



**LA INTERNET Y LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL EN
MÉXICO: NUEVOS ESCENARIOS PARA LA PARTICIPACIÓN
POLÍTICA Y SOCIAL**

Tesis presentada por:
Abril Herrera Chávez

Para obtener el grado de:
MAESTRA EN ESTUDIOS CULTURALES

Tijuana, B.C., México.

2012

AGRADECIMIENTOS

A CONACYT por apoyar y dar alas a los jóvenes investigadores que como yo persiguen el sueño de la comprensión y producción de conocimiento. Mi reconocimiento a la labor de El Colegio de la Frontera Norte (El Colef) por ayudarme a abrir los ojos a realidades y fenómenos sociales que desconocía.

A la familia Herrera, su cariño y confianza atravesaron las fronteras espacio-temporales que nos separaban y me sirvieron de estímulo durante los dos años que duró esta aventura.

Un muy especial agradecimiento me merece el Dr. Tonatiuh Guillén, sin cuya paciencia, tiempo y dirección no hubiera podido llevarse a término esta investigación.

Reconozco profundamente las aportaciones de mis lectores de tesis, al Dr. Enrique Cabrero por sus comentarios que enriquecieron mi perspectiva y me condujeron a nuevos cuestionamientos y al Dr. Alejandro Monsiváis, con quien tuve el gusto de coincidir nuevamente. Sin duda todas esas pláticas y comentarios me ayudaron a dar orden a una mente llena de ideas pero también de desorden como la mía. Le agradezco sus recomendaciones pero sobre todo su amistad.

Mi total gratitud para el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), Sociedad en Movimiento (SenM) y Reacciona Tijuana (Reacciona). Sin duda las personas que ahí laboran cuentan con una genialidad y dinamismo que se ve reflejado en su trabajo.

Le doy un amplio reconocimiento a la Dra. Laura Velasco, una de las personas más humanas y asertivas que tuve el gusto de conocer en esta odisea. Sé que aún hoy me cuesta ver lo simbólico, pero agradezco su esmero en presentarlo ante mis ojos.

Al Dr. Felipe de Alba, su guía y amistad incondicional me ayudaron a llegar hasta aquí.

Le agradezco a Ignacio Castro su apoyo, consejos y aportes a mi investigación. Gracias por saber ser cómplice y amigo, por llenarme de fortaleza y por acompañarme en este proceso tan largo y a veces tan difícil de aprendizaje.

Le agradezco a la “alteridad” de Estudios Culturales, quienes llenaron estos años de maestría con los aprendizajes más diversos.

Celia, Heber y MAIAS ¡¡gracias por adoptarme!!

A todos ustedes:

¡¡GRACIAS por ayudarme a completar este sueño!!

RESUMEN

Internet ha ido más allá de los esquemas tradicionales de la comunicación y del manejo de la información para plantear implicaciones que se extienden hasta las formas mismas de interacción e integración social. Siguiendo esta línea de análisis, la presente investigación se ha enfocado en explorar los alcances e impactos de las Red en las prácticas sociales y políticas mediatizadas a través de Internet y de las redes sociales virtuales (RSV) como Facebook a través del análisis de tres Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) en México. Para ello la investigación se enfocó primero en dar cuenta del estado del arte en el que se inserta el análisis de las prácticas sociales y políticas en Internet. Posteriormente se explicó la importancia de la investigación del fenómeno en la sociedad civil organizada en México y se detalló el grado de inserción de Internet y de las redes sociales en la sociedad mexicana. Después se expusieron las metodologías aplicables para el análisis de las interacciones digitalizadas así como las variables de uso y apropiación del medio digital. Finalmente en los dos últimos capítulos se da cuenta de cómo emplean las organizaciones sociales el medio digital y el Facebook. Todo lo cual busca esbozar los nuevos escenarios sociales y políticos en los que se inserta la participación social mediatizada.

PALABRAS CLAVE

Internet, Facebook, Uso, Apropiación, Organización de la Sociedad Civil

ABSTRACT

Internet has gone beyond the traditional patterns of communication and information management to raise implications that extend to the very forms of social interaction and integration. Following this line of analysis, this research has focused on exploring the scope and impact of the Net on the mediated social and political practices through the Internet and virtual social networks (VSN) as Facebook through the analysis of three Civil Society Organizations (CSO) in Mexico. This research focused first on the state of the art in which are inserted the analysis of social and political practices on the Internet. Then it is explained the importance of investigating the phenomenon of organized civil society in Mexico and it is described the integration of the Internet and social networks in Mexican society. After that it is explained the applicable methodologies to the analysis of digital interactions and the variables of usage and appropriation of digital media. Finally in the last two chapters it is shown how social organizations employ digital media and Facebook. All of which seeks to outline the new social and political scenarios in which mediated social participation is inserted.

KEY WORDS

Internet, Facebook, Usage, Appropriation, Civil Society Organization

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
I. Antecedentes	¡Error! Marcador no definido.
II. Planteamiento.....	¡Error! Marcador no definido.
III. Objetivo.....	¡Error! Marcador no definido.
IV. Método	¡Error! Marcador no definido.
V. Hallazgos.....	¡Error! Marcador no definido.
VI. Descripción del Contenido de la Investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 1. PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA, TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
1.1. Tecnología, información y sociedad	¡Error! Marcador no definido.
1.2. La internet, prácticas cívico políticas y participación social..	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Conclusiones	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 2. PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA Y LA RED: MÉXICO	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Las organizaciones de la sociedad civil	¡Error! Marcador no definido.
2.2. La Internet y las Redes Sociales Virtuales en México	¡Error! Marcador no definido.
2.2.1. Facebook	¡Error! Marcador no definido.
2.3. La Internet en México: sus usos políticos y sociales.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3.1. Organizaciones, movimientos sociales y tecnología en la Frontera Norte	¡Error! Marcador no definido.
2.4. Conclusiones	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 3. ESTUDIAR LA PARTICIPACIÓN SOCIAL EN INTERNET Y REDES SOCIALES	¡Error! Marcador no definido.
3.1. Descripción de la metodología a ser utilizada	¡Error! Marcador no definido.
3.1.1. Las redes sociales como espacios de investigación.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.2. El análisis de contenidos y su aplicación en entornos virtuales	¡Error! Marcador no definido.
3.2. El análisis de la participación cívico-política: el uso y la apropiación de la Internet....	¡Error! Marcador no definido.

3.2.1. Uso y apropiación de la Internet para el análisis de las prácticas de las OSC	¡Error! Marcador no definido.
3.3. Conclusiones	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 4. ORGANIZACIONES SOCIALES E INTERNET EN MÉXICO: CASOS DE ESTUDIO.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1. Población y fuentes de análisis.....	¡Error! Marcador no definido.
4.2. Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	¡Error! Marcador no definido.
4.3. Sociedad en Movimiento (SenM).....	¡Error! Marcador no definido.
4.4. Reacciona Tijuana (Reacciona).....	¡Error! Marcador no definido.
4.5. Comparación de las Características de las osc	¡Error! Marcador no definido.
4.5. Conclusiones	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 5. EL COMPORTAMIENTO DE LAS OSC EN FACEBOOK	¡Error! Marcador no definido.
5.1. Propuesta de análisis de los datos de las OSC en Facebook...	¡Error! Marcador no definido.
5.2. Centro Mexicano para la Filantropía.....	¡Error! Marcador no definido.
5.3. Sociedad en Movimiento.....	¡Error! Marcador no definido.
5.4. Reacciona Tijuana	¡Error! Marcador no definido.
5.5. La interacción de las organizaciones sociales en las RSV.....	¡Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES	¡Error! Marcador no definido.
FUENTES DE CONSULTA.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Índice de Acceso Digital (2012)	41
Ilustración 2 Usuarios de Facebook (2012)	46

TABLAS

Tabla 1 Organizaciones Seleccionadas de Acuerdo al Núcleo de Interés y Origen	78
Tabla 2 Lista de Indicadores para Facebook	97
Tabla 3 Lista de Indicadores para Facebook, Empresa Socialmente Responsable Cemefi (Rse Cemefi)	99
Tabla 4 Lista de Indicadores para Facebook, Rse Cemefi	100
Tabla 5 Lista de Indicadores para Facebook,	101
Tabla 6 Lista de Indicadores para Facebook, Cif Biblioteca Cemefi	103
Tabla 7 Lista de Indicadores para Facebook, Sociedad en Movimiento (Página)	104
Tabla 8 Lista de Indicadores para Sociedad en Movimiento (Perfil)	105
Tabla 9 Lista de Indicadores para Sociedad en Movimiento (México a Debate) (perfil)	106
Tabla 10 Lista de Indicadores para Facebook, Reacciona	107

ANEXOS

ANEXO 1 Entrevistas a OSC	125
ANEXO 2 ENTRADAS POR SEMANA	126
ANEXO 3 ME GUSTA POR SEMANA	126
ANEXO 4 COMENTARIOS RECIBIDOS POR SEMANA	127
ANEXO 5 INDICADORES DE USO DE FACEBOOK DE OSC	128

INTRODUCCIÓN

I. Antecedentes

La Internet¹ ha ido más allá de los medios masivos de comunicación² al reconfigurar los esquemas de interacción social permitiendo a los usuarios del espacio virtual estar en múltiples lugares a la vez, lo que ha favorecido la construcción y mantenimiento de nuevos vínculos de afinidad (de amistad, afectivos, académicos, profesionales) que versan sobre los temas más variados. Gracias a esto, se genera un proceso de socialización en el espacio digital, que le resta importancia a la ubicación geográfica del usuario en la Red³.

Esto parece constituir un giro cultural⁴. Un cambio en la forma, los alcances y el significado de las interacciones sociales que por ende modifican la mayoría de los fenómenos sociales. Bajo esta premisa, la Internet no sólo parece estar reconfigurando los formatos mediante los cuales se entiende y explica la realidad social, sino que en sí misma la Red sugiere el surgimiento de un nuevo ser social, basado en la vivencia virtual.

¹ De acuerdo a Millán (1997) la palabra “Internet” al ser un anglicismo debe ser escrito con artículo femenino, siguiendo las normas lingüísticas del español (Millán, 1997). Además por ser el acrónimo de Inter (national) Net (work) o red internacional debe escribirse con mayúscula.

² Dentro de las características asumidas a los medios masivos de comunicación se consideraba que eran canales de comunicación de una sola vía, es decir, el receptor era pasivo ante la información que recibía debido a que no contaba con un canal de doble flujo que le permitiera una comunicación continua. Lévy (2007: 49), contrapondría una crítica a tal distinción e identificaría al menos tres tipos de dispositivos comunicacionales:

- Prensa, radio, televisión- Se basan en la interacción unidireccional a partir de un centro emisor que envía sus mensajes a un gran número de receptores pasivos y dispersos. Comunicación de uno-todos.
- Correo, teléfono- Propician una relación recíproca entre emisor y receptor; se limitan al contacto de individuo a individuo o de punto a punto. Comunicación de uno-uno.
- Tecnologías digitales, Internet, ciberespacio, -los mundos virtuales multi-participantes, sistemas de red para el aprendizaje, el WWW- Proporciona una comunicación bidireccional (sincrónica y asincrónica), persona-persona y persona- grupo. Comunicación de todos-todos.

³ Con el objetivo de evitar confusiones, en la investigación se debe entender la Red, escrita con mayúscula, como sinónimo de la Internet; mientras que el término de red, en minúscula, hará referencia “a la condición estructural por la cual distintos puntos (a menudo llamados ‘nodos’) se relacionan unos con otros por conexiones (conocidas como ‘lazos’) que típicamente son múltiples, se interceptan y muchas de las veces redundan. Una red existe cuando muchos nodos (personas, firmas, computadoras) se encuentran ligadas a muchos otros nodos, normalmente por muchos lazos que cruzan los lazos conectando otro nodo” (Barney, 2004: 2).

⁴ Entendiendo la cultura como el conjunto del conocimiento humano y su posesión particular por sociedades específicas, considerando todas las diversidades posibles de contenidos, de su generación y de los flujos informativos (Geertz, 1982).

Ahora bien, para entender los diversos cambios impulsados por la Internet, parece necesario rebasar cualquier debate meramente teórico que verse en torno al impacto tecnológico y comunicacional de la Red, para acercarnos a las implicaciones prácticas del fenómeno. En éste sentido, la observación y el análisis de las interacciones sociales en los distintos portales web y entornos virtuales parecen volverse los escenarios idóneos de estudio, toda vez que permiten observar aunque sea una parte del nuevo mundo “alternativo” que se está gestando en la Red, y cuyas prácticas y funciones pueden igualarse a aquellas del mundo físico, distanciarse en absoluto o, en su defecto, interactuar recíprocamente.

Siguiendo esta línea de análisis surge la presente investigación, la cual llevó a cabo un estudio exploratorio sobre el papel de la Internet, pero principalmente de las Redes Sociales Virtuales (RSV), en las prácticas sociales y políticas de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) en México, a través de un estudio donde se abordan y se comparan tres casos. Para ello, la investigación se enfocó en estudiar los alcances e impactos de la Red, estableciendo una distinción entre los niveles de uso y apropiación que tienen o creen tener las organizaciones sociales sobre el medio digital. Es decir, se analiza la práctica y percepción de interacción con la Red, para el surgimiento, desarrollo y funciones de las organizaciones sociales.

II. Planteamiento

Bastará ver cómo el capital social -entendido como la capacidad de socializar ciertas problemáticas para obtener determinados apoyos (Putman, 1995; Bourdieu & Wacquant, 1995; Hernández Corrochano, 2005; Lechner, 2000)- en principio se mide en la Red de acuerdo al número de “seguidores” o de “amigos” con los que se cuenta y puede llegar a traducirse en una mayor popularidad o en un derrumbe de la imagen pública dentro del mundo físico. Otro ejemplo son las causas sociales cuyas agendas públicas se publicitan en la Red, llegando a abarcar desde los temas más generales, como ir en contra de la “trata de personas” o el “calentamiento global”, hasta ubicarse en los temas más específicos y locales llegando a denunciar la “ineficacia o el abuso de la fuerza policiaca” en algunas comunidad de México.

Estos problemas sociales, que en otro momento quizás hubieran pasado desapercibidos, hoy son capaces de alcanzar gran relevancia y visibilidad global, pudiendo surgir en contextos completamente locales y distantes del lugar que les dio origen.

Lo anterior da cuenta de que se está aún lejos de comprender el impacto de la Red en las prácticas sociales y la escala a la que se extienden sus alcances. No obstante, a partir de proponer análisis enfocados en los efectos de la Internet en sociedades y grupos específicos es posible formular explicaciones sobre el carácter social del medio electrónico.

La presente investigación se ha enfocado en la sociedad mexicana, la cual también se encuentra inmersa en la dinámica de cambio catalizado por la Internet. Y en éste sentido, ha buscado dar cuenta del impacto que tiene la Red en las prácticas cívico-políticas de la ciudadanía. Para tal fin, el presente estudio se ha centrado en la observación del uso y la apropiación que las Organizaciones de la Sociedad Civil hacen de la Internet, poniendo como foco de análisis el empleo de Facebook, principal Red Social Virtual (RSV) en México y en el mundo. Lo anterior con la finalidad de identificar las constantes y los cambios presentes en los formatos de interacción social tanto por parte de la organización y sus miembros, como por parte de los afiliados o “amigos” externos que utilizan el portal de la organización.

La investigación que aquí se presenta es una propuesta exploratoria tanto del campo de estudio social de la Internet en México y en las OSC, como de las prácticas cívico-políticas presentes en el espacio virtual y de los métodos y enfoques de análisis al respecto. En éste sentido, se han puesto en marcha distintos métodos de análisis con la finalidad de dar cuenta de las particularidades y dificultades prácticas presentes para la investigación social contemporánea de la Red y de las RSV.

No obstante las restricciones anteriores, los resultados de la investigación bien pueden servir de base para reflexiones posteriores de mayor alcance sobre el cambio social, ya no sólo desde la perspectiva de las organizaciones sociales sino también desde las prácticas individuales y de los movimientos sociales trasladados a la Red. Toda vez que como podrá observarse en los capítulos subsecuentes, la Internet redimensiona las interacciones sociales y las potencializa.

De manera que a partir de definir cómo Facebook, RSV surgida en la Internet, *condiciona*⁵ las prácticas culturales y sociales, es posible percatarse de las nuevas prácticas y nuevos formatos que guían la interactividad y la socialización de las prácticas cívico-políticas de las OSC y es menester del presente trabajo mostrar mediante el estudio y la comparación de los casos propuestos cuáles son dichas prácticas.

III. Objetivo

Dado el carácter exploratorio de la investigación el objetivo general ha sido establecer un diagnóstico sobre el papel que juegan la dimensión (del análisis) cultural, social y político de la Internet y las RSV para la comprensión de los fenómenos sociales contemporáneos. Siguiendo ésta misma línea, pero a manera particular, se ahondó sobre el trabajo interactivo que impera al interior de las distintas organizaciones y que permite identificar los distintos formatos de uso y apropiación de la Red para el ejercicio de las funciones de cada organización.

A su vez, la investigación se dirigió hacia la comprensión de los efectos que el uso y la apropiación de Facebook trae a las prácticas cívico-políticas y de interacción social al interior de la Internet. Para, finalmente, prever los alcances prácticos y las limitantes metodológicas que versan sobre la investigación de las interacciones sociales en la Red.

IV. Método

Con la intención de dar cuenta de la anterior, ésta investigación se desarrolló en tres etapas, mediante tres técnicas de investigación. En un primer momento, se realizó una búsqueda documental sobre aquellos trabajos destacados que explican el papel de la Internet para la comprensión de los fenómenos sociales actuales. Dicha búsqueda se depuró al centrar el foco de interés en aquellas investigaciones enfocadas en dar cuenta del efecto de la Internet, como herramienta interactiva y deliberativa, en las prácticas cívico-políticas de la sociedad. De igual

⁵ Se emplea el término *condicionar* en lugar de determinar siguiendo la propuesta de Lévy (2007: 10) para quien el condicionamiento técnico refiere una apertura a “ciertas posibilidades”, a ciertas opciones culturales (como la existencia y creación de mundos y comunidades virtuales) y sociales (donde todo lo dicho en la Red es susceptible de compartirse y comunicarse de todos a todos).

manera se orientó el análisis a las organizaciones sociales en México y sobre los datos y las cifras de que indican el estado en el que se encuentra el uso social de la Internet en el país.

