejercicio de la democracia directa, es decir, que dé a cada ciudadano la posibilidad de transmitir su voto a un cerebro electrónico. A juzgar por las leyes que son promulgadas cada año en Italia, el buen ciudadano debería ser llamado a manifestar su voto por lo menos una vez al día. El exceso de participación, que produce el fenómeno que Dahrendorf llamó, desaprobándolo, del ciudadano total” (Bobbio 1984:62).

El modelo alegórico del circo romano presentado por Lester Milbrath, resulta útil no sólo para analizar que en toda comunidad política existen siempre los protagonistas que están dispuestos a batirse en la arena por obtener un galardón a los ojos de todos, sino que existen también quienes los motivan y abuchean desde las gradas y aquellos a quienes el espectáculo no les interesa.

El subconjunto que resulta más interesante es aquel que transita entre ser espectador y participante del juego. Esta posición representa una importante amenaza para quien busca el

centro de los reflectores pues aparece a veces para quitarle foco, pero desaparece cuando la cuestión no es de su interés.

Así se emplean el involucramiento situacional, la ciudadanía monitoreal y la auto actualización autónomas para librar el desinterés y la frustración de encontrarse con respuestas insatisfactorias de la autoridad. Este fenómeno es hoy una práctica que avanza con paso lento pero constante, y se va reforzando primero entre los pertenecientes a grupos de interés para después extenderse a terceros que adoptan alguna identidad.

Desde este punto de vista, Internet representa para los cibernautas una fuente de información y un foro de expresión simultáneamente. En particular, respecto al objeto de estudio de la presente investigación, es posible decir que el diseño de Twitter como un servicio de red social, permite generar un perfil y dar seguimiento a temáticas y personas, de acuerdo a los intereses más particulares posibles, pero al mismo tiempo ofrece la oportunidad no sólo de presentar temas en un foro irrestricto, sino que facilita la interacción primordialmente con personas afines, pero también con visiones diametralmente opuestas.

En ese sentido, Twitter como una herramienta de comunicación, privilegia la, la transmisión inmediata de información en una estructura horizontal y libre de jerarquías, donde los elementos más novedosos y provechosos se encuentran en la posibilidad de producir o reproducir enlaces a contenidos en formato de video, textos más extensos, audios, gráficos y todo tipo de ilustraciones.

Si en la era de las transmisiones masivas (*broadcast*) se empezó asumiendo que el mensaje era recibido, asimilado e implementado por el espectador, en la era de la hipermediación, donde muchos producen contenidos para muchos, queda evidenciado que los efectos de la información no son lineales, sino multicausales y situacionales. En este contexto, los individuos están obligados a adaptarse y aprovechar los insumos de su entorno, de forma que ganen impulso para alcanzar sus objetivos, por ello se dice que nos enfrentamos a individuos proteiformes.

Como lo anunció el director general de Facebook, Mark Zuckerberg, llegó el fin de la era de la privacidad, pues aún y cuando alguien no se encuentre inscrito en los servicios de red social, los millones de personas que se encuentran a su alrededor pueden no solamente documentar su actuar, sino editarlo de tal forma que pueda ser sacado de contexto.

Es por ello que frente a la significativa ventaja de la inmediatez a través de estos medios, se complementen y contrasten las fuentes de información, ya que los mensajes que ahí se difunden pueden tener un origen mal intencionado, dentro de estas plataformas no se puede dar por válida una versión si no se contrasta con otras fuentes.

Entre los rasgos que debe apreciarse en Twitter como plataforma comunicativa, se encuentra el hecho de que retome elementos que habían sido relegados por los medios masivos de comunicación, como lo es la textualidad ya que en las últimas décadas y aún hasta nuestros días, el rol preponderante de la televisión satura los espacios informativos con imágenes que desfavorecen el pensamiento abstracto y el desarrollo cognitivo.

La recuperación de la recomendación espontánea de otros usuarios a través del “*Follow Friday*”, favorece también la interacción, una especie de calificación de contenidos y el desarrollo de una suerte de filtros sobre lo más destacado, que se complementa igualmente con la programación en el sistema mismo de los temas de tendencia, que representan un indicador del “estado de ánimo conversacional” en un punto determinado de la jornada.

A pesar de ello, vale la pena advertir que las propias herramientas para indicar tendencias y apuntar hacia usuarios y temáticas con mayor popularidad, deben ser entendidas con mesura y sólo como un indicador del ánimo colectivo de interacción, que no en todos los casos participan en dinámicas constructivas, trascendentes o plenamente informadas, sino que nuevamente pueden privilegiar un rumor o un evento descontextualizado, motivados por el anhelo de aparecer entre los primeros en mencionarlo, de modo que en muchos casos se han difundido fallecimientos, accidentes y todo tipo de supuestos eventos (enfrentamientos armados y otros) que no han tenido lugar pero que suenan espectaculares.

Sucede lo mismo con la propia profundidad de las temáticas, situaciones e ideas que suelen presentarse o discutirse en Twitter, que si no se acompañan de nuevas fuentes e hipervínculos pueden terminar sobre-simplificando cualquier hecho o referencia cognitiva a una declaración que si bien puede ser sintética, nunca será exhaustiva y dejará elementos fuera, dignos de considerar.