La parte empírica de la investigación se enfocó en tres Organizaciones Civiles, que ejemplifican los distintos usos y formas de apropiación presentes en la Red por parte de las OSC:

o El primero caso, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) da cuenta de un uso de la Internet fundamentado en una estrategia de comunicación para expandir la visibilidad y potenciar el reconocimiento de la organización en el espacio público desde el ambiente digital. Si bien ésta organización no muestra una orientación hacia el activismo social ni para la organización colectiva a través de la Red, sus actividades van orientadas a emplear la Internet como canal de difusión de información no sólo de su organización sino de otros organismos afiliados, lo que sin embargo le ha permitido generar empatía, favoreciendo la comunicación y la interacción por parte de los visitantes y afiliados al perfil.

o El segundo caso, Sociedad en Movimiento (SenM) se caracteriza por ser una organización que, si bien, surgió en el espacio físico hace un uso constante de la Internet y de la RSV. Esta organización utiliza el medio digital como herramienta para la difusión de sus noticias y/o temáticas, así como para lanzar propuestas de participación virtual, con lo que fomenta el diálogo y discusión entre sus adherentes, rebasando la mera difusión de información.

o La relevancia del tercer caso, Reacciona Tijuana (Reacciona) deriva de su origen como un colectivo surgido como proyecto social en y desde la Internet. La organización parecía haber encontrado en la Red el canal ideal para entrar al debate público, orientando sus acciones ciudadanas, de manera regionalizada, al fortalecimiento de los vínculo con la organización. En un primer análisis sobre esta última organización, se percibió que la cantidad y las formas de participación de sus adherentes, conformados tanto por individuos como por organizaciones, fluctuaban de acuerdo a las actividades y temas a discusión propuestos por la organización. Una dinámica muy acorde a la naturaleza del trabajo en red, donde los individuos juegan el papel de nodos o puntos de conexión y

transmisión de datos dentro del entramado de una estructura de relaciones reticulares, interconectadas.

Para examinar los casos antes expuestos, se empleó el análisis etnográfico, como herramienta de observación y análisis sobre las modificaciones traídas por el empleo de la Internet a la estructura social de los grupos. Esta técnica se complementó con 7 entrevistas semiestructuradas con informantes clave, quienes al laborar en las organizaciones investigadas brindaron la perspectiva interna sobre el nivel de uso y apropiación de cada agrupación social.

Todo lo cual se recopiló y organizó para dar respuesta a la pregunta general sobre ¿Cuáles son las implicaciones que en las prácticas cívico-políticas de las OSC acarrea el uso y la apropiación de la Internet y de las RSV? para lo cual primero se respondió a las interrogantes particulares en torno a ¿cómo perciben las OSC el impacto y los alcances de la Internet y de las RSV en su trabajo con la sociedad? y el resultado de ello se comparó con la forma en que las OSC orientan la comunicación y la interacción con la sociedad a través de los canales digitales antes mencionados.

Además, con la información recabada durante el trabajo de etnografía virtual se procedió a catalogar los comentarios, las respuestas y demás muestras de contacto (como los “Me Gusta” o “Likes” y la “compartición” de comunicados o el “taggeado” o etiquetamiento en publicaciones) entre las OSC y sus seguidores interacción con la finalidad de entrever el uso o apropiación de Facebook por parte de la organización y el tipo de interacción generada como respuesta.

A partir de ésta información se buscó y se generó una estrategia de evaluación y de comparación cuantitativa sobre las formas de interacción en las OSC. Para ello, se analizaron los contenidos publicados en las RSV de cada organización (Bardin, 1986 y Krippendorff, 1990), los cuales habían sido clasificados desde el proceso de observación etnográfica.

Se categorizó el universo de observables ahí aglutinados y se compararon los resultados de cada organización, buscando la existencia de constantes que permitieran vincular el empleo de Red por parte de las Organizaciones Civiles en México y la participación y el compromiso social como elementos para el desarrollo de prácticas interactivas en materia cívico-política en México.

Estos estudios de caso reflejan el periodo actual por el que transitan las OSC, al incorporar la interacción virtual y la comunicación de sus fines a los medios digitales. Si bien el estudio de sus

acciones e interacciones se llevó a cabo durante el periodo comprendido entre marzo y mayo de 2012, las entrevistas realizadas a los encargados de medios de cada organización dan cuenta de un auge en el empleo de las TIC que lleva al menos tres años gestándose. Durante dicho periodo, las organizaciones renovaron sus estrategias de comunicación y/ o comenzaron a emplear Internet y las RSV como parte de su agenda de trabajo. Y el seguimiento de las entrevistas culmina con las perspectivas a futuro sobre la importancia de la Red en el trabajo de cada organización.

De tal manera, los resultados de este trabajo proporcionan una visión –que aunque acotada por el número de casos retomados- da cuenta de la evolución tecno-social en curso, atestiguando la tecnificación de la cultura y de realidad cotidiana reciente y sin duda, futura.

El estudio sobre el uso y apropiación que las OSC y la sociedad en su conjunto hacen de la Red obedece a un pasado que se remonta hasta la década de los 60, con el inicio de la masificación de las tecnologías informacionales (Machlup, 1962; Bell, 1984; Masuda, 1994; Wiener, 1981). Se traslada por la “revolución tecnológica” de inicios de los 90 que haría pensar en cambios sociales estructurales (Castells, 2000; 2003a; 2003b; 2005), y que, en épocas recientes, ha desembocado en un interés multidisciplinario sobre la comprensión de los fenómenos culturales que se gestan al interior de la Internet y de las RSV (sin por ello quedar acotados a estas).

Para el caso de México, la importancia social y política de la Internet despegaría con la aparición del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), grupo armado que en el año de 1994 difundió a través de la Red la problemática social que se vivía en Chiapas, ganando la simpatía y el apoyo de distintas organizaciones y redes internacionales (Dery, 1998; Arquilla & Ronfeldt, 2003).

A partir de éste estallido social, se apreció un creciente interés por conocer y medir los alcances y usos de la Internet por la población mexicana, mismo que se evidenció a través de diversos muestreos llevados a cabo tanto por agencias públicas como privadas a partir del año 2000 (INEGI, 2012; AMIPCI, 2012a; WIP, 2012; Millward-Brown, 2011). Aunque estos estudios dan cuenta del contundente impacto de los medios digitales y de los entornos virtuales en la sociedad mexicana, las consecuencias en las prácticas ciudadanas apenas están madurándose.⁶ De ahí que

⁶No sólo en México sino alrededor del mundo la sociedad organizada parece estar tomando el control de Internet y de las RSV. De acuerdo a Ilse Scherer-Warren (2005) estas herramientas le han permitido a la sociedad construir “colectivos en red”, mismos que aglutinan a varios actores u organizaciones para generar estrategias de apoyo

este estudio, permita aportar bases iniciales sistemáticas que permitan avanzar en el conocimiento de las dinámicas de cambio social propugnadas por los nuevos formatos de interacción ofrecidos en la Internet.

V. Hallazgos

Dentro de los hallazgos de la investigación, se encontró la existencia de un gran número de debates en torno al papel que la Internet y las RSV juegan en las prácticas sociales contemporáneas. Algunos autores consideran que se trata de todo un cambio en las dinámicas culturales y sociales, lo cual sin duda acarrea consecuencias políticas. Desde modificar las dinámicas entre el gobierno y la ciudadanía, hasta favorecer prácticas más participativas por parte de la sociedad, la Internet y las redes sociales parecen generar nuevos escenarios de interacción y discusión sobre las temáticas más diversas incluso, en este caso, las de orden público.

Por tal motivo, la presente investigación centró su estudio en el análisis de las relaciones de orden social y político surgidas en la Red en México. Y se planteó su focalización en tres OSC y en sus distintas prácticas de uso y apropiación de Internet. Como resultado se observó el papel central que juegan la Internet y las RSV para que las organizaciones sociales urbanas expandan su nivel de visibilidad ante la población. Estas herramientas tecnológicas no sólo le permiten a las organizaciones comunicar e informar sobre sus acciones u objetivos, sino que también funcionan

solidario o bien para establecer tácticas de acción conjunta. Estos colectivos, incluso pueden llegar a constituir nodos de una red más amplia de movimientos sociales. Los colectivos en red como los concebidos por Scheren-Warren (2005) parecen haber cobrado auge desde finales de 2010 y se mantienen vigentes hasta la fecha en distintas regiones del mundo. Ejemplo de ello son las revueltas sociales que han estallado de manera aleatoria tanto en Oriente Medio y el Norte de África bajo el distintivo de la “primavera árabe”, o en España los llamados “Indignados”, en Estados Unidos y Canadá se hablaría del movimiento “Occupy”, o en Chile y Quebec las huelgas estudiantiles. Siendo el punto común entre todos los ejemplos anteriores, el empleo de Internet y de las RSV para la coordinación sincrónica de sus acciones y la difusión masiva de sus ideales. En México la revuelta social adoptó el nombre de #Yosoy132 movimiento ciudadano surgido en mayo de 2012 que demostró la importancia del uso de las tecnologías de información y comunicación para presionar al gobierno y a la clase política, elevando sus demandas sociales hasta el debate político (Sandoval R. , 2012). Con la aparición del movimiento #YoSoy132 nuestro país se sumaría a la “geografía de la protesta” teorizada por Wallerstein (2012), en la cual los estallidos sociales se hacen presentes aquí y allá. Son reprimidos, cooptados, y/o se agotan. Pero tan pronto como esto ocurre, aparecen en otra parte y en otra, como si por todo el mundo la revuelta social fuera irreprimible. Wallerstein (2012) sugiere que estos estallidos son irreprimibles debido a la crisis económica y política que vive el mundo, donde las soluciones convencionales a están resultan ya inoperantes. Por tanto impera en el mundo una situación mundial de caos, situación que también aplica en materia de protesta social.

como vías para la prestación de servicios informativos, para el llamado a la acción, o simplemente para invitar a unirse a un proyecto o interactuar con la población interesada en el trabajo de la organización. Sin embargo, cada OSC presentó un grado distinto de apropiación del medio digital, el cual estuvo dado en función del tiempo que llevaba la organización empleando Internet, sino que tuvo mayor relación a los objetivos de comunicación y a las agendas de acción así como a la infraestructura humana y tecnológica con la que contaba cada organización.

Si bien, existe gran coherencia entre la visión que cada organización tiene sobre la función que juega la Internet en su forma de trabajo, ya sea para comunicar, informar, llamar a participar o únicamente para interactuar con los adherentes y afiliados a las organizaciones, todas las OSC externaron un sentimiento de rebasamiento tecnológico. El cual se traduce como la sensación de que las herramientas ofrecidas por Internet y las RSV, al multiplicarse día a día propugnando una mayor capacidad de interacción entre los usuarios, rebasan la capacidad de respuesta y seguimiento del personal de la organización, el cual muchas de las veces además es limitado en su número. De ahí que todas las organizaciones dieran cuenta de la imperiosa necesidad de echar a andar más y mejores estrategias de comunicación y vinculación social, así como prepararse para administrar mejor los contenidos distribuidos en la web, de tal forma que se llegué a conocer el impacto social de los mismos y no sólo se especule sobre ello.

De manera que una organización grande en personal y recursos y con una trayectoria larga en el empleo de Internet como Cemefi, presentó estrategias “tradicionales” de empleo de la Red que sin embargo alcanzaban y rebasaban los objetivos mismos de la organización en el espacio digital. Mientras que una organización pequeña y con una infraestructura limitada como Reacciona mostraría una gran capacidad de innovación que le serviría para posicionarse regionalmente en el panorama social.

Lo relevante del hallazgo anterior es que más allá de la distinción entre el uso o la apropiación que cada organización establece sobre Internet y las RSV, el empleo de estas herramientas tecnológicas garantiza nuevas habilidades de comunicación y nuevos escenarios interactivos. Estos escenarios, lo mismo pueden ser aprovechados por la organización anfitriona o por las organizaciones y los ciudadanos afiliados o que siguen el trabajo de la organización en cuestión.

En materia de RSV se observó que existen variaciones significativas en cuanto al número y la constancia de las interacciones, que están dadas no por el número de comentarios publicados por la organización, sino por el tipo y el contenido de los mismos. De tal manera, se encontró que algunos comentarios concernientes a temas “polémicos” (como posturas políticas o ideológicas) se traducían en publicaciones de gran aceptación (expresada por el número de respuestas, likes y comparticiones recibidas) sin que necesariamente los temas tratados tuvieran relevancia dentro de los objetivos de comunicación de la organización. También se observó que algunos comentarios del tipo de invitación a eventos o la publicación de pensamientos o frases no contaban con la simpatía de los seguidores de la organización, lo cual se evidenciaba cuando estos no emitían ningún tipo de acción sobre ellos.

Aunque más allá de los comentarios y el tipo de publicaciones en las redes sociales se observó que la Internet y Facebook no necesariamente intervienen en la configuración de las agendas de trabajo de las organizaciones, estas herramientas digitales sí juegan un papel central en el cumplimiento de los objetivos y en la obtención de las metas de cada organización. Aunque también en casos como el de SenM, Internet y las RSV le permitieron a la organización crear propuestas alternativas de trabajo virtual a través de encuestas o cuestionarios, mientras que en Reacciona estas herramientas sirvieron para conjugar el interés ciudadano, instándolo a participar activamente o a colaborar con la donación de insumos para las actividades organizadas por el colectivo.

De ahí que sea indispensable reconocer que la Internet y las redes sociales tienen un papel preponderante en el desarrollo actual de las organizaciones, en tanto estas herramientas les permiten tener un mayor impacto tanto en la sociedad, toda vez que pueden hacer llegar su trabajo masivamente a los usuarios de la Red, por lo mismo pueden aumentar la capacidad de participación social en los proyectos que coordinan e instar a los sectores gubernamentales a prestar atención a ciertas demandas ciudadanas con base en el respaldo de un gran número de seguidores o afiliados de manera virtual a la organización.

Ahora bien, más allá de los hallazgos que pudo alcanzar ésta investigación, la misma se enfrentó a un sinnúmero de dificultades que no obstante han permitido enriquecer las observaciones que aunque no formaban parte de los objetivos de la investigación, bien pueden poner sobre alerta a las investigaciones que giren en torno a la misma temática en un futuro. Dentro los principales

problemas de los que se dio cuenta al realizar éste trabajo, desde la recopilación teórica donde se presentan dos grandes tendencias contrapuestas

VI. Descripción del Contenido de la Investigación

La investigación ha partido de explicar la relación existente entre el desarrollo tecnológico y la generación de nuevos patrones de interacción social, lo que ha llevado a las Ciencias Sociales y Humanas a replantearse la existencia de nuevos patrones de ser y hacer sociedad y por tanto de ser ciudadano y hacer política. De ahí que el primer capítulo de ésta investigación remita al estado del arte de la sociedad mediatizada donde, por tanto, se da cuenta de las discusiones científicas que han pretendido explicar estos nuevos fenómenos de socialización a través de la Internet.

El segundo capítulo, está orientado a contextualizar el sujeto y el espacio en el que se desarrolla la investigación sobre las prácticas cívico-políticas en México. De ahí que se tome como punto de partida a la sociedad organizada, se describan sus principales características y se justifique la elección de este sujeto dentro del interés de la investigación. Posteriormente, se explica la importancia de Internet como espacio de estudio, para lo cual se avizora la relevancia de ésta plataforma tecnológica como una herramienta que día a día adquiere más adeptos en México al facilitar la realización de muchos de los procesos de comunicación e interacción humanos, e impulsar nuevas formas de involucramiento social en la vida pública. Como ejemplo de ello, se presentan algunos casos que dan cuenta de los usos cívicos y políticos que los mexicanos le dan a la Red. En éste apartado además se acota la arena de análisis hacia las redes sociales virtuales, desde donde adquiere notoria importancia el análisis de la sociabilidad en Facebook.

En el tercer capítulo se da cuenta de la importancia de emplear técnicas de análisis diseñadas para el espacio digital. Se presentan y se justifica el empleo de dichas técnicas de investigación para el estudio práctico del fenómeno de la interacción en la Internet y en redes sociales virtuales. Y se propone la identificación de dos variables: el uso y la apropiación del medio digital, mismas que intervienen directamente en las prácticas cívico-políticas de las OSC.

En el cuarto capítulo se explica cómo se escogieron los casos de estudio y se presentan las tres propuestas de análisis sobre el fenómeno en cuestión: Cemefi, SenM y Reacciona. Se desarrolla la importancia de cada uno de los casos para la comprensión del nivel de uso o apropiación que las organizaciones pueden tener de la Red y se identifican los factores que inciden en ello. Y se desarrolla la perspectiva de la organización sobre el impacto de la Red en sus actividades. Se cierra el capítulo con la comparación de los perfiles, mostrando puntos de cruce e inflexión en materia de manejo tecnológico.

En el quinto capítulo, se aborda el estudio de los tres casos a partir del análisis del contenido de sus portales en Facebook. Se establecen y se presentan los resultados del análisis cuantitativo de las interacciones en la RSV y se comparan los datos obtenidos con la finalidad de interpretar cómo afecta el tipo de contenidos y el manejo de los mismos en Facebook la interacción que cada organización genera con sus seguidores.

El último capítulo obedece al apartado de conclusiones, donde de manera extendida se presentan los hallazgos realizados durante la exploración del campo (Internet) tanto de manera virtual, como mediante el análisis etnográfico virtual y desde la percepción que en el mundo físico tienen aquellos que en el interior de cada organización trabajan día a día en el entorno digital. Además se presentan las dificultades teóricas, prácticas y metodológicas que tuvo que encarar la investigación para salir adelante. Y los posibles panoramas que guiarán las prácticas de las organizaciones a través del medio digital en un futuro próximo.

CAPÍTULO 1. PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA, TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN

Thompson (1995: VII) señala que el desarrollo de la información y de los medios de comunicación se encuentra básicamente entrelazado a las grandes transformaciones institucionales y culturales que han dado forma al mundo moderno. En particular a la reorganización de la sociedad a partir de un tiempo y un espacio social ampliados, que propician la aparición de nuevas formas de acción e interacción.

En este contexto, resulta importante el análisis sobre el papel de las tecnologías de comunicación, en tanto éstas ya no se limitan a distribuir información a través de redes telemáticas, sino que ahora son capaces de generar nuevos patrones para la interacción y el esparcimiento social, mismo que ya no se limita al medio digital, sino que termina por impactar las formas de participación y coordinación social en el mundo físico.

Los avances recientes en TIC, tales como la Internet y sus aplicaciones, como son las redes sociales virtuales, se han vuelto particularmente importantes para la comprensión de los fenómenos culturales, sociales y políticos contemporáneos en tanto que -de manera opuesta al teléfono y a los medios masivos de comunicación- hacen posible una comunicación y un diálogo entre muchos participantes. Dicha comunicación sirve de base para nuevas formas de interconexión entre las personas y facilita la construcción de redes sociales y de información, así como nuevas plataformas de colaboración que propician la participación y la integración ciudadana.

Esto ha dado pie a un acontecimiento crucial para la sociedad, puesto que las interacciones sociales y los grupos o comunidades cada vez se encuentran menos arraigados a un contexto físico en su totalidad. De ahí que las formas de participación social deban replantearse, para dar cabida a los con nuevos alcances y capacidades de organización posibles mediante el uso de medios digitales de comunicación.

Siguiendo estas reflexiones, el propósito del presente capítulo es mostrar el estado del arte en el que se incerta el fenómeno “Internet”, para lo cual se muestra la forma en que se ha analizado la

relación entre la Red (vista como una técnica) y su insidencia en la sociedad; posteriormente se sigue el impacto cultural de la Internet y su posibles transformaciones en la vida social; y por último, se acotan los alcances sociales de la Red a la dimensión del análisis políticos, para lo cual se presentan las principales líneas de investigación que retoman la participación política en dicho medio digital. Esta dimensión, que corresponde al perfil de los estudios de caso, remite con mayor precisión al entorno de la organización social y a su evolución en tiempos recientes.