Desde este punto de vista Twitter es útil para tener una idea de en qué está pensado o a qué se está orientando la población, pero no nos revela cómo reflexionar sobre la vida pública; por ello sus usuarios deben estar conscientes de que no se puede tomar como una fuente de referencia con rigor, sino como un espacio propicio para la interacción más superficial y lúdica, aunque posea también el potencial de activar mecanismos interpretativos.

Los usuarios mismos deben tener cuidado sobre la manera en que se presenta la información que tiene la virtud (pero también el riesgo) de tener diferentes editores, que no necesariamente convergen en sus interpretaciones de los hechos o ideas, por lo que el otro peligro que debe advertirse es que la dispersión absoluta de temas sea motivo para perder una orientación particular y continuar buscando fuentes de referencia digitales, físicas o relacionales.

Por otra parte, fue mencionado en esta investigación que aunque el número de cuentas registradas en Twitter localizadas en México se ubica por encima de los 10 millones de personas, se estima que quienes publican al menos una vez al mes contenidos, son sólo 5 millones, lo que denota que a pesar de todas sus características interactivas, Twitter sigue siendo más un foro abierto que predominantemente se utiliza para la exhibición, de modo que poco propicia todavía una auténtica conversación entre sus usuarios; como atinadamente lo describiera José Merino, “Twitter sigue siendo una plataforma a la que las personas acuden a posar, brincar u observar a otros”.

Las propias barreras tecnológicas para el ingreso de nuevos participantes, un equipo de cómputo con o un dispositivo móvil con acceso a Internet, un sencillo perfil en la plataforma y la suficiente pericia digital para producir contenidos, seleccionar cuentas y temas a seguir, así como el solo hecho de navegar por la plataforma, favorece también que la vanguardia del aprovechamiento de este medio (denominados también “*Twitteratti*”), coincida con un perfil particular de usuarios que suelen tener un ingreso en sus hogares que los ubica en niveles de clase media baja (C- y D) hacia arriba, cuentan mayoritariamente con bachillerato o más años de formación académica, y disponen al menos una hora libre al día que dedican a informarse y participar dentro de redes.

En este grupo, aquellos que aprendieron antes el sistema y tenían definida una agenda para su uso o un método particular para la difusión de sus contenidos, tuvieron un mayor posibilidad de ganar seguidores, reputación y pericia para emplear y aprovechar el foro, por ello se dice que los pioneros (*early adopters*) son quienes recurrentemente aparecen entre las listas de los más recomendados, seguidos, retuiteados y con mensajes marcados como favoritos.

A pesar de ello, esta regla no es de aplicación universal, pues muchas personalidades de los medios de comunicación masiva que han ingresado a la plataforma han ganado el mayor número de seguidores y referencias a su persona, apenas a unas horas de haber ingresado a la plataforma (como sucedió con el actor Charlie Sheen), y algunos otros que se han distinguido por su creatividad y por aprovechar mejor la convergencia de tecnologías se han logrado posicionar como líderes de movimientos sociales, y son identificados como sus voceros oficiales por los medios tradicionales en cuestión de horas; aun y cuando su número de seguidores pueda permanecer limitado (como sucedió a los integrantes del colectivo #YoSoy132).

Aunque en todas las mediciones en México, el uso de las redes sociales aparece referida como la actividad que más crecimiento exponencial ha presentado en los últimos años, el tiempo empleado en consultar el correo electrónico, enviar mensajería instantánea e intercambiar documentos a través de Internet, siguen ubicándose por encima entre estas escalas de usabilidad, una vez que este género del uso de Internet se ubique en primera posición, es posible que existan condiciones

para hablar de una diseminación informativa de mayor influencia directa; hoy en día todavía debemos referirnos a Internet como una tecnología relativamente privilegiada en México alrededor de la cual, sólo cerca de 37 millones tiene acceso habitual (y no necesariamente en su domicilio o equipos propios).

Llama la atención sin embargo que México sea ubicado como el séptimo país en el mundo con más cuentas en Twitter hasta principios del 2012. Aunque la explicación de este fenómeno es multifactorial también, buena parte del boom de ingresos a la plataforma, se presenta después de eventos que llamaron la atención de los medios de comunicación masiva, como ocurrió con los casos de #InternetNecesario, #GuarderíaABC y #YoSoy132 por mencionar algunos de los que más han convocado a la cobertura mediática respecto a eventos políticos.

No obstante no deben dejarse de lado los comentarios más ordinariamente comentados como el clima de inseguridad en diferentes ciudades de la República, en las que Twitter ha sido útil en ocasiones para advertir, disturbios, enfrentamientos armados entre grupos y bloqueos en calles y avenidas (no siempre difundiendo información precisa), tampoco deben olvidarse los casos de humor no intencional y episodios anecdóticos que también han atraído a nuevos grupos de usuarios (como el incidente #JuaydeRito).

Cuando se mide la actividad mensual de los usuarios en México, algunos estudios indican que el 26% de las cuentas realiza al menos una publicación al mes, sin embargo los usuarios aparecen como políticamente más activos en cuanto a la discusión de asuntos de interés público a través de estos medios como ocurre en los casos de Holanda y Venezuela, donde el 28% y el 30% de los usuarios se encuentra publicando contenidos con regularidad por diversos motivos.