1.1. Tecnología, información y sociedad

La Internet como herramienta de y para la comunicación, si bien ha alterado los formatos de comunicación (conjuntando audio, video y escritura) y los medios para intercambiar información (correo electrónico, post, etiqueta, etc.) ha también puesto en entredicho los modelos “tradicionales” de articulación e interacción social. Antes de las llamadas *Tecnologías de la Información y Comunicación*¹ (TIC), la mayor parte de las relaciones sociales se generaban por medio de vínculos consanguíneos o de afinidad establecidos primeramente en el contacto cara a cara, físico. Gracias a la mediatización de las interacciones sociales a través de la computadora, laptop, tablet, y demás dispositivos de conexión a la Internet, hoy en día es posible establecer una comunicación directa y constante con personas y organizaciones a las que no se conoce de manera física, pero con las que se comparten intereses u objetivos comunes a través del medio digital (Herrera, 2012).

Es en este sentido, puede decirse que la Internet o Red de redes ha ido más allá de innovar en materia de comunicación, para producir toda una mutación en los procesos de producción e interacción humana, generando entre sus usuarios la sensación de encontrarse en un espacio virtual², atemporal, englobante; casi como una extensión del mundo físico donde nuevas formas de ser sociedad son posibles (Lévy, 2007; Pérez Tapias, 2003; Castells, 2003; 2005). Como

¹ Las TIC hacen referencia al conjunto de tecnologías que a través de redes telemáticas y software permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información multimodal (a partir de distintos códigos como lo son el texto, la imagen, el sonido, etc.).

² Desde una perspectiva filosófica, Pierre Lévy (1999) hace una crítica al uso corriente del término virtual que suele emplearse para “expresar la ausencia pura y simple de existencia” (Lévy, 1999:10) en tanto éste resulta un enfoque burdo que deja de lado la característica distintiva de lo virtual como aquello que existe en potencia pero no en acto, como una forma que “tiende a actualizarse, aunque no se concretiza de un modo efectivo o formal” (Lévy, 1999:10).

resultado, tanto los estudios de la cultura como las distintas ramas de las Ciencias Sociales se han dado a la tarea de explicar las implicaciones del uso de la Red en la evolución social

Ya sea al favorecer la realización de transacciones monetarias a escala global (Bauman, 2004; Castells, 2005) o al obligar a repensar en la transferencia de derechos sobre la información que circula y se comparte entre los usuarios, el empleo de la Red conlleva nuevos escenarios teóricos y retos prácticos, los cuales se deben escudriñar con cautela en aras de vislumbrar las consecuencias actuales y futuras sobre el comportamiento del individuo y la sociedad.

En sus inicios, los campos de conocimiento que más estudiaron la Internet fueron la Informática y los estudios sobre Comunicación humana. A partir de la segunda mitad del siglo XX, el estudio de la *Comunicación Mediada por Computadora* (CMC) buscó dar cuenta del desarrollo y la masificación de las entonces conocidas como *Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación* (NTIC actualmente TIC), conjunto de técnicas entre las que se encuentran el conjunto de servicios de redes y aparatos integrados en sistemas de información. La CMC como su nombre lo indica, se enfocó en el análisis del cambio sobre los modelos de comunicación, que pasaron de esquema “clásico”, basado en un emisor-mensaje-receptor, a un viraje “vivencial”, expresado como un proceso de comunicación multidireccional que logró desdibujar la figura del emisor y el receptor, unificándolos (Bell, 1984; Lévy, 2007).

Este trabajo, sin embargo, se adscribe a la propuesta de Dominique Wolton (1999), teórico de la comunicación política, quien propuso analizar la comunicación a partir de tres lógicas contradictorias: la *técnica*, la *cultural* y la *social*. Así, toda comunicación debería superar la esfera técnica (donde los medios de comunicación jugarían su papel principal) para colocarse en su plano antropológico, es decir, donde los avances tecnológicos en comunicación expresasen una transformación cultural. El paso final sería la inserción de esta transformación cultural en el plano social, en un proyecto social.

La lógica que acaparó a las Ciencias Sociales, desde mediados del siglo pasado, fue sin duda la lógica técnica. Esta pretendió explicar el papel central de la información y la comunicación mediatizada como ejes para la realización de los ideales y proyectos sociales (Machlup, 1962; Bell, 1984; Masuda, 1981; Wiener, 1981; etc.). No obstante, en épocas recientes autores como Mackay, Maples y Reynolds (2005) han criticado tal postura, considerándola una forma de

determinismo tecnológico, que analiza a la tecnología como un factor independiente y externo en la reconfiguración de la sociedad.

Por su parte, Manuel Castells (2000; 2002; 2003a; 2003b; 2005), se ha mantenido enfático en defender lo contrario. De acuerdo al teórico español, hablar de determinismo tecnológico resulta erróneo en tanto no es posible separar a la tecnología de las personas que la producen. En éste sentido, la sociedad es la que inventa a la tecnología y por tanto la que la determina y no al contrario.

En cuanto al debate antropológico de la comunicación, éste ha sido retomado por los estudios de la cultura, los cuales se han dado a la tarea de analizar cómo la CMC y las TIC parecen estar modificando la vida del hombre y la sociedad. De acuerdo a Lévy (2007), Mantovani (2002) y Piscitelli (2002), la Internet ha gestado su propia cultura, una cultura que emplea las nuevas tecnologías en la mayor parte de los campos de la producción humana. La *cibercultura* o cultura digital, como le han llamado, engloba el cambio en la generación de sentidos y significaciones producto de la masificación de las tecnologías comunicacionales e informacionales, y asume a la mediatización de la comunicación como un elemento central en la sustitución y el condicionamiento de la realidad social.

Aunque el debate en torno al tema resulta por demás interesante y propositivo, el mayor interés de ésta investigación reside en conocer la forma en que la Internet modifica o no las prácticas sociales, específicamente las prácticas cívicas y políticas, a partir de los nuevos referentes de sentido social que genera (Pérez Tapias, 2003). Es decir, lo que Wolton (1999) asumió como “la lógica social de la comunicación” y que puede encontrar su referente directo en la forma en que tecnologías como la Internet interfieren en los procesos de socialización y lo que es más, en la generación de proyectos sociales.

Por tal motivo, a lo largo de éste trabajo se han retomado tres líneas en las que se aprecian las modificaciones traídas por la interacción en la Red y que sirven de referente en la búsqueda y observación de nuevas prácticas de socialización. La líneas que se proponen son: el cambio en la percepción espacio-temporal; la modificación en la direccionalidad de la comunicación; y la distinción entre lo que acontece en el espacio físico y en el mundo virtual (Herrera, 2012) :

- La alteración sobre la percepción espacio-temporal deriva del empleo de redes telemáticas, que permiten trasladar la información, de forma instantánea y a escala global, independientemente al lugar geográfico ocupado por los usuarios de la Red.
- En cuanto a la direccionalidad de la comunicación, la Internet desdibuja la relación entre el emisor y el receptor como figuras centrales del proceso comunicativo y favorece el diálogo continuo entre los usuarios mediante una comunicación de matiz multimodal, es decir, que puede ser escrita, en audio y/o video.
- Por último, en materia de la distinción entre el carácter físico y el virtual de las interacciones, en este trabajo se pretende ir más allá del carácter de simulación del entorno virtual para entender cómo en el mismo es posible apreciar la “desmaterialización” de muchos de los procesos sociales, entre los que se encuentran la organización y participación social.

Lo anterior sugiere que la Internet provee del espacio idóneo para formas de socialización y organización complejas y diferentes a las existentes en el mundo físico; formas eventualmente más eficaces para determinados objetivos, como por ejemplo tomar parte en la configuración de la opinión pública o de la toma de decisiones políticas y/o sociales. Como se mostrará más adelante, las modificaciones culturales anteriores parecen flexibilizar los modelos de interacción y así mismo, los formatos para la participación y el desenvolvimiento social.

Por lo que siguiendo con la reflexión de Wolton (2004:53), si “todo cuanto muestra sentido en una percepción y una interpretación del mundo, y que es compartido por cierto número, puede devenir en un hecho cultural”, puede concluirse que toda apuesta cultural tiene la posibilidad de devenir en una apuesta política.

1.2. La internet, prácticas cívico políticas y participación social

Sin duda, una de las disciplinas que como la sociología y la política han tenido que encarar la lógica cultural impuesta por las tecnologías informacionales y comunicacionales es la ciencia política. Incluso, de ello han derivado nuevas líneas de investigación que pretenden acotar las intersecciones entre sociedad, gobierno y tecnología tomando distintos matices.

Es posible ubicar, por ejemplo, a quienes consideran a la Red como un elemento de mejora para la gestión del gobierno y su relación con la sociedad (e-gobierno/ e-gobernanza) y aquellos que ven a la Internet como una herramienta para mediar el ejercicio ciudadano frente al gobierno (e-democracy) y quienes creen que en la Red se gesta algo más, un nuevo espacio para el ejercicio de la participación social (Norris & Curtice, 2006), o que es espacio digital funciona como herramienta para la difusión de información/contrainformación política (Wolton, 1999a; 1999b; Arquilla & Ronfeldt, 2003) y para la participación y el activismo social (Olsson, 2008; Bakardjieva & Feenberg, 2002; Stenersen, 2012).

José I. Porras (2003) y Rubén Araya Tagle (2003) señalan que en materia gubernamental, las iniciativas de uso de la Internet están en gran medida enfocadas en apoyar los procesos de modernización del Estado: el *e-government*, la *e-governance* y la *e-democracy*.

El *e-government* o *gobierno electrónico* se orienta, de manera general, a la mejora de la gestión del gobierno por parte del mismo gobierno. El Banco Mundial (WB por sus siglas en inglés) lo entiende como una forma de organización que “integra las interacciones y las interrelaciones entre gobierno y ciudadanos, compañías, clientes y organizaciones públicas a través de la aplicación de TIC modernas” (WB, 2011). Mientras que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD por sus siglas en inglés), reduce al e-gobierno al uso de las TIC, y particularmente al manejo de la Internet, como herramientas para alcanzar un mejor gobierno (OECD, 2003).

Al ámbito del gobierno electrónico corresponden aquellas mejoras relacionadas con la automatización de procesos administrativos, la coordinación intergubernamental, la digitalización e integración de sistemas de información, la simplificación de procesos y la innovación y flexibilización en la administración del Estado.

Naciones Unidas (UN por sus siglas en inglés) complementa lo anterior señalando que para que el gobierno electrónico pueda mejorar el funcionamiento interno del sector público, este debe estar apoyado en un efectivo marco institucional fundamentado en prácticas propias de la gobernanza electrónica.

Por su parte la *e-governance* o *gobernanza electrónica* se asocia a “la gobernabilidad de la acción pública, y parte del uso de las TIC para mejorar la capacidad del gobierno para la conducción política del Estado” (Araya Tagle, 2003: 304). Autores como Baev (2005) señalan que la gobernanza electrónica apunta a adaptar la administración pública al flujo creciente de información, acelerando el proceso de toma de decisiones a partir de una optimización de los recursos, y propiciando que el mecanismo de toma de decisiones se autorregule. En este sentido, la gobernanza electrónica y el gobierno electrónico se diferencian en que la gobernanza es la manera en que se guía a la sociedad para lograr mejor sus metas e intereses, mientras el gobierno es la institución o el instrumento para realizar ese trabajo.

El objetivo concreto de la gobernanza electrónica es apoyar y simplificar la gobernanza para todas las partes -gobierno, ciudadanos y empresas-. En otras palabras, la gobernanza electrónica emplea los medios electrónicos para apoyar y estimular la buena gobernanza (Backus, 2001).

Diferentes organismos internacionales plantean que la gobernanza electrónica, por su enfoque, enmarca a la gobernanza en general. Por ejemplo, para el Banco Mundial la gobernanza se relaciona exclusivamente con la contribución que hace al desarrollo social y económico mediante la liberalización económica y estructural. Por consiguiente, la gobernanza electrónica implica el uso de los canales de las TIC para cambiar la manera en que los ciudadanos y las empresas interactúan con el gobierno para posibilitar la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones, un mayor acceso a la información, más transparencia y el fortalecimiento de la sociedad civil (Deane, 2003).

Mientras que para la OECD (2002) la e-gobernanza debe su importancia a que se centra en tres componentes clave: “la información, la participación activa y la consulta”. El potencial de la e-gobernanza reside en asegurar que los ciudadanos dejen de ser consumidores pasivos de los servicios ofrecidos por el gobierno, invitándolos a tomar un papel proactivo en la decisión del tipo de servicios que desean y el tipo de estructura que puede proporcionárselos (Riley, 2003).

Las críticas dirigidas a la e-gobernanza recaen en las posturas adoptadas por algunos de sus adeptos, entre los que se pueden mencionar Okot-Uma (2000) y Holmes Douglas (2001), quienes consideran que la misión de la gobernanza electrónica está encaminada únicamente a acercar la administración nacional, regional y local a las personas comunes para ofrecer servicios eficaces y

eficientes. De manera que el gobierno brinde servicios a los ciudadanos, sin necesariamente propiciar que los ciudadanos participen y tomen decisiones en el proceso democrático. Aunque ésta visión parece acercarse más a los fines de la implementación del gobierno electrónico y no así de la e-gobernanza.

Desde otra perspectiva, autores como Clift (2004) consideran que a medida que los gobiernos presten más servicios *on line* se producirá un cambio extraordinario en la voluntad de los ciudadanos para usar las diferentes herramientas de la democracia electrónica. Sin embargo Riley (2003) es más cautelosa al señalar que el hecho de que el gobierno participe en actividades en línea con los ciudadanos no significa necesariamente que se producirá un mecanismo de democracia electrónica.

Lo único evidente hasta ahora, como lo señala Naciones Unidas, es que el e-gobierno y la e-ampliarán sus alcances, y afectarán cada vez más el establecimiento de políticas y programas para el diseño de leyes y regulaciones que permitan tener un mayor acceso a las TIC y fomenten la participación ciudadana (UN, 2012).

Por último, la llamada *e-democracy* o *democracia electrónica* es una práctica orientada al uso de los medios digitales para favorecer la capacidad de la ciudadanía para defender y ejercer sus derechos. Ella se sustenta en la incidencia de la participación social mediante el empleo de la Internet para definir los temas de las agendas públicas, proponer y demandar soluciones, y establecer controles sobre el cumplimiento y resultado de los compromisos adquiridos por el Estado (Porrás & Araya Tagle, 2003).

Desde una visión del deber ser, la *democracia electrónica* busca promover la capacidad de la sociedad para autogobernarse, por lo cual su objetivo central no está en mejorar la vinculación con el gobierno sino en estrechar la relación entre los ciudadanos y la esfera pública. La lógica que rige esta visión es la transferencia de recursos, competencias y responsabilidades políticas hacia los diferentes actores y componentes de la sociedad (Castells, 2005).

En la práctica, este enfoque ve a la Internet como una herramienta de la ciudadanía para intervenir en los asuntos públicos de las sociedades tanto a nivel local, nacional, regional hasta global. La idea de la e-democracia parte de explotar el potencial socio-político de la Red para

orientar, compartir y dar cauce a las demandas e intereses ciudadanos (Jensen, Danziger, & Venkatesh, 2007).

De acuerdo a esta propuesta, la ciudadanía habría de encontrar en el medio electrónico el espacio propicio para compartir información y coordinar sus actividades en aras de lograr objetivos comunes e incluso posicionar sus demandas dentro de las agendas de gobierno (Earl & Schussman, 2002).

Sin embargo, los estudios políticos sobre la Internet no se han limitado al análisis de las interacciones entre la ciudadanía y el gobierno, y han buscado profundizar sobre las formas que está adoptando la participación ciudadana mediatizada y por ende los diversos usos político-sociales propugnados a través de la Red. Tales análisis se asientan en entender los distintos matices cívicos y activistas que adoptan las prácticas sociales en la Internet, desde sus orígenes, sus prácticas en el medio virtual y físico, y sus alcances (Norris & Curtice, 2006; Olsson, 2008; Bakardjieva, 2009; Stenersen, 2012).

Pippa Norris y John Curtice (2006) señalan que el principal impacto en el uso de la Internet reside en facilitar el activismo político orientado a causas sociales y políticas específicas, además de que fortalece la movilización social, las asociaciones sociales y de voluntariado, más que los canales convencionales de participación política.

Su estudio, basado en una serie de encuestas realizadas en Gran Bretaña para conocer las actitudes sociales de la población, permitió observar a la participación política como un fenómeno *multidimensional*³ en el que no sólo interfieren factores de carácter político sino también social, como las características e intereses de los usuarios de la Internet.

Por tal motivo, los autores denotan la necesidad de diferenciar los distintos canales de participación política y social a partir de distinguir cuatro categorías principales de activismo *online* de acuerdo a los objetivos e intereses de los distintos grupos sociales (Norris & Curtice, 2006: 4-6):

³ Norris y Curtis señalan que la naturaleza *multidimensional* del activismo político mediatizado se debe a que la población online cuenta con diversos formatos para involucrarse en las prácticas cívico-políticas, cada una de las cuales les representa distintos costos y beneficios. De dichas prácticas es el activismo orientado a las causas sociales y políticas la dimensión que más se ha visto fortalecida “reflejando las características sociales y políticas preexistentes en la población online” (Norris & Curtice, 2006: 7).

- El *activismo orientado al voto*, donde se impulsa a la ciudadanía a elegir a sus gobernantes a partir de un formato digital;
- El *activismo orientado a las campañas políticas*, el cual fomenta el involucramiento ciudadano en las campañas políticas;
- El *activismo orientado a las causas sociales*, que busca generar simpatía por parte de la ciudadanía sobre ciertos temas o políticas de interés social; y por último
- El *activismo cívico*, se refiere al involucramiento ciudadano y el trabajo colectivo en asociaciones y organizaciones sociales para colaborar con la comunidad en la resolución de conflictos de orden público.

Por su parte, Olsson (2008) no sólo estableció diferencias sobre las diversas formas que adopta la participación social a través de la Red, sino que a partir de realizar una serie de entrevistas semiestructuradas, proporcionó evidencia sobre las nuevas formas que adquiere la participación social, además de señalar el impacto *intra e interorganizacional*⁴ propiciado por la Internet.

El autor concluye que la Internet no sólo aloja a las organizaciones sociales, sino que les brinda el espacio propicio para su desarrollo. Además reitera la importancia de estudiar las características de las distintas prácticas sociales que surgen en la Internet, con la finalidad de generar perfiles que permitan comparar los casos de estudio.

Otra interesante propuesta, es la de Maria Bakardjieva (2009), quien replanteó el rol preponderante que juega la Internet en nuestros días, en tanto herramienta por la que se generan nuevos formatos de debate sobre temas de interés público. La autora parte de criticar el simplismo con el que algunos teóricos aseveran que la mayor importancia política de la Internet reside en favorecer la democracia directa, mediante distintas prácticas políticas (como lo son las encuestas de opinión y los referendos) las cuales tienen como finalidad impactar los principales centros de poder político y social.

Para Bakardjieva (2009), más allá de favorecer una tendencia hacia la democracia directa, la Red pareciese fomentar un formato de democracia comunitarista que reforzaría los lazos de

⁴ De acuerdo a Olsson, algunas organizaciones sociales cuya estructura interna es laxa, gracias al uso de Internet están estrechando los vínculos entre sus miembros (*impacto intraorganizacional*); además a través de la Red los miembros de la organización son capaces de establecer más vínculos con miembros de otras organizaciones, con lo que pueden constituirse amplias redes de organizaciones (*impacto interorganizacional*) (Olsson, 2008: 668-671).

identificación individual a partir de valores comunes y fomentaría la participación activa en la sociedad. De acuerdo a esta autora, la Red no sólo permite a la sociedad generar propuestas de participación social y política a escala global, sino que también fomenta un tipo diferente de participación dada a una microescala, a la cual le llamó *subactivismo*. Esta práctica política surge en el nivel de la experiencia subjetiva en el transcurso de la vida diaria, y remite a pensar en la “refracción del espacio público a la vida privada” (Bakardjeva, 2009: 92). La visión comunitaria propuesta por la autora, ve al ciudadano como un ente gregario que busca el bien común. Ergo, la Internet favorecería la creación de escenarios de participación ciudadana capaces de escapar las arenas clásicas de la democracia (ocupadas típicamente por los partidos políticos y las instituciones electorales y gubernamentales), para favorecer una democracia que considere, multiplique y enriquezca las prácticas ciudadanas (Bakardjeva, 2009: 92).

Stenersen (2012), siguiendo el símil de Bakardjeva (2009), apeló a la importancia de la Internet como herramienta para la deliberación pública. De acuerdo a ésta autora, la Red agregó una característica particular a las interacciones sociales: la mediatización en y de la sociedad. Como resultado de dicha mediatización, los procesos sociales comenzaron a imbricarse con una variedad de prácticas y procesos culturales tanto nuevos como viejos, modificando el núcleo mismo de la vida social, y por ende la vida cívica.

De ahí que Stenersen (2012) propusiera analizar el impacto de las nuevas tecnologías en las formas de participación ciudadana, esto es, su uso como herramientas para propiciar el incremento en las relaciones sociales y el aumento en las oportunidades de los individuos y las organizaciones para comprometerse públicamente, construir comunidades y obtener y difundir conocimientos (Stenersen, 2012: 135). La importancia de su análisis, residió en reconocer el peso de las interacciones virtuales más allá de la Internet a partir de entender que los contactos surgidos en el espacio digital era susceptibles de extenderse al espacio físico para politizar las prácticas sociales en la vida diaria.

1.3. Conclusiones

En la actualidad han surgido distintas reflexiones teóricas en torno a las TIC, y su impacto tanto desde un orden técnico, como en los procesos de producción cultural y por ende en las formas de interacción de la sociedad. Tales reflexiones han hecho hincapié sobre los cambios y modificaciones que las tecnologías comunicacionales, y principalmente la Internet, han tenido sobre los procesos de socialización llegando incluso a afectar la estructura, organización y evolución social.

En general, los cambios propugnados por la Red parecen haber adoptado tres vertientes características: en principio, el cambio en la percepción del espacio-tiempo, acotación que parece diluirse ante la fluidez de la información y la comunicación global; también la multidireccionalidad en los procesos de comunicación, donde emisores y receptores se funden bajo la lógica de la comunicación entre múltiples; y por último la desmaterialización o virtualización de muchos de los procesos sociales, antes asumidos como fenómenos estrictamente físicos.

De estas vertientes se asume el surgimiento de formas de asociación y organización más complejas, dinámicas y flexibles que permiten entrever el surgimiento de nuevos formatos para la participación y el desenvolvimiento político y social de los usuarios de la Red. Lo anterior, ha sido retomado por los teóricos políticos quienes a modo de explicación han propuesto tres lógicas de interacción mediatizada entre el gobierno y la ciudadanía. En primer lugar el e-gobierno que busca la digitalización y simplificación de los procesos administrativos ofertados a la ciudadanía; en segundo lugar, la e-gobernanza pretende estimular mediante el empleo de las TIC la buena gobernanza –la cual debiera incluir y posibilitar la participación ciudadana-; y en tercer lugar la e-democracia, que ve en la Internet una herramienta ciudadana para intervenir en los asuntos públicos.

Sin embargo los debates en torno al empleo social de la Internet no se han limitado a estas tres posturas, sino que a la par han surgido propuestas que explican el nuevo papel participativo, interactivo y activista que ha ido adquiriendo la ciudadanía gracias al empleo de la Red.

Pippa Norris y John Curtis (2006) propusieron cuatro tipologías para clasificar las formas características del activismo político presentes en Internet (orientado al voto, orientado a las campañas políticas, orientado a las causas sociales y de orientación cívica). Olsson (2008) miró el impacto de la Red en la conformación de las relaciones. Se refirió a un impacto intraorganizacional como el estrechamiento de las relaciones entre los miembros de la organización; mientras que el impacto interorganizacional se hizo visible a partir de una mayor vinculación entre las organizaciones relacionadas entre sí en el ciberespacio. El trabajo de Bakardjieva (2009) se centró en el análisis de los nuevos formatos de debate sobre los temas de interés general y los nuevos escenarios de participación y activismo social a una pequeña escala comunitaria. Esto le sirvió para proponer una nueva escala (micro) de comprensión del activismo a partir de las interacciones mediatizadas: el subactivismo, el cual estaría mediado por la experiencia subjetiva en el transcurso de la vida diaria. Finalmente, Stennessen (2012) planteó la observación de la Red como una herramienta capaz de propiciar el incremento en las relaciones sociales no sólo en el espacio virtual sino también en el espacio físico.

Las propuestas anteriores, con sus distintos matices, dan cuenta de las interpretaciones que a nivel mundial han surgido en torno al impacto de los medios masivos de comunicación y máxime de la Internet en el ejercicio de la participación social y política. También, invitan a reflexionar sobre el modo en que Internet se inserta en la vida y en las prácticas de la sociedad mexicana y sobre la posibilidad de visualizar tales categorizaciones a partir de estudiar casos concretos en las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)

CAPÍTULO 2. PARTICIPACIÓN CÍVICO-POLÍTICA Y LA RED: MÉXICO

Una forma de estudiar los alcances sociales de la Internet es a partir de analizar las prácticas cívico-políticas desde la perspectiva de la sociedad civil, debido a que tanto la sociedad civil como sus organizaciones suelen utilizar estratégicamente la Internet para los fines que se proponen, lo cual permite entrever un impacto social y político que sobrepasa al de los medios tradicionales de comunicación.

Pero ¿qué es la sociedad civil y cómo funciona? Para ubicar la presente investigación en el escenario en el que se desarrolla, resulta preciso acotar la visión contemporánea del concepto de sociedad civil, para lo cual se ha realizado un seguimiento de los antecedentes y las categorías que en México dan cuenta de la sociedad civil organizada.

Más adelante, se elabora un bosquejo de la situación actual del uso de la Internet y de las RSV, en México en un intento de elaborar una radiografía del contexto en el que se cierne la sociedad mexicana y se ejemplifican algunos de los usos políticos y sociales de la Red en el país.

2.1. Las organizaciones de la sociedad civil

En las últimas décadas, ha habido un renacido interés en el concepto de sociedad civil (Frissen & Bockxmeer, 200; Olvera, 2003; Somuano, 2011). Tendencias como la individualización, la desregulación y la reorganización del Estado han estimulado el debate acerca de la redefinición y división de las responsabilidades respectivas al gobierno, el mercado, la sociedad y los individuos en su conjunto. El tono de este debate ha sido muy limitado, centrándose en cuestiones tales como la disminución de la cohesión social, la intensificación de la desigualdad social, la victoria de los intereses individuales sobre los valores colectivos como la solidaridad y la "crisis de la democracia" (Frissen & Bockxmeer, 2001: 234).

En este debate, el concepto de la sociedad civil llevó a cabo una función especial para delimitar los contenidos como los procesos. La sociedad civil fue considerada como "un lugar para la

construcción de la comunidad, de la autonomía individual, para el debate público libre, para las nuevas responsabilidades colectivas y para la renovación de la democracia” (Frissen y Bockxmeer, 2001:235). Por lo anterior, la presente investigación retoma el concepto debido a que el mismo permite delimitar empíricamente los usos que grupos o colectivos específicos hacen de la Red, y que permiten observar para su categorización las formas de interacción y participación cívicas y políticas en las RSV.

De acuerdo a la lectura de Frissen y Bockxmeer (2001: 235), la sociedad civil en sus inicios había sido concebida como un ámbito esencialmente separado del Estado (del Gobierno /la Política), del mercado y de la vida privada. Sin embargo, como apuntan los mismos autores, esta distinción en la actualidad resulta incompleta ya que el debate es en sí mismo un tema controvertido dentro del análisis de la sociedad civil.

Una pregunta que es relevante para este estudio es ¿si las organizaciones sociales todavía caben en las categorizaciones que antes las explicaban? Siguiendo dicho argumento es posible objetar que las formas características de participación social y política en la actualidad son nuevas, ya que tienden tanto a redefinir los límites de la vida política (sugiriendo que las organizaciones puedan tratar de influir tanto en la vida pública como en la privada) como a llevar las prácticas de la sociedad civil hacia el medio digital, lo cual de suyo configura un nuevo territorio para lo político (Herrera & Valverde, 2008).

La segunda interrogante a resolver es el papel que juegan la Internet y las redes sociales en la redefinición potencial de las prácticas de la sociedad civil. Para responder a esta pregunta, primero se asienta la importancia de la sociedad civil en la comprensión de los fenómenos sociales; posteriormente se analiza el papel de las organizaciones de la sociedad civil en México para concluir se proponen posibles líneas de relevancia de la Internet y las RSV para las osc.

Sobre la base de una separación ideal típica entre los distintos ámbitos que confluyen en las organizaciones de la sociedad civil, Gunsteren (1998) describe y tipifica sus características

- Se establecen y se mantiene sobre una base voluntaria.
- Contribuyen al debate público.
- No tienen poder de decisión sobre las personas que no son miembros.

- Por otra parte, los miembros tienen un ‘opción de salida’(a diferencia de lo que ocurre en el Estado).
- Son organizaciones sin fines de lucro (a diferencia del mercado).
- No se basan en relaciones afectivas y/o sentimentales (a distinción de la vida privada).

Lo relevante de ello, es la evolución contemporánea del Estado y su reciente acotamiento -sobre todo en materia económica-, junto con la ampliación de las libertades civiles y de las organizaciones de la sociedad civil –proceso que en general ha sido denominado “democratización” y transformación de la esfera pública, en un sentido que involucra cada vez más la dimensión social (civil)- (Gunsteren, 1998). Por tanto puede considerarse que la Internet se ha convertido en un acelerador, un catalizador eficiente de esta dinámica.

Conforme se ha fortalecido la dimensión social –constituida por la sociedad civil y sus organizaciones-, y conforme se ha acotado al entorno del Estado y de lo gubernamental, se ha incrementado el rol de la Internet como una herramienta aglutinadora de la voluntad social y se han potenciado sus recursos -como las redes sociales virtuales- para el desarrollo de las organizaciones sociales y comunitarias. En otras palabras, la Internet se ha vuelto parte del proceso de ampliación de los espacios para la participación de la sociedad civil y para la expresión de sus capacidades, lo cual es un fenómeno cultural global y evidentemente presente también en México.

Después de plantear los referentes teóricos y los antecedentes tecnológicos, culturales y políticos que han servido para delimitar este estudio, puede considerarse que el análisis de la sociedad civil permite acotar el fenómeno del impacto de la Internet en las prácticas de participación y activismo social. Por tal motivo, es necesario hacer un breve recuento del estado que guarda la sociedad civil en México a fin de conocer las particularidades por las que los sujetos sociales estudiados pueden agruparse.

De acuerdo a Olvera (2003: 21), en México la categoría de “sociedad civil” fue recuperada a fines del siglo XX por diversos tipos de movimientos sociales, tanto en Occidente como en Europa del Este y en América Latina. Dicho concepto se usó primeramente como un medio para diferenciar a la sociedad del Estado. Lechner (1995), uno de los autores que ahonda sobre dicho fenómeno, señala que esto se da como resultado de una visión antinómica entre sociedad civil y

Estado autoritario, donde la primera es vista como la encargada de reconstruir los espacios de lo social ante la negación de derechos políticos y el abuso de los derechos humanos por parte del segundo. El uso de la sociedad civil como medio antiautoritario llevaría, como señala Olvera (1999), a la homogeneización de la sociedad como un “macrosujeto” de carácter popular.

Como también distingue Olvera (2003), el manejo reciente del concepto de sociedad civil ha ido acompañado del uso simultáneo de conceptos afines, como el de Organización No Gubernamental (ONG) y el de “tercer sector”, los cuales han llegado a usarse de manera indiferenciada para referirse al mismo fenómeno social.

Al igual que en otros países de América Latina, en México las primeras OSC (conocidas en ese periodo como Organizaciones No Gubernamentales, ONG) estaban ligadas a la iglesia católica, debido a que ésta última administraba directa o indirectamente diversas instituciones de beneficencia y educativas. Esta tendencia se mantuvo durante las décadas de 1950 y 1960, hasta que la teología de la liberación¹ comenzó a diseminarse entre la sociedad mexicana y con ello las instituciones asistencialista se multiplicaron.

Para la década de 1970, los esfuerzos por concientizar a la sociedad dieron como resultado el establecimiento de diversas fundaciones y centros de apoyo a los pobres, para que estos últimos “descubrieran su opresión y encontraran un camino hacia la liberación” (Somuano, 2011:42). Sin embargo, esta campaña tuvo sus inconvenientes, como menciona Somuano (2011), entre los que se encontraba la autolimitación impuesta por los promotores del proyecto de igualdad, quienes desconfiaban de cualquier actividad que llevara a la diferenciación de clases. Otra limitante, que señala la autora, se basa en la falta de confianza existente entre las pequeñas agrupaciones sociales y las grandes organizaciones populares de masas, quienes mantenían sus reservas sobre cómo interactuar.

Ya en la década de 1980, profesionales con orientaciones política, técnicas y seculares comenzaron a establecer OSC en grandes cantidades, esto permitió que las organizaciones generaran redes de trabajo en distintos sectores (como derechos humanos, vivienda, salud

¹ La teología de la liberación, que tuvo su origen alrededor de la década de 1960 en América Latina, tomó su nombre del título de un libro de Gustavo Gutiérrez, quien en su obra planteó la necesidad de retomar las enseñanzas de Paolo Freire sobre la concientización de los oprimidos para animárseles a ser menos dependientes y más libres, para así comprometerse con la transformación y el desarrollo de la sociedad. De ahí que el objetivo de la teología de la liberación se centrara en identificar las fuentes de opresión espiritual y físicas de los pobres para buscar soluciones.

comunitaria, etc.), y en muchos otros casos, en movimientos sociales, trabajo de apoyo popular para el desarrollo económico y la política pública alternativa a nivel local y nacional.

Somuano (2011: 45-47) además ahonda en ciertos hechos históricos que, desde su perspectiva, han sido cruciales en el desarrollo de las OSC en México y destaca los siguientes:

- Con la llegada de refugiados políticos provenientes de El Salvador y Guatemala, las organizaciones de derechos humanos establecieron vínculos de colaboración para buscar establecer mecanismos para influir en la política del gobierno mexicano, pues éste había decidido cerrar sus fronteras a los refugiados centroamericanos.
- Otro evento que marcaría las prácticas de las OSC sería el terremoto de 1985, en la Ciudad de México. Esta catástrofe si bien recibió apoyo internacional, ocasionó una devastación sin precedente, que hizo necesario el despliegue masivo de acción ciudadana voluntaria. De ahí que aparecieran docenas de OSC para enfrentar el reto de la reconstrucción de la ciudad.
- El temblor hizo evidente además la debilidad de las estructuras de control y representación social establecidas. En ese entonces la Coordinación Nacional del movimiento Urbano Popular (Conamup) principal defensora de los propietarios urbanos y los inquilinos de bajos recursos, no obtuvo el financiamiento esperado para liderar las labores de reconstrucción por lo que surgió la Unión de Víctimas de Temblor, que combinó la movilización social y la negociación con funcionarios gubernamentales, obligando a las autoridades a hacer cambios sustanciales en su política de reconstrucción, permitiendo a los residentes de la ciudad permanecer en sus vecindarios originales y frenando la expropiación de miles de edificios por parte del gobierno. Además mientras algunos grupos mantenían las negociaciones de reconstrucción con el gobierno, otra parte de la sociedad estableció vínculos con OSC para crear estrategias de reconstrucción basadas en la comunidad.
- En 1989, la Secretaria de Hacienda envió al Congreso la propuesta de Ley de Impuestos Misceláneos que trataría a las OSC y a las cooperativas como si fueran grandes empresas que pretendían evadir el pago de impuestos, comenzó a promoverse la formación de una gran red nacional de OSC.

- La primera red nacional de organizaciones civiles fue formada en agosto de 1990 por 75 OSC y se llamó Convergencia de Organizaciones Civiles para la Democracia. Las siguientes dos juntas nacionales lograron incluir 120 OSC. En la tercera reunión, en 1991 la democracia electoral llevó a la alianza de tres organizaciones, Convergencia, la Academia Mexicana de Derechos Humanos y el Centro de Derechos Humanos de San Luis Potosí, quienes coordinaron la supervisión de las elecciones por la gubernatura de San Luis Potosí. Después de documentar ampliamente el fraude en dicha elección, la alianza de organizaciones tuvo un papel predominante en la legitimación de una posterior marcha de protesta pacífica, que llevaría a la caída del candidato Priísta “ganador” de la elección.
- Entrada la década de 1990 el sector de las OSC en México se expandió y diversificó gracias al adelgazamiento del aparato estatal (causado por las políticas neoliberales). En la segunda mitad de la década el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y el Ejército Popular Revolucionario (EPR) y el contraataque del ejército contra comunidades chiapanecas y guerrerenses respectivamente, cerró los espacios de diálogo, haciendo surgir además numerosos grupos en defensa de los derechos humanos que presionaron para que se estableciera una Comisión Nacional en esa materia.
- Un cambio más que se dio en éste tiempo, fue que las organizaciones ya no sólo trabajaban con personas que compartían problemáticas similares o con grupos de discapacitados o gente de escasos recursos, ni tampoco pretendían ser solamente intermediarios frente al Estado, sino que ahora se proponían intentar trabajar con el gobierno en la congestión de proyectos sociales. Incluso su discurso antigubernamental cambió.
- En 1993 se creó el Fondo de Coinversión Social, con el fin de apoyar y promover acciones de asistencia y desarrollo social de las OSC en beneficio de terceros; en 1995 pasó a ser administrado por el Instituto Nacional de desarrollo Social (Indesol), y en 2000 se transformó en el Programa de Coinversión Social (PCS), que consiste en un sistema de convocatorias anuales mediante las que el gobierno elige y apoya económicamente proyectos sociales, ya de OSC, ya de instituciones de investigación, ya de municipios; tales proyectos están destinados a atender grupos vulnerables o en situación de pobreza, fortalecer a las OSC que trabajan por ésta causa y realizar investigación para el desarrollo. Actualmente el PCS es el programa que distribuye fondos a la mayor cantidad de OSC.