Esta dinámica tiene posibilidades de modificarse en la medida que los jóvenes (de 16 a 29 años) continúen tomando protagonismo en Twitter particularmente. A este respecto el sondeo realizado para la presente investigación confirmó que este grupo representa el 60% de las cuentas activas estimadas, como lo habría anticipado la agencia de medición estadística Consulta Mitofsky; de igual modo las personas este grupo continuarán encabezado y vigorizado esta dinámica que debe ir acompañada por las personas con preparación académica más allá del bachillerato, que en el propio sondeo de esta investigación, representa también más de un 63% de las cuentas activas.

La medición particular de las percepciones con relación al desempeño del gobierno y los representantes de una sociedad cobra sentido en este contexto, ya que de acuerdo con un cuerpo de investigaciones consistentes, un sistema político eficiente es aquel que cuenta con la capacidad de transformar las demandas de sus ciudadanos en apoyo a su gestión, toda vez que proporcione

resoluciones administrativas que generen la sensación de que se está correspondiendo a las prioridades colectivas (como lo advierte Easton).

Ello significa para los ciudadanos contar con elementos informativos y sensitivos que favorezcan la percepción de que las decisiones de la autoridad no son exclusivas de sus representantes, sino que cada uno de ellos en lo individual, pero también en lo colectivo, pueden también tomar parte en ellas (percepción de eficacia política interna) y desarrollar la confianza en que sus representantes atenderán a sus opiniones (percepción de eficacia política externa) y tratarán de encauzarlas para buscar el óptimo eficiente de los intereses públicos, retribuyendo a los participantes de un régimen democrático con una sensación de bienestar (satisfacción con el sistema de representación). Con esas nociones en mente, puede decirse que la percepción de eficacia política representa un vínculo clave entre la participación y las sensaciones que produce el formar parte de procedimientos democráticos y deliberativos, en términos del desarrollo personal y la auto satisfacción.

A este respecto, los resultados que arrojó el sondeo realizado, indican que los usuarios de Twitter son altamente escépticos respecto de sus conciudadanos y cuentan con menores expectativas de solidaridad entre la población; a pesar de ello sus niveles de percepción de eficacia política interna se ubican muy por encima (13 puntos) de mediciones comparables (ENCUP 2008), pero también por debajo en lo que se refiere a la percepción de eficacia política externa (29 puntos porcentuales), mientras que la insatisfacción con el sistema de representación es hasta 2 veces más alto con respecto estas mismas mediciones.

En este sentido resulta una constante a lo largo de todos los cruces de variables, encontrar que las personas con mayor preparación académica suelen ser las personas que presentan menor confianza en sus semejantes, y no obstante, mantienen sus percepciones de poder participar en decisiones colectivas (eficacia interna) y constituyen el grupo que más dispuesto está en apoyar causas con tiempo y recursos.

En el cruce particular del grupo de variables que conforma una escala integral de percepción de eficacia política y valoración del sistema, fue posible identificar que las personas con mayor desconfianza hacia los demás, presentan consistentemente una menor expectativa con respecto a que sus gobernantes tomen en cuenta su opinión; por su parte las personas que consideran a sus semejantes predominantemente solidarios en cambio refuerzan su percepción de eficacia política externa, mientras que aquellos que esperan en menor medida que los demás se sumen para suplir algún necesidad, corresponden también de forma mayoritaria con quienes manifiestan menor percepción de eficacia política externa. Quizá a este respecto, la relación más consistente sea que

una baja percepción de eficacia política externa se relacione positivamente con una alta insatisfacción con el sistema de representación.

Cuando se analizan estas variables con respecto a la antigüedad de la cuenta de un usuario en Twitter se encuentra también que quienes tienen más de un año en la plataforma, incrementan significativamente su eficacia interna; lo que puede ser evidencia de dos diferentes fenómenos; por un lado, estos individuos son quienes mejor conocen los asuntos públicos que se discuten dentro de la plataforma y pueden incluso ser fijadores de la agenda (o *trend setters*), respecto a lo cual parecen existir ciertas evidencias, pues sus referencias coinciden con la cobertura en medios de comunicación masivos; y por otro lado estos individuos son también sujetos convencidos de sus causas, quienes a pesar de enfrentar la resistencia de otros grupos o la falta de atención de sus gobernantes, están acostumbrados a continuar socializando su causa y recabando adeptos a largo plazo.

En lo referente al tiempo que invierten los usuarios en Twitter y sus posibles efectos sobre la escala de percepción de eficacia política, llama la atención que aquellos que invierten más tiempo a diario (particularmente más de cuatro horas) destacan por una significativamente mayor percepción de eficacia interna, sin embargo son también quienes tienen las menores expectativas de que los gobernantes tomen en cuenta sus opiniones, tal vez por esta razón, decidan continuar compartiendo su tema de interés en la plataforma o reforzando sus vínculos para impulsar su causa.

En este renglón refuerza esta presunción el hecho de que quienes invierten más tiempo en consultar mensajes dentro de la plataforma sobre política y economía presentan también mayor percepción de eficacia interna y menor externa, mientras que se concentran en la producción de mensajes referentes a causas ciudadanas presentan mayores niveles de eficacia en las dos dimensiones, internamente y en relación a sus expectativas de que sus opiniones lleguen a ser tomadas en cuenta por los gobernantes. Este grupo coincide también con las personas que cuentan con mayor preparación académica, que representa el 39% de quienes reportan una alta percepción de eficacia política externa.

A ese respecto, el sondeo realizado evidenció que la disposición para aportar recursos a una causa colectiva requiere del desarrollo de confianza hacia los demás, así como de la confirmación de que se comparten objetivos y valores con las contrapartes; de ahí que los encuentros cara a cara, sean uno de los rasgos que más se han estudiado como factor para reforzar el capital social en las comunidades, debido a las funciones que se le atribuyen de incrementar la sensación de pertenencia a un grupo y consolidación de una percepción de eficacia en los proyectos que emprenden.

Cabe apuntar que el número de individuos que participaron en el sondeo presentó un tasa de participación en asociaciones voluntarias mucho más alta que las encuestas institucionales más recientes realizadas en México en 2008 (ENCUP y ENAFI), toda vez que el 52% de los consultados refieren formar parte de algún grupo de interés, aunque al entrar a detalle, la participación más alta se presenta en las organizaciones culturales y recreativas (27%), mientras que los instrumentos de medición institucional que precedieron, arrojaron una más frecuente afiliación a iglesias (25% en ENAFI) y asociaciones de vecinos (33% en ENCUP).

El análisis del sondeo propio, reveló también que quienes invierten más tiempo en estos grupos incrementan su confianza en sus pares, mientras que aquellas personas que financian los proyectos, consideran en mayor proporción que son capaces de influir sobre las decisiones del grupo. Por su parte el tipo de insumos que los ciudadanos proveen al sistema político son de acuerdo a su incidencia: la firma de causas (60%), expresar la opinión en medios (58%) y donar tiempo en beneficio de otros (48%), lo que resulta en línea con su tasa de participación en asociaciones cívicas.

La composición de insumos al sistema, al ser segmentada por el perfil sociodemográfico denota que las personas con mayor educación, percepción de eficacia política interna y externa, asumen el rol de líderes de opinión, participando continuamente en medios de comunicación y portando (o dirigiendo mensajes) mensajes directos a las autoridades, lo que fortalece la noción de que actúan como grupos genuinos de interés (*stakeholders*).

Aunque las primeras investigaciones sobre capital social consideran como componentes del involucramiento ciudadano su a grupos de interés, la asignación de recursos y el tipo de insumos que se proporcionan al sistema, las investigaciones más recientes recomiendan tomar en consideración el interés de los ciudadanos respecto a temáticas particulares que puedan vulnerar derechos y servicios que considera relevantes para su desarrollo personal.

En este sentido, llama la atención que muchas interpretaciones sobre #YoSoy132 han insistido en encontrar a los grupos de poder e interés detrás del movimiento, a pesar de que el nombre mismo surge (como se indicó en la introducción) respecto a un evento particular y con una consigna puntual y consistente: equidad, objetividad y profesionalismo en la difusión de la información en los medios masivos.

A pesar de que los primeros estudios cuantitativos apuntan que las personas con previos intereses políticos únicamente refuerzan e incrementan su conocimiento, disposición de participación y percepción de eficacia política, utilizando herramientas digitales y los servicios de red social, sin

que por ello incida en el interés de nuevos sujetos, no afiliados o interesados con su causa; los estudios más recientes ponen en relieve que la autonomía cognitiva y el perfil de auto actualización de las generaciones más jóvenes (quienes más pesan en la dinámica de la redes sociales) es más resistente a la frustración, cuando se enfrenta a que una demanda social no reciba una respuesta correspondiente de parte de las autoridades, ya que continúan alimentándose sus hábitos informativos y conversacionales.

En correspondencia con el modelo de involucramiento ciudadano sugerido por Paige (capítulo 3), el perfil de los tuiteros en México, es disidente, ya que en términos de la distribución de proporciones, presenta una alta percepción de eficacia política interna, una baja confianza en los demás y presenta un alto escepticismo respecto a las autoridades, cuyos motivos son considerados poco fiables (cinismo político), aunque persiste una sensación de que es posible modificar estas circunstancias y por ello vale la pena seguir invirtiendo tiempo y recursos en modificar esta situación.

El grupo pionero y puntal de la dinámica en Twitter, es decir las personas con altos niveles educativos y acceso a recursos comunicacionales de amplia influencia (mayor número de seguidores), tiene el interés, los recursos y redes temáticas de discusión porosas que promueven activamente la adhesión de nuevos grupos a sus causas, al menos en el corto plazo.

Con ello es posible sostener al menos que existen sujetos concentrados en generar capital social puente con nuevas agrupaciones y ciudadanos interesados, incentivando hábitos informativos autónomos, movilizaciones eventuales para presionar a las autoridades a escuchar a las autoridades y que cuando esto no ocurra, se utilicen etiquetas de conversación que aprovechen el humor, el sentido irónico y las conversaciones cotidianas en la red, para sostener el interés y vencer la frustración.

Se ha encontrado también que la desconfianza ciudadana respecto de los motivos de los políticos para desarrollar políticas públicas y expedir leyes (cinismo político), resulta positiva en función de que las evidencias apuntan a que las fuentes de información tienden a diversificarse cuando no se encuentra una respuesta positiva de la autoridad, amplificando el número de personas con las que se comenta el problema público en las redes (online).