Otro logro importante de la OSC en la presente década fue la aprobación de la Ley de Fomento a Actividades de Desarrollo Social realizadas por Organizaciones Civiles. Esta ley vino a llenar el hueco en materia de regulación de las OSC al dotarlas de un marco legal que impulse sus actividades. Esta ley brinda además importantes espacios de participación al asegurar su derecho a integrarse a los órganos de participación y consulta instaurados por parte de dependencias y entidades de la Administración Pública Federal (APF); participar en mecanismos de contraloría social; gozar de incentivos fiscales y apoyos económicos; recibir asesoría, capacitación y colaboración por parte de dependencias y entidades de la APF; participar en la planeación, ejecución y seguimiento de programas, políticas y proyectos que realicen las dependencias y entidades de la APF, entre otras. Fue promovida durante un periodo de 10 años principalmente por las siguientes organizaciones: Convergencia de Organismos Civiles por la Democracia, Foro de Apoyo Mutuo, Fundación Miguel Alemán y el Centro Mexicano para la Filantropía.

De acuerdo a la misma autora, el papel omnipresente que tuvo el Estado en México durante tanto tiempo se volvió uno de los factores principales que explicarían el subdesarrollo político de las OSC mexicanas, especialmente las del desarrollo durante tanto tiempo.

Si bien las narrativas en torno a las organizaciones de la sociedad civil en México propuesta por Olvera (2003) y Somuano (2011) ofrecen un panorama de la evolución organizativa formalmente instituida en México, este panorama resulta parcial ya que parecen olvidar que la sociedad mexicana estuvo organizada asociaciones y movimiento tanto de campesinos, como indígenas, obreros y laborales.

Incluso aún en el régimen corporativo, no dejaron de tener espacios propios y relativa autonomía en sus objetivos inmediatos, si bien subordinadas en la dimensión político gubernamental.

De ahí que la visión de Olvera (2003) y Somuano (2011) sobre las OSC asuma a estas como formas “puras”, “genuinas y efectivamente civiles”, en tanto ignoran toda la historia previa y paralela del asociacionismo que les precedió y con el que ha convivido. Es la auto-historia de la clase media y sus organizaciones de reciente creación, junto con los reconocimientos formales que el propio Estado asignó para ellas, lo cual no deja de ser una paradoja sobre su pretendido origen “genuino”.

Olvera (1999: 34-38) y Somuano (2011:28-30) coinciden en su propuesta para tipificar los distintos formatos que adopta el asociacionismo civil (que forma parte de la sociedad civil). Dicha distinción va elaborada de acuerdo a la función e influencia en la vida pública de las organizaciones sociales:

- a) *Asociaciones de carácter económico gremial*. Funcionan como canales de mediación entre los intereses mercantiles y los intereses sociales (sindicatos, grupos empresariales, asociaciones profesionales y grupos de productores rurales).
- b) *Asociaciones políticas formales*. Fungen como puente entre la sociedad y el Estado (pueden ser los partidos políticos en sus inicios, antes de estar profesionalizados)
- c) *Asociaciones de matriz religiosa*. Su importancia reside en dar a la sociedad una visión sobre el mundo y favorecer la interpretación de las religiones (son de diversos tipos: de culto religioso, de promoción social, ordenes religioso-civiles, asociaciones de orden religioso cultural, etc.)
- d) *Organizaciones civiles*. Pretenden tener una injerencia en el espacio público contribuyendo a la resolución de los problemas de orden social y/o llenar los vacíos de atención a la población dejados por la acción del Estado o el mercado:
 - a. *Asociaciones y movimientos sociales para la defensa de los derechos ciudadanos*. Critican y tratan de reformar las reglas de operación del sistema político.
 - b. *Organizaciones de promoción, desarrollo y servicios a la comunidad*. Parten de una vocación transformadora y de apoyo a las iniciativas sociales y el surgimiento de los llamados nuevos movimientos sociales (ecologismo, feminismo, pacifismo, etc.). Reflejan una vocación deliberada y explícita por transformar un orden social que se considera injusto a la luz de los principios éticos. Son organizaciones formales con algún tipo de registro legal, normalmente homogéneas y con poca vida institucional y llevan a cabo tareas específicas en proyectos de promoción del desarrollo y creación de grupos y movimientos culturales.
 - c. *Asociaciones de asistencia privada*. Ofrecen servicios a la comunidad que ni el Estado ni el mercado son capaces de ofrecer en la dimensión y profundidad necesarias. Estas instituciones no critican las causas de las brechas o desigualdades sociales, sino sólo tratan de compensarlas.

- e) *Asociaciones de tipo cultural*. Representan la parte activa del patrimonio cultural al contribuir a la creación y reproducción de la identidad nacional (van desde grupos musicales y de baile, teatrales y artísticos en general hasta grupos de defensa del patrimonio histórico)
- f) *Asociaciones privadas de tipo deportivo y recreacional*. Funcionan como instancias primarias de socialización de las que pueden surgir también iniciativas asistenciales
- g) *Movimientos y asociaciones de comunidades indígenas*. Actores colectivos que asumen un papel de representación y gobierno y gobierno bajo bases consensuales, recuperan espacios públicos propios y actúan como una parte de la sociedad civil.

De acuerdo a Somuano (2003), las anteriores definiciones en su conjunto constituyen las formas que adopta la sociedad civil organizada, misma que puede vincularse a los movimientos sociales de acuerdo al tipo de actividades que realiza cada organización. De ahí que al hablar de sociedad civil organizada se hable también de ciudadanía, y de sus prácticas (donde se insertan los movimientos sociales). Y en la misma línea, al hablar de organizaciones de la sociedad civil se lleva implícito el hablar de los resultados traídos por largos ciclos de lucha y movimientos sociales y de una lenta institucionalización del Estado de derecho (Olvera, 1999: 39).

Ahora bien, retomando el recuento histórico sobre la sociedad civil, Olvera (1999) apunta la presencia de un cambio a finales de la década de los noventa en México, que dotó de un nuevo significado a las organizaciones de la sociedad civil y que fue propiciado por la opinión pública. Se trató de la delimitación de las organizaciones sociales al campo de las organizaciones no gubernamentales, lo cual buscó subrayar la autonomía de estos grupos sociales del sistema político. Suceso que además permitió que se legitimaran las prácticas público-políticas de estas agrupaciones.

Más adelante, con el discurso de la gobernabilidad democrática (*governance*), se comenzó a subrayar la necesidad de abrir el gobierno al escrutinio público y a una mayor participación popular. Como eje de ésta visión de la sociedad civil se comenzó a analizar la *participación ciudadana*, concepción que refería a una mayor capacidad de los ciudadanos para incidir en las decisiones públicas, promoviendo así una mayor eficacia y eficiencia en el ejercicio del poder. Esta visión puso énfasis en el papel de la sociedad como factor necesario para la modernización del Estado.

Dentro de la visión de la gobernanza se inserta el estudio de la *acción pública* la cual, parafraseando a Cabrero Mendoza (2005: 17), da cuenta de las distintas relaciones de la acción gubernamental local e intergubernamental; de la acción colectiva de actores sociales y de grupos específicos con conglomerados de intereses; y entre actores gubernamentales y no gubernamentales en acciones concretas. De acuerdo a esta postura, la acción pública se construye colectivamente, explotando la intersección de la acción gubernamental y la acción social, sin agotarse en una visión parcial de lo público desde el enfoque gubernamental o de lo colectivo partiendo sólo de la visión de la sociedad.

La acción pública, enfoque político y social incluyente, resulta pertinente para explicar el nuevo y reforzado papel de las prácticas de las organizaciones y los movimientos sociales en la toma de decisiones del poder político en tanto se ubica dentro de un *escenario de desplazamiento* donde la acción estatal abandona la dirección y control de arriba hacia abajo para incorporar las perspectivas y necesidades de la sociedad civil, manteniendo el gobierno un papel de agente articulador del conjunto (Cabrero Mendoza, 2005: 20).

De ello que la sociedad civil y la ciudadanía deban analizarse no como datos sino como procesos con características particulares que han sido generados en función de las prácticas sociales y políticas en un tiempo y lugar determinado. Al comprender a la sociedad civil organizada como un cuerpo en continua renovación, el análisis del contexto tecnológico debe encaminarse en comprender cuáles son los efectos que genera en sus prácticas. Por tal motivo, conocer el impacto y los alcances de la Internet y de las RSV en la sociedad civil y en las prácticas ciudadanas permitirá saber si dichas prácticas y procesos son nuevos o son una continuidad de aquellos descritos previamente. De ahí que la pertinencia de escudriñar a las organizaciones sociales y a sus prácticas resida en comprender si con el apoyo de Internet y mediante el empleo de las RSV las organizaciones mantienen dinámicas “tradicionales” de trabajo, o quizás se ven “catapultadas” como lo señaló Olsson (2008) para maximizar sus vínculos y espacios de acción. O quizás, siguiendo una postura más extrema, pueden generar nuevas dinámicas de funcionamiento dependientes de un espacio ajeno al espacio físico, como lo es el espacio digital.

2.2. La Internet y las Redes Sociales Virtuales en México

En México, la historia de la Internet se remonta apenas a poco más de veinte años, a finales de la década de los 80 en que la Red comenzó a ser utilizada entre algunas instituciones de educación superior para enviar, recibir y compartir información desde un acceso remoto². En la actualidad, el acceso a la Internet, se ha ido extendiendo exponencialmente y ha ganado popularidad entre distintos estratos sociales y zonas del país, lo que da cuenta de la inclusión del medio digital en las distintas prácticas de la sociedad mexicana.

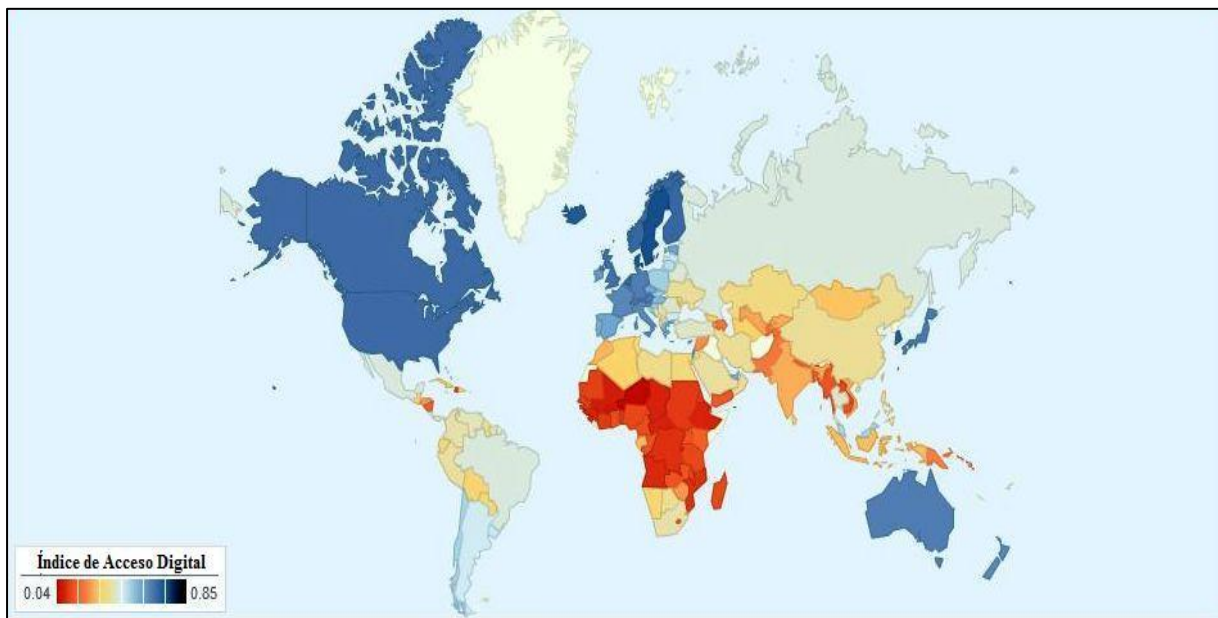
Sin embargo, como se muestra a continuación, a nivel nacional e internacional son pocos los estudios que detallan las prácticas y usos sociales de los mexicanos en la Internet. En este rubro se encuentra el “Módulo sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares” del Instituto Nacional de Estadística y Geografía” (INEGI) que desde el 2001 y hasta el 2010 muestra los datos referentes a la sociedad de la información en México; el “Estudio de los Hábitos de la Internet en México” realizado desde el año 2000 y actualizado hasta el 2012 por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI); el “Estudio de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre la Internet y diversas tecnologías asociadas” llevado a cabo durante los últimos tres años por el World Internet Project, México (WIP); y el “Estudio de consumos de medios digitales” preparado por cuarta ocasión en el 2011 por la empresa Millward-Brown México.

Tomando en cuenta las cifras arrojadas por el Censo de población y vivienda del INEGI (2010), para 2010 México contaba ya con 112 millones 336 mil 538 habitantes de los cuales 32 millones 807 mil 240 expresaron ser usuarios de la Red (INEGI, 2011). Aunque de acuerdo al último informe de la AMIPCI (2012), esa cifra creció un 14 por ciento para 2011, con más de 40.6 millones de usuarios.

² La historia del Internet en México comenzó en el año de 1989 con la conexión del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en el Campus Monterrey (ITESM) hacia la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA). El segundo nodo de Internet en México, mediante una conexión vía satélite (digital), fue la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en el Instituto de Astronomía en la Ciudad de México con el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR) de Colorado, en Estados Unidos. A partir de estos nodos, la Red fue diseminándose entre los principales centros educativos del país. Y no fue sino hasta 1994 que Internet se abrió a nivel comercial, ya que hasta entonces, solamente instituciones educativas y de investigación podían conectarse a la Red. Ver más sobre el desarrollo de Internet en México en Gayosso (2003a; 2003b; 2003c).

En materia de acceso digital, de acuerdo a las cifras de Internet World Stats, con 0.50 puntos en la escala DAI³, México se ubica en un nivel de *acceso*⁴ alto (ver ilustración 1), por arriba de países con acceso medio como Panamá (0.47) o Colombia (0.45) y muy por arriba de Honduras (0.29) y Haití (0.15). Lo rebasan Argentina (0.53), Uruguay (0.54) y Chile (0.58) ubicados en el mismo nivel de acceso que México y situándose con un acceso muy alto, con 0.78 respectivamente, sólo se encuentran los países del norte de América, Estados Unidos y Canadá (IWS, 2012b).

Ilustración 1 Índice de Acceso Digital (2012)



Fuente: ChartsBin statistics collector team 2010, *Worldwide Digital Access Index*, ChartsBin.com, revisado el 10 de Junio de 2012, <<http://chartsbin.com/view/qnr>>

Si bien el acceso de los mexicanos a Internet es alto, no puede negarse que prevalece lo que Elizalde (2003), García Canclini (2004) y el mismo Castells (2005) refieren como *brecha*

³ El índice de Acceso Digital o DAI por sus siglas en inglés (Digital Access Index), refleja la habilidad de la población global (por país) para aprovechar las TIC. Se trata de una puntuación compuesta de ocho variables que describen la disponibilidad de la infraestructura, la asequibilidad del acceso, el nivel educativo de calidad, de información y servicios de tecnología de la comunicación y el uso de Internet. Se evalúa de acuerdo a una escala de 0 a 1, el 1 representa el más alto nivel de acceso. Cada indicador se pondera dentro de su categoría y los valores de las categorías resultantes del índice se promedian para obtener el valor global de DAI. Las categorías son las siguientes: Infraestructura, Accesibilidad, Conocimiento, Calidad y Utilización. Ver más al respecto en UIT (2012) y IWS (2012b).

⁴ El acceso digital se refiere a la capacidad de los individuos y las comunidades para ingresar a la información disponible en plataformas tecnológicas conectadas a Internet.

tecnológica o *digital*⁵ que se entiende como la desigualdad de acceso que subrayan las nuevas tecnologías en los procesos económicos, sociales y culturales. Esta noción da cuenta de la polarización o exclusión de ciertos grupos humanos del acceso a contenidos distribuidos masivamente a través de los medios tecnológicos de comunicación. En consecuencia, estos sectores sociales habrían de quedar rezagados no solo en el uso de los grandes avances tecnológicos, sino también en la obtención de aquellos beneficios socio-culturales que implican vivir en la era del acceso. No obstante y como se da cuenta más adelante, en el proceso de apropiación de Internet, algunos grupos han aprendido a sortear esta dificultad llevando los beneficios del acceso tecnológico a grupos que en esencia han quedado al margen del empleo tecnológico.

Ahora bien, siguiendo con el perfil de usuarios de Internet en México, de acuerdo al INEGI (2011), en el 2010 los grupos de edad con mayor número de usuarios de la Internet fueron aquellos entre los 12 y 17 años con el 26.5 por ciento del total de usuarios, seguido del grupo comprendido entre los 18 y 24 con el 23 por ciento. Mientras que los mexicanos de 55 años y más, representaron el sector menos significativo con tan sólo el tres punto ocho por ciento. En cuestión del uso de la Internet de acuerdo al género, los datos arrojados por el INEGI (2011) mostraron que dicha participación se asemeja cada vez más a la distribución poblacional, obteniendo los Hombres un porcentaje de 50.7 por ciento, ligeramente superior al de las Mujeres que alcanzaron un 49.3 por ciento.

El uso de la Internet por Entidad Federativa quedó encabezado por el Distrito Federal, donde el 47.3 por ciento de sus habitantes manifestaron ser usuarios de la Red, seguido de cerca de Sonora con el 46.9 por ciento y con un porcentaje idéntico del 45.1 por ciento los estados de Quintana Roo y Baja California. De los hogares con acceso a la Red, las proporciones de acuerdo a la distribución regional del INEGI (2011) señalaron similitudes con la distribución de usuarios por Entidad Federativa, por lo que Baja California (37.2 por ciento), el Distrito Federal (36.1 %) y Nuevo León (35.3 %) permanecieron de punteros siendo los únicos estados en donde al menos un tercio de los de los hogares cuenta con conexión a Internet.

⁵ Aunque el término *digital divide* (por su nombre en inglés-) se ha aplicado mayormente para designar a aquellos sectores sociales que no cuentan con acceso a Internet, el concepto en sí mismo se refiere a aquellos que han quedado rezagados en lo concerniente a la utilización de las TIC de una manera general.

Los datos anteriores resultan relevantes puesto que dos de los casos aquí analizados se localizan en el Distrito Federal mientras que el tercer caso corresponde al Estado de Baja California, lo que significa que los tres casos se ubican en regiones con un alto índice de usuarios de la Red, que sobrellevan las particularidades geográficas, económicas y poblacionales de las distintas regiones.