Al mismo tiempo el cinismo político parece detonar temas de conversación con los círculos primarios y secundarios de socialización (familiares, amigos y conocidos del trabajo y escuela), frente a quienes se encuentra casi una idéntica disposición a comentar estos temas, un rasgo que fortalece la noción de que estos usuarios presentan comportamientos culturales democráticos muy

arraigados; de modo que revela que emplean continuamente sus libertades de expresión y asociación, así como su derecho de petición.

El que Twitter sea evaluado como una herramienta útil para movilizar a otros y para obtener audiencias con las autoridades entre las personas con mayor percepción de eficacia política interna, confirma el que la plataforma es precursora del involucramiento ciudadano, capaz de expandirse a otros.

El ejemplo de las aplicaciones móviles que proporcionan indicadores que facilitan la identificación con grupos políticos (*voting advisory applications*) que se están experimentando en algunos países de Europa, indican que la tendencia hacia el futuro es continuar contribuyendo a que los ciudadanos cuenten con más y muy diversas herramientas para simplificar sus procesos cognitivos, los que sin embargo continuarán reforzando las dinámicas deliberativas, reforzando las convicciones y generando condiciones para que pueda activarse la participación situacional selectiva; lo que significa la amplificación de una ciudadanía *monitoreal*.

Las evidencias apuntan a que las manifestaciones colectivas espontáneas en la sociedad civil continuarán presentándose y cada vez con mayor frecuencia, simplemente por la dinámica colaborativa y la producción de capital social implicados en el proceso mismo. Aunque el efecto multiplicador de las conversaciones fuera de las redes (offline) parecen reforzar esta tendencia, mientras la conectividad a Internet no alcance al menos al 70% de la población, y hasta que el número de usuarios en Twitter no represente al menos un 60% de los internautas totales en el país, resulta imposible considerar a esta plataforma como de alta incidencia en el involucramiento ciudadano, pensando en que este requiere de una masa crítica y alta resistencia a la frustración.

Bibliografía:

Bobbio N (1984) "El Futuro de la Democracia" Fondo de Cultura Económica México 2010

De Mauleón H (2012) "#YoSoy132 y el uso político de las redes sociales" en Nexos Septiembre, Fuente electrónica [en línea] <http://www.nexos.com.mx/?P=numanteriores&anio=2012&mes=9> , Recuperado el 12 de agosto, 2012

Anexos

Anexo 1: Ficha metodológica de investigaciones referidas

Título del sondeo: Usos de Twitter y Ciudadanía
Código distintivo en presentación: Sondeo 2012
Responsable de conducción: Daniel Cosío
Población sujeto de estudio: Usuarios de Twitter en México interesados en problemas públicos
Fechas de levantamiento: 18 de enero al 27 de febrero
Esquema de selección de muestra: Reclutamiento de “Bola de Nieve” o “*snow balling*”. Se distribuyó a través de las redes sociales Twitter y Facebook, así como a través de correo electrónico personalizado invitando a los sujetos a participar y a compartir la encuesta con otros.
Tamaño de muestra: 508 encuestas completadas exitosamente
Técnica de recolección de datos: Sistema de auto-llenado de formato en sitio web.
Grado de certidumbre: Por definir

Título del sondeo: Perfil de usuario de redes sociales en internet Facebook y Twitter
Código distintivo en presentación: Mitofsky 2011
Responsable de conducción: Consulta Mitofsky
Población sujeto de estudio: Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares
Fechas de levantamiento: Del 26 a 29 de Diciembre de 2011
Esquema de selección de muestra: Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional, en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
Tamaño de muestra: 1,000 mexicanos
Técnica de recolección de datos: entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor
Grado de certidumbre: el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.1\%$.

Título del sondeo: Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas
Código distintivo en presentación: ENCUP 2008
Responsable de conducción: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y Secretaría de Gobernación
Población sujeto de estudio: personas de 18 años cumplidos y más que residen permanentemente en viviendas particulares ubicadas dentro del territorio nacional
Fechas de levantamiento: 3 y el 28 de noviembre de 2008
Esquema de selección de muestra: La selección de la muestra para la ENCUP-2008, se realizó de manera independiente por entidad, dominio y estrato, el procedimiento de selección varió de acuerdo con el dominio.
Tamaño de muestra: En total se entrevistó a cuatro mil 383 personas de 18 años o más de las 32 entidades federativas.
Técnica de recolección de datos: entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor
Grado de certidumbre: NA

Título del sondeo: Latinobarómetro 2010, 2009, 2008 y 2005
Código distintivo en presentación: Latinobarómetro
Responsable de conducción: Olivares Plata Consultores S.A
Población sujeto de estudio: personas mayores 18 años cumplidos y más que residen permanentemente en viviendas particulares ubicadas dentro del territorio nacional
Fechas de levantamiento: Desde el 2 de octubre al 16 de octubre de 2010
Esquema de selección de muestra: Se empleó un muestreo probabilístico con selección en múltiples etapas que incluyen los puntos de levantamiento y la selección de las viviendas
Tamaño de muestra: 1200 sujetos entrevistados
Técnica de recolección de datos: entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor
Grado de certidumbre: +/- 2.8