De acuerdo al AMIPCI (2012) los usuarios de Internet en México durante 2011 se mantuvieron conectados durante un promedio de 4 horas y 9 minutos, para lo cual emplearon mayormente la PC (64 %), la Laptop (61 %) y el Smartphone (58 %) para conectarse a la Red. Este último aditamento duplicó su uso de 2010 a 2011, lo que de acuerdo a AMIPCI derivó en un descenso en la utilización de los primeros dos dispositivos. En cuanto a las principales actividades de los usuarios online tanto AMIPCI (2012) como WIP (2012) coincidieron que son enviar y recibir e-mails, acceder a Redes Sociales, buscar información y enviar y recibir mensajes.

En cuanto a interacción social y vinculación presencial de acuerdo a los datos del WIP (2012), la percepción de más de la mitad de los usuarios de Internet (60 %) es que navegar por la Red no ha disminuido ni ha afectado el tiempo que pasan físicamente con otras personas.

Dentro de las herramientas de interacción más populares en la actualidad se encuentran las Redes Sociales Virtuales (RSV). Estas plataformas digitales, siguen el símil de las Redes Sociales (RS) que en el mundo físico permiten coordinar a individuos autónomos, quienes voluntariamente se unen para intercambiar información, bienes o servicios para alcanzar un resultado común (Messner, 1999: 95). A diferencia de las RS, las RSV se originan y desarrollan en plataformas de Internet.

Sobre las características básicas de las RSV, Fernandez Burgueño (2009) brinda un ejemplo conciso sobre una de las tantas formas en que se puede clasificar a las RSV:

De acuerdo a su objetivo y temática

- *RSV horizontales*: Están dirigidas a todo tipo de usuario, sin un tópico definido. Se basan en la participación libre y genérica de sus miembros, sin un fin definido, teniendo como único fin propiciar la interacción a nivel general. Ejemplos de estas redes Facebook, Twitter, Google +, etc.

- *RSV verticales*: Se crean a partir de un eje temático, por lo que van dirigidas a un público determinado. Su objetivo es congregar a un grupo de personas con un interés común. Y se subdividen, de acuerdo a la línea de especialización en:
 - *RSV verticales profesionales*: para tratar temas laborales y establecer nexos profesionales. Ej. LinkedIn, blogs y grupos temáticos.
 - *RSV verticales de ocio*: su objetivo es reunir gente con iguales aficiones (deporte, música, videojuegos, etc.). Ej. Wipley, Moterous, Dogster.
 - *RSV verticales mixtas*: Ofrecen un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales. Ej. Yuglo, Unience

De acuerdo al sujeto principal de la relación

- *RSV humanas*: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones o actividades. Ejemplos de estas son Tuenti, Koornk o Dopprl.
- *RSV de contenidos*: En éstas redes, las relaciones se desarrolla uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Ejemplos de estas redes sociales son Flickr, Scribd o Yahoo Photos

En función de la localización geográfica:

- *RSV sedentarias*: se refiere a aquellas redes que se modifican de acuerdo a los contenidos publicados, las relaciones, eventos, etc. algunos ejemplos son Blogger y Plurk.
- *RSV nómades*: de características similares a las redes sociales sedentarias, a este tipo de red se le suma un nuevo elemento basado en la ubicación geográfica del sujeto. En otras palabras, las redes sociales nómades mutan de acuerdo a la cercanía existente entre los usuarios, los lugares visitados, etc. Ejemplos de este tipo de red son Latitud y Fire Eagle.

En materia de RSV los estudios de Millward-Brown (2011) y AMIPCI (2012) coinciden en que Facebook es la plataforma más popular entre los mexicanos, seguida de Youtube y de Twitter (AMIPCI, 2012). También de acuerdo a la AMIPCI, nueve de cada diez mexicanos usuarios de

Internet acceden a alguna RSV. Esto se debe a que las RSV no sólo funcionan como herramientas tecnológicas que favorecen la interacción, de acuerdo a Millward-Brown (2011) y AMIPCI (2012), estas plataformas digitales son una de las principales fuentes de información en Internet, solamente aventajadas en su uso por los motores de búsqueda como Google, Yahoo, Terra, etcétera.

De ésta información es posible concluir que el desarrollo de la Red en México ha avanzado a pasos agigantados, extendiéndose principalmente en una población urbana que oscila entre los 12 y los 24 años y que no muestra variación significativa en cuanto a la distinción en su uso basado en el género. Esta población de usuarios jóvenes cuenta con una alta disponibilidad sobre las herramientas tecnológicas comunicacionales, fenómeno que no se había presentado en décadas anteriores.

A los usuarios de Internet en México además les gusta interactuar a través de redes sociales de tipo horizontal, que les permiten comunicarse y acceder a información de lo que acontece a su alrededor. Esta mayor capacidad de interacción y de acceso a información entre la juventud mexicana da cuenta de un potencial mayor para la organización social y para la acción coordinada, mismas que no hubieran sido posible en otra época.

2.2.1. Facebook

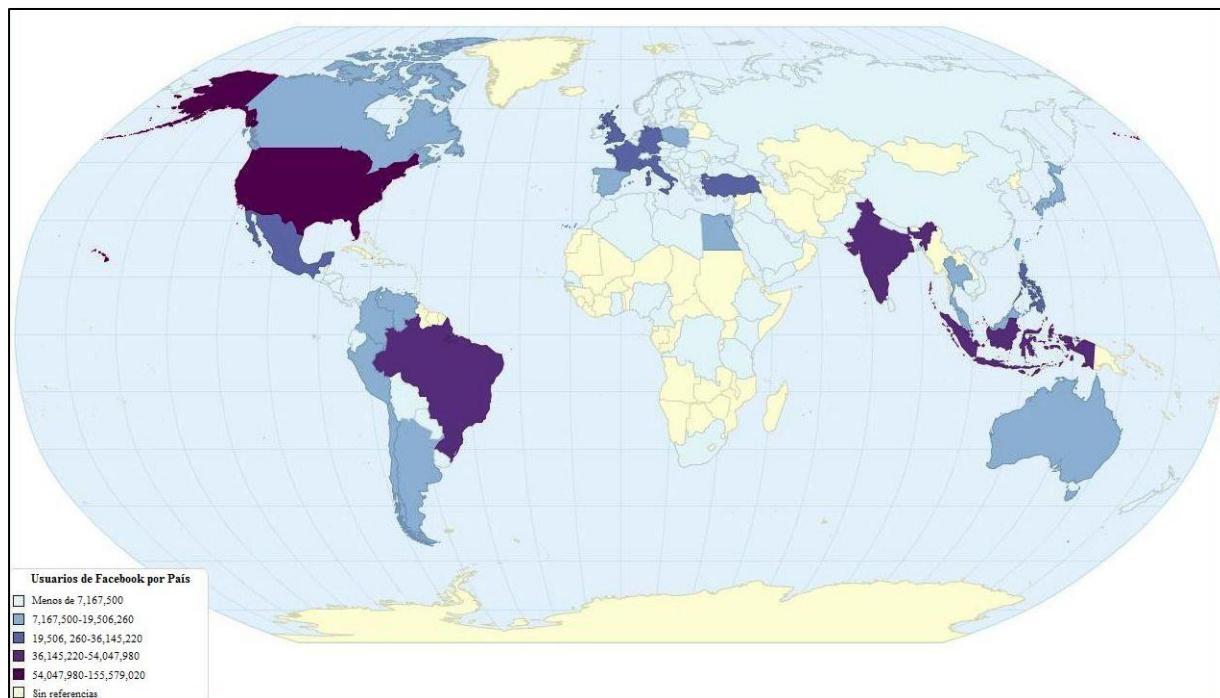
Al igual que con la información concerniente a los distintos usos y alcance de la Internet en México, en materia del uso que la sociedad mexicana hace de las RSV, la información que existe hasta la fecha es limitada. Y aunque empresas como AMIPCI (2012), Millward-Brown (2011) y Mitofsky (2011) suelen incluir en sus análisis a las dos redes virtuales más empleadas por los mexicanos Twitter y Facebook, los cuestionamientos que en dichos estudios se hacen están más acotados a los métodos de consumo de los usuarios de Internet que a sus posibles usos sociales.

En México, la RSV más exitosa parece ser Facebook o al menos eso indica el número de usuarios que aglutina. Mas la importancia de Facebook en México no sólo reside en ser la RSV más utilizada, sino que además es capaz de acaparar y constituir perfiles muy diversos, a la vez que favorece nuevas dinámicas de interacción/participación social.

La información más actualizada sobre el tema la tiene Socialbakers (2012), compañía global de análisis de medios digitales que aglutina y difunde de forma gratuita las estadísticas mundiales sobre las principales RSV en el mundo (Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn y Youtube).

De acuerdo a las cifras recogidas en dicha página el 20 de mayo de 2012, México contaba con 33 millones 173 mil 840 de usuarios⁶ de Facebook lo que representa una penetración en la población nacional del 29.5 por ciento y del 108.41 por ciento entre los usuarios de Internet (ver ilustración 2). Las cifras anteriores ubican al país en el lugar número cinco del ranking de las Estadísticas de Usuarios de Facebook a escala mundial. Lo cual puede interpretarse como que esta red social goza de la simpatía de los usuarios mexicanos quienes, en su mayoría, la han adoptado como una herramienta de comunicación interactiva en el medio digital.

Ilustración 2 Usuarios de Facebook (2012)



Fuente: Facebook Statistics by Country, ChartsBin.com, revisado el 15 de junio, 2012, <<http://chartsbin.com/view/7355>>.

De acuerdo a Socialbakers (2012), la población que usa esta red con más frecuencia es la que se encuentra en el rango que oscila entre los 18 y los 24 años (34 %), seguido por el grupo de 25 a

⁶ Esta cifra representa el total de cuentas activas pertenecientes a perfiles y páginas tanto de individuos, organizaciones, empresas, escuelas y demás instituciones que adscriben su “localización” en México.

34 años (25 %), es decir, casi el 60 por ciento de sus usuarios son jóvenes y adultos jóvenes (en el rango de los 18 y 34 años), los cuales parecen ser más receptivo hacia el manejo tecnológico.

Por su parte, el porcentaje de usuarios con la menor participación en Facebook (sólo el 1 %) pertenece a las cuentas de las personas mayores de 65 años. En material de la distribución de las cuentas de acuerdo al género de sus usuarios estas pertenecen en igual número a hombres (50 %) que a mujeres (50 %).

En un estudio muestral realizado en el 2011 para conocer el perfil de usuarios de redes sociales en Internet, Consulta Mitofsky arrojó datos reveladores sobre esta RSV en México. Por un lado, permitió conocer la gran brecha educativa entre los usuarios, y los no usuarios de Facebook, ya que de los usuarios únicamente el seis punto cinco por ciento respondió contar con una educación máxima de primaria, mientras que aquellos no usuarios presentaron el mismo nivel educativo el 41.7 por ciento de las veces. Sobre el lugar de residencia, tanto usuarios (92 %) como no usuarios (73.2 %) se ubican mayormente en zonas urbanas, y es en referencia al *nivel socioeconómico* (NSE)⁷ donde se vuelve a observar una gran disparidad. Los usuarios se ubicaron un 42.2 por ciento de las veces en los NSE A/B/C+ y un 44.1 por ciento en el nivel C/D, mientras que de los no usuarios sólo el 8.7 por ciento se ubicaron en los mismos niveles socioeconómicos.

De acuerdo al estudio desarrollado por Millward-Brown (2011) en torno al perfil de prácticas en RSV, el 87 por ciento de los encuestados usuarios de Facebook manifestaron haber subido una foto o un video a Internet. Esa cifra resulta interesante, ya que representa a más del doble de los que manifestaron haber subido un video en Youtube (42 %), RSV dedicada al almacenaje y reproducción pública de videos, o de la plataforma de Yahoo Photos (78 %), que funciona como un álbum o catalogo fotográfico virtual. Ello habla de un mayor dinamismo por parte de los usuarios de Facebook, quienes utilizan distintos medios para socializar más allá del envío y recepción de comentarios de forma escrita.

⁷ De acuerdo a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI), los niveles socioeconómicos en México pueden clasificarse de acuerdo al ingreso familiar, de la siguiente forma:

- A/B \$85,000.00
- C+ \$35,000.00-\$84,999.00
- C \$11,600.00-\$34,999.0
- D \$ 6,800.00-\$11,599.00
- E 0-\$2,699.00

La AMAI, sin embargo señala que estas categorías socioeconómicas no califican la pobreza o la riqueza, sino “la capacidad para acceder a un conjunto de bienes y estilo de vida”. Ver más en AMAI (2008).

En resumen, más de la mitad de los usuarios de Facebook en México son jóvenes de entre 18 y 29 años, además la gran mayoría de sus usuarios cuenta con al menos estudios de secundaria/preparatoria (62.4 %) y otro porcentaje considerable tiene estudios de universidad y más (31.6 %). La población de usuarios de esta RSV se ubica en un nivel medio y alto de la escala socioeconómica (AMAI, 2008), y representan a la clase media, media alta y alta de la población en México. Este dato parece ir de la mano con la localidad de residencia de los usuarios de la red virtual, quienes en un 95.1 por ciento de las ocasiones habitan la zona urbana del país.

De acuerdo a estos datos, los usuarios de Facebook parecen encontrar en dicha red un medio propicio para interactuar, compartir videos, fotos e información pero también para participar activamente en otros temas de interés social y hasta político. Tal vez en ello tenga que en su mayoría los usuarios de Facebook pertenezcan a la clase media, pues como se recordará la importancia de la clase media reside en funcionar como factor de equilibrio social.

De acuerdo a Giddens (1999) la clase media hace referencia directa a la sociedad civil, y busca influir en la agenda del Estado para la implementación de políticas de orden social. Con lo que los componentes Internet y Facebook, de implementarse como herramientas que fomenten la participación cívica y política, pueden ser vistos como valores agregados en la persecución de formas de gobierno más incluyentes y democráticas o en su defecto quedarse como espacios de interacción y entretenimiento público.

2.3. La Internet en México: sus usos políticos y sociales

En México, el uso político de la Internet y de las redes sociales ha sido ampliamente explotado debido a las capacidades de acción e interacción masiva y global que ofrece a sus usuarios. No obstante, como fenómeno político y social la Red ha sido mayormente estudiada atendiendo a la forma y el tipo de vínculos que genera entre las figuras públicas políticas y la sociedad.

En éste rubro es posible clasificar los sondeos realizados por el WIP (2012) y la AMIPCI (2012), los cuales se han dirigido a observar la percepción social sobre el uso y los alcances políticos de la Internet y conocer las nuevas dinámicas de interacción de la ciudadanía con los “perfiles” y “cuentas” de las figuras políticas mexicanas respectivamente. En éste sentido, el estudio realizado

por el WIP (2012) mostró que al menos un 51 por ciento de los mexicanos perciben a la Internet como una herramienta de influencia política en tanto ven en ella el medio para comunicarle al gobierno lo que debe hacer. Sin embargo, en el mismo trabajo sólo el 26 por ciento de los encuestados está de acuerdo con que la Internet le brinde un mayor poder político a la gente.

Por su parte, la AMIPCI (2012) se ha enfocado en analizar el comportamiento de interacción de la ciudadanía con las figuras políticas, mostrando que el 51 por ciento de los usuarios mexicanos de RSV han dado click a publicidad política. Y de esa misma muestra, 4 de cada 10 manifestó haberse hecho “Fan” o “Seguidor”⁸ de algún candidato o partido político. Esto es, el 41 por ciento de aquellos que vieron publicidad política por RSV se adhirieron como Fans o Seguidores de algún candidato o partido. Aunque de acuerdo al mismo estudio, ello no significó en los usuarios adherentes una intención de voto hacia el candidato o el partido seleccionado. Lo cual puede interpretarse como el deseo por parte de los Fans y/o Seguidores de mantenerse informados en tiempo real sobre lo que acontece en torno a las figuras políticas de su interés. Mas los anteriores son sólo ejemplo de la percepción social de la Internet como herramienta política.

Si se desea conocer las formas de participación política y social regidas por el uso de Internet en México, resulta útil volver la mirada hacia algunos de los ejemplos que se han vuelto significativos en el país. Teniendo presente, que desde la perspectiva del estudio de casos en México, la percepción que se tiene sobre las formas que adopta la participación en Internet y en RSV suele ser parcial, ya que la información existente, en su mayoría, es elaborada por los medios de comunicación y no por entidades de investigación científica reconocidas.

De ahí que pueda afirmarse que las prácticas de los mexicanos en el espacio digital, en la Red, están aún lejos de ser comprendidas a cabalidad. Esto fomenta los cuestionamientos sobre si el *ágora digital*⁹ puede constituirse como un espacio de disputa por el poder político, una ampliación del espacio público, donde la ciudadanía se contraponga a los formatos

⁸ En el argot popular de usuarios de RSV el *fan* o *seguidor* se refiere a la persona que Facebook se suscribe a la página de algún individuo u organización con la finalidad de recibir información concerniente a las actualizaciones (publicación comentarios, fotos, videos, etc.) de la página referida. Para el caso de Twitter, se habla de un Seguidor.

⁹ Entendido también como espacio digital o ciberespacio (Lévy, 2007; Rheingold, 2004) es una metáfora del *ágora* griega, o espacio abierto para el debate y la interacción. En su referente virtual, el *ágora* hace pensar en la ampliación o refracción del espacio público a Internet, en tanto territorio libre, abierto y autónomo donde individuos, grupos e instituciones pueden participar de acuerdo a sus intereses y necesidades. Ver más en Herrera (2012).

“tradicionales” de poder, acaparados por el gobierno, los partidos y las instituciones públicas y privadas (Herrera & Valverde, 2008; Vattimo, *et al.*, 2003).

El principal antecedente sobre los usos políticos de la Internet por parte de la ciudadanía se observó en el año de 1994, momento en el que el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se hizo presente ante los medios y los gobernantes mexicanos. Aunque localmente fue considerado un movimiento “nuevo”, contaba ya con reconocimiento a nivel mundial, denotando la capacidad de la Red para hacer trascender a una organización de corte regional, como un movimiento de alcance global (Arquilla & Ronfeldt, 2003).

El EZLN, contó con el apoyo de *The Electronic Disturbance Theater* (EDT)¹⁰ y de estudiantes de informática de diversas universidades norteamericanas y europeas. Su *modus operandi* se basó en utilizar campañas de protesta difundidas por correo electrónico para recabar fondos y comenzar la movilización social en el país. También se coordinaron a nivel global *sit-ins* (protestas virtuales) que, mediante la aplicación de *FloodNet*¹¹, permitieron a los cibernautas de todo el mundo acceder a la página del presidente Ernesto Zedillo (1994-2000) para saturarla y volverla inaccesible (Dery, 1998; Arquilla & Ronfeldt, 2003).

En México, el EDT fue uno de los colectivos que más propició la protesta política en pro de la saturación de los portales gubernamentales durante la pasada década. Dentro de sus proyectos masivos más conmemorativos se encuentran la protesta organizada el 5 de mayo de 2006 en contra de la Presidencia de México donde se denunciaron los actos de violencia registrados el día 3 de Mayo del mismo año, por parte de las autoridades policiacas en San Salvador Atenco (Sandoval H. , 2006).

Además de conseguir el apoyo y la movilización internacional a través de acciones mediatizadas, el EZLN dio cuenta de otra cualidad de la Internet al fungir como herramienta para contrainformar a la población nacional de lo que sucedía en la región, puesto que las noticias parecían estar

¹⁰ El Electronic Disturbance Theater (EDT) es un pequeño colectivo de artistas y ciberactivistas enfocados en el desarrollo de la teoría y la práctica de la desobediencia civil electrónica (*Electronic Civil Disobedience* ECD). El Electronic Disturbance Theater trabaja en las intersecciones de la política radical, el performance y el diseño de programas informáticos.

¹¹ El *floodnet* engloba diversos tipos de ataques cibernéticos, uno de los cuales –utilizado por el EDC- es el de tipo “smurf” (pitufó). Este tipo de ataque utiliza el broadcast de Internet, que en pocas palabras abre constantemente subsecciones no existentes en las páginas a las que se dirige el ataque y satura el sistema volviéndolo inaccesible.

controladas por Televisa, empresa que “dominaba el panorama de los medios de comunicación en México” (Budka & Kremser, 2004: 220).

De acuerdo a Budka y Kremser (2004), el paisaje transnacional de solidaridad electrónica que se gestó en ese entonces, mediante el uso de Internet, permitió influenciar la opinión pública, favoreciendo los procesos de negociación entre el movimiento de resistencia indígena y el gobierno mexicano.

En materia de participación y acción política a través de la Red, es posible rastrear otros muchos casos, que aunque a una escala menor de lo realizado por el EZLN, lograron convertirse en ejemplos emblemáticos del poder que puede adquirir la sociedad a nivel nacional y regional gracias al empleo de Internet.

Ejemplo de ello, fue #internetnecesario movimiento surgido en el 2009 en la plataforma virtual Twitter con la intención de frenar la propuesta del Ejecutivo Federal de establecer un nuevo impuesto especial (conocido como IEPS) para gravar las telecomunicaciones (incluida Internet) con una tasa del tres por ciento. La campaña, guiada por el mensaje de “impulsar, no tasar” logró establecerse como *trending topic* en Twitter, llegando a ocupar el quinto lugar como tema más activo en dicha RSV. La comunidad twittera se organizó y con el apoyo del senador Francisco Javier Castellón Fonseca (@SenadoCastellon), se solicitó audiencia al Senado de la República para expresar el rechazo al paquete económico (Sánchez, 2009). Finalmente, la propuesta de tasación a medios de comunicación fue desechada, especulándose que la decisión fue influenciada en gran medida por la participación de la sociedad organizada a través de Twitter.

Otro caso que se sumó a las nuevas formas de participación, organización y acción política y social mediante el uso de la Internet fue el del pueblo Tarahumara a inicios del 2012. Todo comenzó a través de una serie de videos que se difundieron en la RSV de Youtube donde se mostró la situación de pobreza, marginación y aislamiento en la que se encontraba la comunidad indígena residente en Chihuahua, misma que había empeorado debido a una sequía permanente en la región (García Hernández, 2012).

El efecto de la nota fue inmediato, y el involucramiento social no se hizo esperar. Surgieron diversos grupos tanto en Facebook como en Twitter para recabar fondos económicos y en especie

para apoyar a dicha comunidad indígena (Macias, 2012). Ello derivó en el establecimiento de cientos de centros de acopio en todo el país, que en poco tiempo recabaron toneladas de alimento y recursos económicos que fueron enviados al pueblo Tarahumara. Este no es sino un ejemplo más de cómo a través de las RSV y de la Internet ha sido posible exaltar el compromiso cívico y la participación de distintos sectores de la sociedad mexicana.

Sin embargo, algunos autores como Ganesh (2011) el uso de la Internet y de las redes sociales (como Twitter y Facebook) se han sobrevaluado, llegándose incluso a pensar que ha sido gracias al libre flujo de información, favorecido por el empleo de las TIC, que algunas revueltas sociales democratizadoras como las de Medio Oriente y el Norte de África se han llevado a cabo. Para este autor el poder revolucionario de las tecnologías ha sido maximizado por las audiencias mediáticas, quienes al no entender la complejidad de los procesos sociales, políticos y económicos que afectan a las diferentes regiones donde en últimas fechas se han presentado revueltas sociales, han asumido como uno de los motores el creciente uso de las tecnologías de la información y las redes sociales virtuales. Esto debido a una asociación casi en automático de las TIC como herramientas democráticas.

Dentro de las razones que han servido de fundamento para dicha visión se encuentran el hecho de que a través de los medios digitales sea posible compartir grandes cantidades de información, incluso se ha apelado al carácter comunitario que prevaleció en los inicios de la creación de la Red. No obstante resulta erróneo creer que las TIC y las redes sociales virtuales son los causantes de las revueltas sociales por el sólo hecho de existir.

Es por ello que los ejemplos del EZLN, #internetnecesario y los Tarahumaras remiten no únicamente a un fenómeno de intercambio masivo de información a través de un canal diferente, digital, sino que dan la pauta para relaciones sustentado en el empoderamiento político y social que tanto la Internet como las RSV otorgan a sus usuarios para el tratamiento de problemas coyunturales. Su peculiaridad reside en propiciar el aumento del capital social y de la simpatía de los usuarios del medio virtual en general hacia ciertas problemáticas y movimientos que pueden ubicarse en una escala local o global, mismos que no habrían podido obtener sino a través del medio digital.

Esto no equivale a decir que la Red por sí misma de origen y permita explicar todo el proceso de conformación de nuevos movimientos sociales, colectivos o de organizaciones sociales, sino que a través del medio electrónico cuerpos sociales en resistencia pueden negociar caminos de acceso a los temas de debate público. O como lo refiere Ardití, “contribuyen a dar forma a la escena (política) que ellos mismos ayudan a producir y se vuelven por lo tanto, los operadores de poder constituyente” (Ardití, 2012: 8).

2.3.1. Organizaciones, movimientos sociales y tecnología en la Frontera Norte

Ahora bien, de acuerdo a Surman y Reilly(2005) no se debe entenderse a las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y a los movimientos de activistas como opuestos, lo que es más, y como ya se ha planteado anteriormente con Somuano (2011), éstos son complementarios del “todo” que constituye a la sociedad civil.

Sin embargo, como los mismos autores explican, en la actualidad muchas de las organizaciones y movimientos sociales que llevan a cabo prácticas “socio-tecnológicas” apoyadas estratégicamente en Internet están tan centradas en el manejo tecnológico, que dejan de lado las problemáticas sociales que en su momento tratan de resolver.

Ejemplos de ello, pueden leerse a diario en periódicos y revistas, como fue el caso de la estrategia lanzada en 2010 por Ricardo Domínguez, profesor de la Universidad de California en San Diego (UCSD) y miembro del EDT. Domínguez creó una aplicación para celular llamada *Transborder Immigrant Tool* (TIT), que permitía conectar al usuario a un satélite que le brindaría información específica de la región y de las rutas hacia Estados Unidos (El Universal, 2010). El principal objetivo de esta estrategia tecnológica, era reducir los riesgos enfrentados por los migrantes ilegales en su tránsito hacia Estados Unidos, mostrándoles los lugares donde podrían encontrar agua, guarecerse y seguir rutas seguras para evitar toparse con las patrullas fronterizas.

La propuesta de Domínguez, si bien mostró una postura social y política de apoyo a los migrantes, la misma estuvo lejos de ser accesible para quienes cruzan de manera ilegal la frontera. En tanto para tener acceso al TIT se hace necesario contar con un sistema de posicionamiento global o GPS (por sus siglas inglés *Global Positioning System*) y por tanto de un

equipo telefónico con conexión a Internet, elementos poco accesibles para la mayoría de quienes se dirigen a Estados Unidos de forma ilegal.

Lo anterior da cuenta de cómo algunos grupos profesionales de los medios de comunicación tácticos y activistas de la cultura digital, *hacktivistas* o quienes propugnan la *desobediencia civil electrónica*, presentan dificultades para encajar sus propuestas dentro de las prácticas propias de la sociedad civil en su formato tradicional (Surman & Reilly, 2005). De ahí que aunque algunas organizaciones y colectivos miren con admiración a estos movimientos tecno-sociales y agradezcan sus ideas progresistas sobre el uso de la Internet para construir un futuro más equitativo y más democrático, en muchos de los casos las organizaciones sociales de estructura y prácticas más tradicionales no sepan cómo incorporar las prácticas que estos grupos tecno-sociales proponen.

Tal vez el descontento de Surman y Reilly (2005) con la disparidad existente entre las prácticas de las organizaciones y de los movimientos sociales se debe a que estos autores entienden la relación entre la sociedad y la Internet a partir de una correlación escalonada entre el *acceso*, la *adopción* y la *apropiación* de las TIC.

Para estos autores se trata de un *continuum* entre contar con el *acceso* básico, que se refiere a tener los insumos tecnológicos para conectarse a Internet (como lo es tener una computadora, un smartphone, una netbook u otro dispositivo tecnológico similar); un escalón arriba se colocan a la *adopción* y el desarrollo de las habilidades básicas para usar la tecnología (como puede ser aprender a escribir en un procesador de texto o reproducir un archivo de música en un formato digital); y en el último escaño se encontraría el proceso de *apropiación* o *uso* estratégico de la tecnología en el cual los individuos y las organizaciones serían capaces de usar la tecnología para alcanzar sus propios objetivos, es decir serían capaces de diseñar las aplicaciones y los contenidos en función de las necesidades específicas organizativas.

Sin embargo en los hechos, se observa que esta linealidad en el empleo y manejo tecnológico no aplica en todo momento. Por lo cual es posible apreciar que algunas organizaciones que apenas cuentan con los insumos tecnológicos suficientes para conectarse a la Red generan propuestas creativas y elaboradas mientras que otros organismos con una trayectoria de uso tecnológico más amplio muestran prácticas tradicionales de comunicación a través de Internet.

Por tal motivo, aunque la crítica de Surman y Reilly (2005) resulta en muchos casos cierta, en cuanto que algunas organizaciones y movimientos sociales explotan más el lado de la *adopción* tecnológica para poner en marcha propuestas de corte más artístico en la Red (dejando en segundo término la perspectiva social del uso de la tecnología), también es cierto que cada vez son más las organizaciones y los movimientos ciudadanos que logran *apropiarse* de Internet dotando sus prácticas y actividades a través de las TIC de un componente claramente social.

De alguna forma, las organizaciones sociales parecen estar avanzando, aunque a diferente ritmo, hacia la apropiación de las TIC y de la Internet (con sus distintos componentes), lo que les permite mejorar y ampliar sus funciones y su capacidad de acción. De esto dieron cuenta Fran Ilich y Luis Humberto Rosales en 2000, cuando junto con un grupo de tijuaneses realizaron el proyecto *Borderhack*¹²: un campamento de arte mediático y activismo electrónico en la frontera Tijuana-San Diego.

Dentro de las acciones realizadas por el *Borderhack* se cuentan: haber “tomado” las líneas de teléfono para que los migrantes pudieran comunicarse con sus familias en ciudades lejanas sin ningún costo y colocar estaciones de radio FM temporal (*Border Radio*) para hacer reportes fronterizos alternos, informando en Estados Unidos de la realidad que se vivía del lado Sur de la frontera (Ilich & Rosales, 2000).

La directriz de éste grupo, que se mantendría activo del año 2000 al 2003, era de acuerdo a Ilich (2003) ejercer un ataque “físico, virtual y a través de los medios masivos a esa pared fronteriza” que divide la región. Para ello, el colectivo buscó incluir a activistas de distintas ideologías y ciudades con el fin de dialogar, dar talleres acerca de las distintas áreas de experiencia, y a la vez llamar la atención de los medios, para poder “atacar el tema de la frontera desde todos los ángulos posibles” (Ilich, 2003).

Aunque en ambos casos se aprecia el interés de emplear la Internet y las tecnologías comunicacionales como herramientas sociales y políticas, la propuesta de Dominguez parece caer en la crítica a las prácticas técnico-sociales planteada por Surman y Reilly (2005), debido a que el

¹² La propuesta del *Borderhack* empleada por Ilich y Rosales surgió como símil de los *bordercamps* organizados en la frontera alemana con Polonia y la República Checa. Estos *bordercamps* reunían a grupos de artistas y activistas durante una semana para “irrumper” o desvanecer la noción de las fronteras Europeas. Ver más en Ilich (2003) e Ilich y Rosales (2000).

TIT parece no tomar en cuenta las condiciones de marginalidad y pobreza que enfrentan la mayoría de los migrantes a quienes va dirigida su propuesta. En cambio, el proyecto de *Borderhack*, logró pasar de ser una crítica a convertirse en un movimiento de alcances prácticos y directos para los migrantes y para el público interesado en el fenómeno de las fronteras territoriales. Los primeros, pudieron hacer uso de la tecnología para transmitir sus mensajes de forma gratuita a familiares y amigos en Estados Unidos, mientras que los segundos contaron con un espacio de debate y crítica sobre el fenómeno fronterizo y migratorio en Tijuana.

Algo que puede desprenderse de los ejemplos anteriores, es que más allá del éxito o el fracaso de las distintas propuestas tecno-sociales, la Internet ofrece una inconmensurable capacidad de acción y organización para la sociedad (Lévy, 2004; Rheingold, 2004). Estas formas emergentes de participación social no se remiten y /o acotan al entorno virtual sino que lo trascienden, alcanzando el espacio físico, trastocando el espacio público de debate y toma de decisiones.

De ahí que pueda preverse que la conexión entre Internet y las agendas públicas será no solamente creciente, sino imprescindible conforme aumente la penetración tecnológica en la sociedad mexicana. En este contexto, tanto los asuntos públicos sustantivos y prioritarios, como aquellos otros especializados o marginales, todos tendrán mayor vinculación en la Red y con las prácticas que ahí tienen lugar. Esto sin excluir el hecho de que prevalecerán los diferentes grados y formas de uso del medio electrónico, con base principalmente en la edad y el manejo tecnológico por parte de los usuarios, por supuesto.

2.4. Conclusiones

En el presente capítulo se ha intentado mostrar el camino de encuentro entre la sociedad civil, sus organizaciones y la tecnología (Internet y las RSV), poniendo como foco de estudio México. De ello se concluyen por un lado, que existen elementos que dan cuenta de la evolución de la sociedad civil, en el mundo y en México, misma que es paralela al acotamiento del Estado y de sus ámbitos de intervención. En consecuencia, se amplía y maximiza el vínculo entre la sociedad civil y los “asuntos públicos” o de acción pública. Esto se traduce en organizaciones civiles fortalecidas, que se multiplican y a la vez adquieren mayor capacidad de incidencia sobre la

esfera de debate pública, en todos sus campos. Siendo esta una dinámica visible en México y en el mundo.

Profundizando sobre el tema, el debate de fondo sobre las TIC trata menos sobre el flujo de información y parece referir cada vez más a los nuevos espacios para la deliberación de los procesos sociales y a la adquisición de nuevas capacidades y dinámicas por parte de la sociedad. En este sentido, Internet configura un espacio de interacción y de participación social de manera digital, lo que para algunos autores da cuenta de una ampliación o reestructuración del espacio público en el medio electrónico.

Si el espacio digital, si Internet puede funcionar como lugar para la deliberación entre la ciudadanía y el gobierno, su uso habría de generar una diversidad de efectos tanto positivos como “negativos” en el desarrollo, la creación y la evolución de los movimientos sociales y de las OSC. Positivos, en tanto permitiría a la sociedad organizarse, informarse y actuar de acuerdo a nuevas escalas espacio-temporales sobre temas que, en su momento, salen de la agenda pública; además, facilitaría la participación activa sobre los temas de interés público proponiendo la inclusión de tópicos específicos en la agenda de debate. Dentro de los efectos negativos, se encontraría en primer término la inminente exclusión de aquellos sectores sociales desconectados de la Red de los debates existentes en ella y en segundo término el “peligro” de que las prácticas generadas en Internet y con el uso de tecnologías digitales quedasen sin alcance fuera del medio electrónico.

Sin embargo los grupos sociales organizados parecen estar aprovechando las cualidades ofrecidas por la Red, como por ejemplo la movilización coordinada a través de Facebook para apoyar mediante el acopio de alimentos y recursos económicos a la población de la Sierra Tarahumara que era devastada por una fuerte crisis de escases de alimentos. Y hasta cierto modo también parecen aprender a sortear algunas de las desventajas traídas por su utilización en temas de orden público y social, como se observó con la iniciativa de *Borderhack* que puso la tecnología al servicio de los migrantes evadiendo la brecha del acceso tecnológico y demostrando que el empleo tecnológico puede influenciar el debate sobre problemas locales dentro del espacio físico.

Por tanto, puede establecerse que gracias a la Red la disputa por la construcción de agendas compartidas (entre el gobierno y la ciudadanía) así como la permanencia o el surgimiento de nuevos formatos de asociación y organización social derivadas de estas agendas, pueden

convertirse en una realidad cada vez más próxima. En última instancia, Internet está otorgando ya a la sociedad una renovada capacidad para incidir en la toma de decisiones públicas y en la política, transformando a la ciudadanía en una fuerza de cambio social.

El asunto central de esta investigación refiere justamente a las nuevas *capacidades* y *nuevas* formas sociales de organización, facilitadas y catalizadas, por la interacción mediatizada a través de la Internet. De hecho, los casos presentados en los capítulos subsecuentes han buscado retratar los diferentes y posibles perfiles de interacción y participación de la sociedad organizada en la Red.

CAPÍTULO 3. ESTUDIAR LA PARTICIPACIÓN SOCIAL EN INTERNET Y REDES SOCIALES

Como se ha mostrado ya en los capítulos previos, muchas de las posturas teóricas que han analizado el fenómeno social producto de las TIC y de la Internet, interpretan a éstos insumos tecnológicos como dispositivos que facilitan la participación ciudadana. Por ende la Red y las RSV suelen relacionarse directamente con dinámicas político-culturales propias de las democracias representativas que como lo señala Martínez Nicolás (2010) refieren a la apertura y socialización de una esfera pública estrechada por la acción tolerante hacia lo político-mediático; la institucionalización de prácticas deliberativas en la conformación de políticas públicas; la reparación de las pérdidas habidas en el capital social mediante la revitalización de las redes cívicas y comunitarias; el encauzamiento autónomo de la creatividad colectiva al margen de la lógica de las grandes industrias culturales y demás. Sin embargo, la posibilidad de que dichas expectativas acaben realizándose depende de la participación ciudadana en la vida pública, siendo la Internet y las RSV un excelente espacio para fomentar tal participación.

De acuerdo a Martínez Nicolás (2010) sólo cuando la ciudadanía aprenda a aprovechar el potencial de las TIC y su poder, se podrá direccionar éste a la acción política. Tomando en consideración lo anterior, el propósito del presente apartado es mostrar la importancia de la comprensión sobre los distintos usos y formas de apropiación de la Internet por parte de las organizaciones sociales, para clasificar y medir las formas que adopta el compromiso cívico y la participación social en la Red.