Título del sondeo: Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil
Código distintivo en presentación: ENAFI 2008
Responsable de conducción: Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil (PFSC) ITAM - México
Población sujeto de estudio: personas mayores 18 años cumplidos y más que residen dentro del territorio nacional
Fechas de levantamiento: noviembre del 2008
Esquema de selección de muestra: Se empleó un muestreo probabilístico con selección en múltiples etapas que incluyen los puntos de levantamiento y la selección de las viviendas
Tamaño de muestra: 1,490 ciudadanos
Técnica de recolección de datos: entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor
Grado de certidumbre: +/- 2.5

Título del sondeo: Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria
Código distintivo en presentación: ENSAV 2005
Responsable de conducción: Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.
Población sujeto de estudio: personas mayores 18 años cumplidos y más
Fechas de levantamiento: finales de 2005 y en los primeros meses de 2006
Esquema de selección de muestra: La muestra es representativa para el país, las regiones norte, centro y sur, el Distrito Federal y los ámbitos rural y urbano
Tamaño de muestra: 1,500 ciudadanos
Técnica de recolección de datos: entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor
Grado de certidumbre: +/- 2.5

Título del sondeo: Redes Sociales en México y Latinoamérica 2011
Código distintivo en presentación: AMIPCI 2011
Responsable de conducción: Asociación Mexicana de Internet
Población sujeto de estudio: personas mayores 6 años cumplidos y más usuarios de Internet
Fechas de levantamiento: julio-agosto 2011
Esquema de selección de muestra: Representatividad nacional usuarios de Internet
Tamaño de muestra: 1149 casos
Técnica de recolección de datos: Panel en Internet
Diseño muestral probabilístico: NC=95% / e=0.15

Título del sondeo: Hábitos y percepciones sobre Internet y tecnologías asociadas
Código distintivo en presentación: WIP 2011
Responsable de conducción: World Internet Project e ITESM
Población sujeto de estudio: personas mayores 6 años cumplidos y más usuarios de Internet
Fechas de levantamiento: diciembre, enero y febrero de 2011
Esquema de selección de muestra: Representatividad nacional usuarios y no usuarios de Internet, hombres y mujeres desde 12 hasta 70 años
Tamaño de muestra: 2,000 entrevistas entre usuarios y no usuarios, para lo cual
Técnica de recolección de datos: se efectuaron 37,000 llamadas equivalentes a 92,000 minutos de tiempo aire
Grado de certidumbre: +/- 2.21

Anexo 2: Conceptos clave de la investigación

A) Twitter:

Twitter es una red de información de tiempo real que permite conectar a sus usuarios con sus temas de interés. La plataforma sugiere seguir personas o temáticas de acuerdo con la relevancia que sus publicaciones pueden tener para los usuarios indexando las palabras clave que utilizan en sus publicaciones (paráfrasis del apartado Sobre Nosotros en: <http://twitter.com/about>)

B) Percepción:

Se refiere a un proceso de construcción involuntaria de comprensión del entorno y la realidad en el que interviene la selección de preferencias, prioridades, diferencias cualitativas y cuantitativas del individuo acerca de sus experiencias sensibles (este proceso se denomina preparación); al mismo tiempo, rechaza que la conciencia y la introspección sean elementos característicos de la percepción. (Abbagnano, 1986 en Vargas L, 1994:48)

C) Auto eficacia:

La eficacia personal, como una forma particular de auto-evaluación, puede ser definida como las opiniones de un individuo o su valoración sobre su capacidad de controlar su propio comportamiento y hacer cosas de tal manera que quede satisfecho con el resultado (Bandura, 2002; Steyn, 2005).

Auto eficacia en Internet:

Es la confianza en las capacidades propias para organizar y ejecutar acciones que produzcan logros o utilidad de la información que se encuentra en Internet (Eastin & LaRose, 2000).

D) Percepción de eficacia política

Sensación de que la acción política de un individuo en efecto tiene o puede tener impacto dentro del proceso político, lo que implica, que cumplir con los deberes cívicos es valioso y útil (Campbell, Gurin, y Miller 1954:187)

Interna

Creencia en la capacidad del individuo para influir en el proceso político

Externa

Creencia en la articulación de respuestas de los representantes del gobierno a las preocupaciones de sus ciudadanos

E) Involucramiento cívico (*Civic Engagement*)

Se refiere regularmente a la disposición de las personas en trabajar para marcar una diferencia en la vida de su comunidad a través de sus acciones, aprovechando todos sus recursos disponibles, como conocimientos, habilidades y valores (Thomas Ehrlich 2000:6)

F) Sentimiento de pertenencia a una comunidad (*Community Sense*)

Sensación de pertenencia que poseen los miembros de un grupo, quienes perciben al mismo tiempo que existe interés entre ellos y una creencia compartida de que las necesidades de los integrantes pueden ser cubiertas a través del compromiso entre ellos (McMillan & Chavis 2010)

Anexo 3: Razonamiento en la selección de los incisos para evaluar la percepción de eficacia política

Es conveniente sólo añadir que para el estudio de campo, se adoptaron las secciones metodológicas de medición que presenta Michael Morrell, quien después de una exhaustiva revisión de los trabajos similares en la materia, y tras una igualmente extensa serie de análisis de significancia estadística, encontró que las 4 cuestiones indispensables para evaluar la percepción de eficacia política pueden resumirse en consultar entre los encuestados su comprensión sobre las prioridades de la agenda pública (COMPRENSIÓN), su autoevaluación de capacidades para participar (AUTOCALIFICACIÓN), su estimación para asumir decisiones en lugar de sus representantes (REPRESENTANTES) y la simetría de información (INFORMACIÓN) respecto a otros miembros del grupo. En su opinión, estas secciones deberían garantizar el seguimiento de un estándar suficientemente robusto para realizar análisis sobre percepción de eficacia política (Morrell 2003:599-600).

Debido a que esta investigación asume las conclusiones estadísticas y metodológicas de la distinción bidimensional de la percepción de eficacia política, atiendo a los incisos puntuales indicados por Niemi, Craig, y Mattei 1991, quienes se limitan a solicitar la autoevaluación de los participantes en términos de capacidades de participación en el sistema político y la respuesta que esperan recibir de sus gobernantes (Variables: "Yo bien calificado", "buena comprensión de los temas políticos", "un buen trabajo en la administración pública "y" mejor informado que la mayoría ") (Niemi, Craig y Mattei 1991, p. 1412)

Una vez que hemos afirmado que las investigaciones sobre percepción de eficacia política deben leerse en un contexto situacional y geográficamente localizado, así como en una serie histórica, cabe también añadir, el hecho de que tomé como referencia los incisos que se han aplicado durante la década del 2000 en la serie de la Encuesta Nacional de Cultura Política (ENCUP

2001,2003,2005 y 2008) realizada conjuntamente por el INEGI y la Secretaría de Gobernación, así como el cuestionario que cada año lleva a cabo Latinobarómetro desde 1995, con el fin de evaluar la opinión pública y la valoración del sistema democrático y las autoridades en la región. En ellos se solicita a los participantes establecer el grado de coincidencia en una escala de Likert sobre una serie de afirmaciones.

Diversos estudios sobre elaboración de cuestionarios recomiendan que las afirmaciones a partir de las cuales se solicita que se fije una percepción personal, excluyan el lenguaje negativo para evitar confusiones. Asimismo, y como lo vemos reflejado en los reactivos de la ENCUP, muchos investigadores de opinión afirman que las escalas de coincidencia deberían apuntar a ser dicotómicas; es decir, las personas deberían describir si están acuerdo o en desacuerdo con los enunciados que se les presentan, sin embargo también reconoce que se debe conceder un estado intermedio o permitir la omisión de respuestas, aunque para fines prácticos lo que los investigadores buscamos contrastar son las posiciones en contra y a favor.

Con todo lo anterior en mente, los reactivos que seleccioné para evaluar la percepción de eficacia política en la presente investigación son:

Menciona si estás de acuerdo o no con las siguientes frases...

Frase	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo
Si uno no se cuida a sí mismo, la gente se aprovechará			
La mayoría de las personas son solidarias			
Los ciudadanos como yo, podemos comprender y participar en las decisiones políticas que nos afectan			
A nuestros gobernantes y representantes les interesa lo que las personas como yo piensan			
Me siento satisfecho sobre la forma en la que funciona el sistema de representación en México			

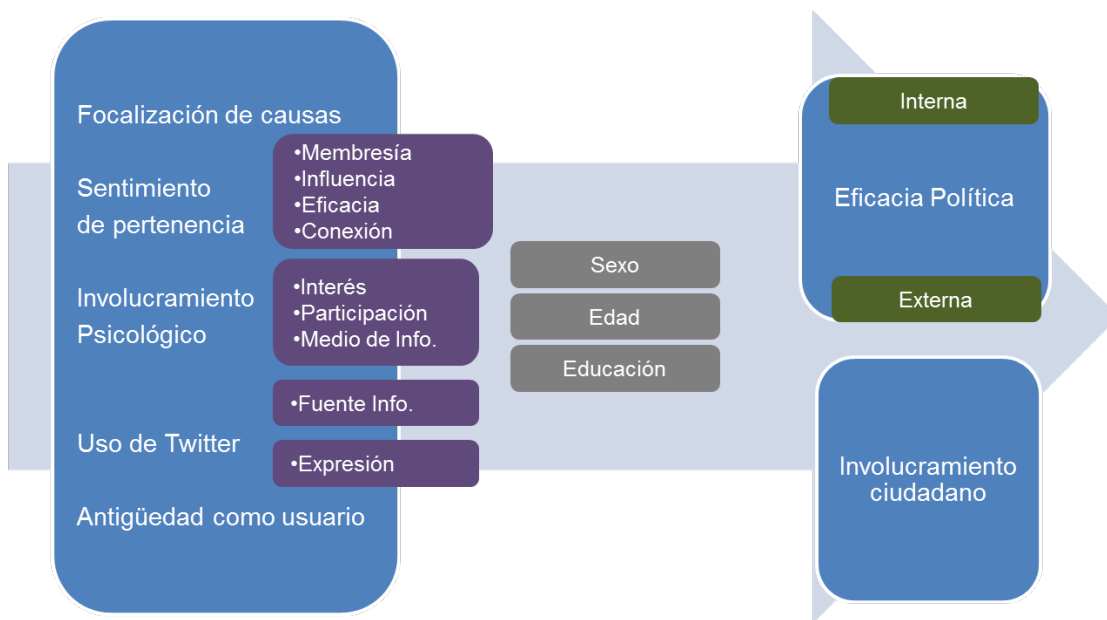
Anexo 3: Catálogo de constructo variables³⁶:

- 1) El índice de sentimiento de pertenencia a una comunidad (*community sense*), retomado de la investigación de Mary Anderson de la Universidad de Tampa; que se compone de las respuestas a una batería de evaluaciones referentes a la membresía, capacidad de influencia, satisfacción de necesidades e involucramiento emocional entre los miembros pertenecientes a una asociación.
- 2) El involucramiento psicológico, retomado del ensayo de Michael Morrell de la Universidad de Connecticut, que se integra por el interés que manifiestan los individuos en asuntos públicos, la participación en discusiones sobre los mismos y el medio prioritario por el que se informan.
- 3) La predominancia del uso de Twitter como medio informativo o expresivo, retomando los principios sobre la investigación de Kate Kensi y Natalie Jomini Stroud de la Universidad de Pennsylvania, respecto a las relaciones entre el uso de Internet, la percepción de eficacia política y la participación
- 4) La antigüedad como usuario de Twitter, que retomo del libro Ciudadanos Mx (de José Merino y Ana Francisca Vega) identificado como un aspecto coincidente (no causal) en el crecimiento de las movilizaciones convocadas a través de Internet y que intuitivamente guarda relación con una alta preparación académica, alta inversión en consumo informativo y acceso constante a Internet.
- 5) La micro-localización de causas como un espacio de expresión política y reconfiguración identitaria entre los jóvenes, retomando el estudio de caso de Annita Harris y Johanna Wyn en Australia
- 6) Todas las anteriores investigaciones identifican como variables independientes el sexo, la edad y el grado de preparación académica.

Los constructos y variables descritos se presentan de forma sintetizada en el esquema 8 de manera que puedan enmarcarse una ruta analítica de todos los reactivos incluidos en la investigación. Cada uno de ellos fue considerado en la selección de las preguntas para el cuestionario con el que se realizó el sondeo entre usuarios de Twitter en México.

³⁶ En el anexo 3 se explican por ejemplo los criterios de selección de reactivos de eficacia política

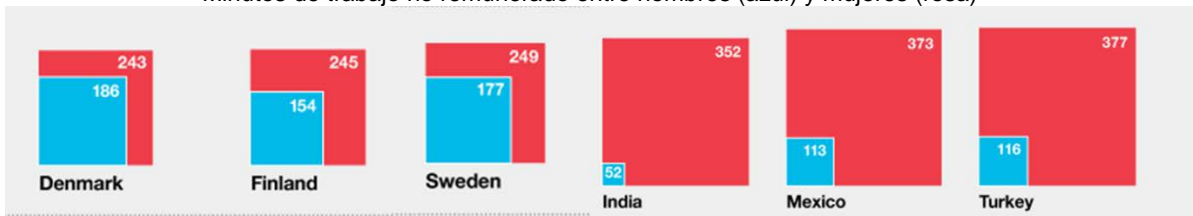
**Esquema:
Variables intervinientes en el desarrollo de percepción de eficacia política e involucramiento ciudadano**



Comentarios sobre la investigación respecto a actividades productivas en países de la OCDE

Este mismo estudio revela que aunque el tiempo al trabajo no remunerado presenta una constante en todo el mundo, existe una brecha de género en actividades voluntarias, que varía de país en país a través del cual es posible atestiguar que las mujeres invierten en promedio 2 horas y 28 minutos más que los hombres en labores no remuneradas, un rasgo que es particularmente notable en Turquía, India y México, países en los que en promedio, las mujeres destinan entre 4.3 y 5 horas más que los hombres a tareas sin paga, un dato que contrasta con poco más de una hora en los países nórdicos, como puede comprobarse en el gráfico 34.

Gráfico C: Trabajo no remunerado y diferencia de género
Minutos de trabajo no remunerado entre hombres (azul) y mujeres (rosa)



Fuente: Credit Sesame con datos de la OCDE 2011; Cocinando, Cuidando y trabajando como voluntario: Trabajo sin remuneración alrededor del mundo
Investigador: Veerle Miranda / Ilustración: Colin Dobrin

Es conveniente precisar que la contabilización del trabajo no remunerado en la investigación de Miranda se sub-clasifica en: tareas en el hogar, compras, cuidar miembros de la familia, cuidar a otras personas de fuera de la familia, viajes no remunerados y tiempo dedicado como voluntario en asociaciones. Cuando se revisa esta información en este detalle, en México cerca de 170 minutos se destinan a labores en el hogar, cerca de 50 minutos al cuidado de miembros de la familia, 20 minutos a compras cotidianas y menos de 10 minutos se reparten equitativamente entre el cuidado de otras personas, viajes no remunerados y tiempo dedicado a causas propiamente solidarias (Miranda 2011:16). En todos los casos esta investigación no integró como parte de sus mediciones como trabajo no remunerado al tiempo de ocio, por motivos metodológicamente consistentes.