De tal manera, en éste capítulo se describen los métodos de investigación que hoy por hoy facilitan la comprensión de lo que acontece en el espacio digital, detallando su importancia y aplicabilidad para el presente estudio. Y se define y analiza el papel del uso y la apropiación cívico-política de la Internet, RSV en las organizaciones sociales.

3.1. Descripción de la metodología a ser utilizada

El análisis social de la Internet se compone de diversas aristas y aproximaciones de estudio. Dichas investigaciones han atendido las implicaciones económicas, sociales, políticas y éticas del empleo de la Red. La mayoría de estos estudios emplearon los métodos “tradicionales” de investigación cualitativa y cuantitativa, y los adaptaron al nuevo campo de investigación virtual (Jones, 1999).

En el marco de dichas transformaciones acarreadas por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, se han desarrollado investigaciones cualitativas y cuantitativas a través de la edición y el conteo de datos provenientes de algunos espacios de socialización como las salas de chat, las comunidades virtuales, los blogs y demás. Éste tipo de estudios ha empleado principalmente el análisis de los textos en la Red y de los chats o los estudios interactivos a partir de la observación-participante, las entrevistas y el seguimiento de las acciones de grupos sociales dentro de los foros y las comunidades virtuales, que permiten delimitar el campo de observación del investigador cualitativo.

Estudios como la etnografía, ampliamente utilizada para la descripción de las interacciones sociales, ha requerido redimensionarse para adaptarse a estudiar las relaciones sociales mediadas por las tecnologías digitales, principalmente representadas por la Internet.

En éste sentido, por etnografía debe entenderse a la metodología usada inicialmente en la Antropología que se ubica dentro del enfoque cualitativo, en el paradigma interpretativo. Esta herramienta de análisis permite describir de forma analítica los diversos escenarios sociales y los grupos culturales que se desarrollan en su interior (Mosquera V., 2008).

De acuerdo a Martínez (1996:200) los elementos básicos de la investigación etnográfica son los siguientes:

- Un enfoque inicial exploratorio y de apertura mental ante el problema a investigar.
- Una participación intensa del investigador en el medio social a estudiar.
- Uso de técnicas múltiples e intensivas de investigación con énfasis en la observación participante y en la entrevista con informadores representativos.

- Un esfuerzo explícito para comprender los eventos con el significado que tienen para quienes están en ese medio social.
- Un marco interpretativo que destaca el papel importante del conjunto de variables en su contexto natural para la determinación de la conducta, y que pone énfasis en la interrelación holística y ecológica de la conducta y los eventos dentro de su sistema funcional.
- Resultados escritos (etnografía) en los que se interpretan los eventos de acuerdo con los criterios señalados y se describe la situación con riqueza de detalles y, tan vívidamente, que el lector pueda tener una vivencia profunda de lo que es esa realidad.

Desde el surgimiento de la fotografía y el video, se habló en la investigación social de una etnografía mediada por la tecnología o mediatizada (Mosquera V., 2004); con la aparición de dispositivos digitales como la computadora, la Internet, los formatos mp3 y mp4 y el Messenger entre otros, se comenzó a hablar de la etnografía como una disciplina encargada de estudiar las relaciones sociales mediadas por las tecnologías digitales. Esta etnografía digital, ve a los dispositivos tecnológicos como elementos mediadores de las prácticas, entidades y sujetos sociales, modificando, a su vez, la manera en que la gente se interrelaciona. Esto ha demandado nuevos enfoques de las metodologías de investigación.

De hecho, varios estudios han utilizado el método etnográfico como estrategia de investigación para estudiar temas como la identidad, la sociabilidad en línea, el establecimiento de categorías online, reglas de comportamiento, resolución de conflictos, sentimiento de pertenencia al grupo y demás (Hakken, 1999; Hine, 2004; Beaulieu, 2004 y otros), adaptando las técnicas de observación y seguimiento a los diferentes aspectos de la vida social en la Red.

Con la Internet, tienen lugar nuevas dinámicas sociales (*cibercultura*) en un nuevo espacio de interacciones (*ciberespacio*), haciendo necesaria la creación y/o modificación de las herramientas enfocadas a su estudio. Manuel Andrés Mosquera (2008) recapituló las distintas líneas de la etnografía enfocadas al análisis de la Internet, entre las que se encuentran la *ciberetnografía* (Escobar, 1994), la *etnografía del ciberespacio* (Hakken, 1999), la *etnografía virtual* (Hine, 2004), la *antropología de los medios* (Ardèvol; Estalella & Domínguez, 2008), la *etnografía mediada* (Beaulieu, 2004) y la *etnografía de/en/a través de Internet* (Beaulieu, 2004).

Las anteriores definiciones, si bien parecen diferenciar los estudios etnográficos que ven en la Internet su objeto de estudio, y las que lo convierten en instrumento para producir material empírico, los límites entre ambos pueden volverse porosos cuanto más se avanza en el proceso de investigación (Ardèvol, Estalella & Domínguez, 2008). Es por eso, que en el presente trabajo se han empleado diferentes puntos de las propuestas etnográficas anteriores, con la finalidad de obtener un panorama más profundo sobre el impacto del uso de la Internet y de las RSV para las OSC.

Por ejemplo, de David Hakken (1999) quien en su libro *Cyborgs@Cyberspace* miró hacia el futuro de los estudios etnográficos en el contexto de las TIC e identificó el potencial del espacio digital en la construcción cultural de una nueva arena social, se rescataron algunos puntos propuestos para el estudio del medio virtual (Hakken, 1999: 7-11):

1. Las características básicas de las entidades que conforman el ciberespacio.
2. Las auto-identidades formadas por tales entidades.
3. Las relaciones micro sociales que éstas entidades construyen (ej. Con amigos y conocidos).
4. Las relaciones meso sociales (ej. en comunidad, regionales y relaciones de orden civil).
5. Las relaciones macro sociales (ej. relaciones nacionales o transnacionales).
6. Las estructuras políticas y económicas que las entidades en el espacio digital producen y reproducen y que las constriñen.

Estas características permitieron definir el terreno de las entrevistas acotándolas a la percepción de los informantes clave, sobre el papel de la Internet en las relaciones al interior de la organización y al exterior de la misma, con la sociedad y con la clase política.

De Hine (2004) se retoma cómo el contexto de la Internet interpone al menos tres categorías que posicionan a la Red como cultura: los cambios en el rol del tiempo y el espacio; la modificación en las comunicaciones y en el rol de los medios de comunicación social. De acuerdo a la autora, estas categorías si bien construyen y amplían el campo de la etnografía virtual limitan su estudio en su formato tradicional.

Los principios bajo los cuales se sustenta la importancia de la etnografía virtual (Hine, 2004: 80-82):

1) Tal como la etnografía explota la habilidad del investigador para relacionarse perceptivamente con su campo de estudio, la etnografía virtual *permite problematizar el uso de la Internet mediante la adquisición de sensibilidad en su uso.*

2) Los medios interactivos brindan la oportunidad de hacer etnografía sobre el ciberespacio. Estas tecnologías *muestran un alto grado de flexibilidad interpretativa*, puesto que se conectan con los entornos físicos que permiten su acceso, a la vez que dependen de tecnologías empleadas de modos particulares y según contextos determinados. Por éstas razones, los medios interactivos como la Internet pueden entenderse como cultura y como artefactos culturales.

3) A partir de las interacciones mediadas se puede reconsiderar la idea de una etnografía ligada a un lugar concreto o a múltiples espacios a la vez. De modo que *la etnografía de la interacción mediada puede pensarse como fluida, dinámica y móvil.*

4) Como consecuencia de lo anterior, el campo de estudio (acotado a un espacio físico) pierde relevancia, debido a que ni el análisis de la cultura ni el de la comunidad se encuentran directamente ligados a un lugar físico. De ahí que el objeto de investigación etnográfica pueda reformularse, para centrarse en flujos y conexiones en vez de en localidades y límites como principios organizadores.

5) Los límites no son asunciones *a priori*, sino que se exploran en el curso de la etnografía, por lo tanto, el reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran tales límites y conexiones, especialmente entre lo “virtual” y lo “real”. Esto arrastra la cuestión de saber cuándo detenerse, o hasta dónde llegar. Detener el proceso de incursión etnográfico es una decisión pragmática, debido a que el mismo objeto estudiado puede reformularse con cada decisión. El objeto etnográfico está delimitado por los límites del etnógrafo en términos de tiempo, espacio o ingenuidad.

6) Junto a la dislocación espacial viene la temporal. La etnografía virtual se vuelve un intersticio que permite la conjunción de varias actividades, tanto de investigador como de los participantes del estudio, debido a lo cual la inmersión en el contexto se vuelve apenas intermitente.

7) La etnografía virtual es parcial. Puesto que resulta imposible alcanzar una descripción global de cualquier informante, locación o cultura, nuestras descripciones pueden dirigirse por la relevancia estratégica para el análisis.

8) La etnografía virtual implica la inmersión personal en la interacción mediada, lo que adhiere el compromiso del etnógrafo con el medio como una nueva dimensión a la exploración del uso de

un medio en su contexto. En el trabajo etnográfico tanto las interacciones con informantes a través de la tecnología como las interacciones entre el etnógrafo y la tecnología son importantes.

9) Las tecnologías de la interacción permiten que las relaciones se desplacen o se sostengan a través de diferentes divisiones espaciales y temporales por lo que los informantes y el etnógrafo pueden aparecer dentro de la etnografía y a la vez, que estar ausentes. Todas las formas de interacción son etnográficamente válidas, de manera que la conformación de un objeto etnográfico posibilitado por tecnologías accesibles, es la etnografía *en* lo virtual, *de* lo virtual, y *a través* de lo virtual.

10) Esta etnografía no es virtual por carecer de cuerpo físico, sino que lleva consigo la connotación de “casi” pero no del todo de la realidad. De manera que la etnografía virtual se adapta según las condiciones a explorar las relaciones en las interacciones mediadas, aunque no sean “cosas reales” en términos puristas.

3.1.1. Las redes sociales como espacios de investigación

Ahora bien, para redirigir la mirada etnográfica hacia las RSV que es el “lugar” de interés en el que se inserta la presente investigación, se ha retomado a Murthy (2008: 845), quien apunta que la importancia de los portales de redes sociales reside en que:

- 1) Son ‘porteros’ virtuales con cadenas de ‘amigos’ quienes se vuelven potenciales informantes para el investigador.
- 2) Contienen vastas reservas de material multimedia incluso acerca de los grupos de movimientos sociales más marginales.
- 3) Los etnógrafos pueden ‘invisiblemente’ observar las interacciones sociales de los miembros de las páginas, observando datos etnográficos anteriormente no accesibles.
- 4) Las páginas pueden ser creadas por investigadores sociales con el propósito explícito de llevar a cabo investigación online (ej. Grupos focales que ven un video y lo comentan).
- 5) La estructura de las relaciones en los sitios web es un método útil de investigación en sí misma, en tanto el contenido, la dirección y la fuerza de las relaciones encadenan una aproximación muy fructífera

- 6) Las páginas pueden ser creadas por los investigadores sociales para diseminar información útil al público.

De aquí que el uso de la etnografía virtual para la recolección de datos sobre las interacciones sociales en el espacio digital, esté adquiriendo mayor popularidad en las investigaciones sociales contemporáneas, toda vez que no sólo los medios digitales y las plataformas electrónicas como las RSV adquieren mayor popularidad, sino también los formatos de hacer investigación se modifican e innovan en función del espacio y las características de los internautas.

Tan es así que la naturaleza de las comunicaciones por Internet puede sacudir la posición del investigador como autoridad que analiza y explica los fenómenos mediatizados en tanto unas veces lo sitúa en una posición de igual a igual con sus sujetos de estudio y otras veces lo ubica en una posición anónima en el campo de la investigación. De ahí que se ponga en cuestionamiento la posición y el tipo de participación que adquiere el observador de/en el medio virtual.

3.1.2. El análisis de contenidos y su aplicación en entornos virtuales

Ahora bien, la etnografía basada en el análisis de las interacciones online proporciona una gran cantidad de información en torno a sujetos de investigación que pueden encontrarse físicamente distantes. No obstante y como lo señala Sade-Beck (2004) éste tipo de investigación no puede ni debe ser la única fuente de información, ya que de serlo se corre el riesgo de obtener una visión parcial, limitada, desvinculada del "mundo real" en su referente físico y que media el desarrollo del fenómeno en cuestión. Por lo cual, y en aras de ser capaces de construir una "descripción densa" sobre el objeto de estudio siguiendo la propuesta de Geertz (1982), es necesario buscar y en su caso construir las herramientas que permitan explicar los procesos que cruzan los fenómenos de interacción y participación social existentes en el mundo físico para insertar su comprensión en lo virtual, para así explicar cómo las relaciones mediatizadas en el entorno digital convergen en un impacto social y político que trastoca ambas realidades (en el entorno físico y el virtual).

En éste sentido, también se ha incorporado a la investigación el análisis de contenido, el cual es una técnica de investigación cuantitativa que pretende extraer inferencias por medio de la

identificación sistemática y objetiva de las características de contenido que poseen los datos a analizar (Palacio & Díaz Noci, 2009). Éste tipo de análisis, aparentemente sencillo, depende más del grado de especificidad o de complejidad que cada cual quiera otorgar a su investigación particular, la cual, tras un proceso de categorización y posterior codificación de los datos, tratamiento estadístico incluido, permite extraer conclusiones amparadas en la medición de frecuencias de aparición de unos elementos que resultan de interés para el investigador. Por otra parte, parece ser una opción muy pertinente para las investigaciones de los portales virtuales e Facebook en tanto permite buscar relaciones entre los gustos y las prácticas sociales en la Internet.

Se dice también que el ciberespacio funda una ecología comunicacional, es decir, genera la sensación entre todos sus usuarios de compartir un colosal *hipertexto*¹ formado por interconexiones generalizadas que se retroalimenta continuamente (de Moraes, 2005). Aunque es importante aclarar que éste espacio digital no está divorciado de las realidades socioculturales existentes en el mundo físico pues, aunque en la práctica el usuario de la Red observe nuevas pautas específicas al entorno ciberespacial, en todo momento se mantiene una relación de complementariedad con el mundo “real” en el que se sitúan los usuarios.

Después de revisar estas perspectivas analíticas y su importancia para los estudios de caso, resulta pertinente incorporarlas al análisis social y político aquí propuesto en tanto permiten adoptar una nueva perspectiva cultural, donde Internet incorpora nuevas variables al análisis de procesos ya estudiados a fondo en su vertiente física como lo es participación cívico-política de la sociedad.

Atendiendo a ésta lógica, a continuación se ahonda en el debate teórico-práctico acerca de la importancia del análisis del uso y apropiación tecnológico, elementos que impactan a distintos niveles las prácticas de las organizaciones sociales, pero que además permiten apreciar las diferencias entre las viejas y las nuevas formas de participación cívico-políticas en el entorno digital.

¹ El hipertexto nos refiere al texto digitalizado, reconfigurado y fluido, compuesto por bloques de elementos unidos por lazos explorables en tiempo real en la pantalla. La noción de *hiperdocumento* generaliza a todas las categorías de los signos, el principio del mensaje en red móvil que caracteriza al hipertexto. Puede leerse más al respecto en Lévy (2007).

3.2. El análisis de la participación cívico-política: el uso y la apropiación de la Internet

Como ya se vio en el primer capítulo de ésta investigación, la participación cívico-política va más allá de las elecciones y de los partidos políticos para abarcar también otras formas de intervención que se expresan acorde a las necesidades individuales o colectivas. Esto hace los conceptos de participación política y cívica resbaladizos en tanto su significado suele adquirir diversas interpretaciones.

De acuerdo a Verba *et al* (1995), la participación política puede ser entendida como un comportamiento para influenciar en las acciones gubernamentales y afectar la toma de decisiones públicas. Esto incluye actividades tradicionales como votar, o trabajar para campañas políticas, donar dinero para los candidatos e incluso realizar actividades menos ortodoxas como salir a las calles a protestar o comprar productos por razones políticas. Por otro lado la participación cívica se define como la intervención en pro de la resolución de problemas al interior de la comunidad (en su sentido tradicional) y dicho comportamiento es susceptible a ser estudiado tanto en su carácter individual como colectivo.

La participación cívica incluye hacer actividades de voluntariado para ayudar a los “necesitados”, recaudar fondos para organizaciones no gubernamentales, participar haciendo servicio comunitario y/o adherirse para participar activamente en alguna organización social (Valenzuela, Park, & Kee, 2009).

De acuerdo a Valenzuela, Park, & Kee (2009) al incluir diferentes formas de activismo en la participación política y social, se reconoce que el dominio de las actividades políticas puede ser muy variado. Esto es, algunas personas pueden ser más políticamente comprometidas y/o tener menor compromiso cívico que otras; otras personas pueden preferir involucrarse en actividades de orden cívico, pero participar menos en materia de política; y habrá quienes se encuentran comprometidos política y cívicamente. Lo que demuestra que las fronteras entre el activismo cívico y el político son porosas (Valenzuela, Park, & Kee, 2009). Moy *et al* (2005) coinciden en que el compromiso cívico y la participación cívico-política son conceptos que van de la mano, debido a que al contar con niveles saludables de compromiso cívico se facilita la resolución de los problemas de la comunidad permitiendo a los ciudadanos dirigir sus intereses colectivos.

Ahora bien, si como Zaller (1992) señala, los medios de comunicación se vuelven marcadores de las intervenciones de la sociedad, entonces a partir del análisis de la Internet debería ser posible distinguir también los diferentes formatos que adoptan las prácticas y compromisos cívico-políticos de la ciudadanía.

La duda que surge al respecto se refiere a cómo o qué se debe observar en la Internet para comprender las prácticas cívicas y política de la ciudadanía. Para ese fin a continuación se presentan dos modelos a partir de los cuales es posible establecer diferencias sobre las prácticas en la Red las cuales van dadas de acuerdo a su uso y de acuerdo al nivel o grado de apropiación de dicho medio de comunicación digital.

3.2.1. Uso y apropiación de la Internet para el análisis de las prácticas de las OSC

En materia del uso que se hace de la Internet, Moy *et ál*, (2005) presentan una propuesta sobre las dimensiones que adquiere dicho término en relación a las facetas del compromiso y la participación cívica. Para ello examinan los efectos de los usos específicos de la Internet de acuerdo a distintas variables, con el propósito de obtener una visión integrada acerca de cómo las actividades mediatizadas por la Internet se mezclan y/o entrecruzan con otros aspectos de la vida cotidiana.

La propuesta de Moy *et ál*, (2005:572) se dirige como una crítica a los estudios “tradicionales” que han pretendido explicar la relación entre el uso de los medios de comunicación y el compromiso cívico. De acuerdo a estos autores, los estudios tradicionales han generado al menos dos perspectivas erradas en torno al análisis del “uso” social de la Red:

- Los estudios en torno a su *uso* entendido como el *tiempo empleado en la Internet*. Esta propuesta se enfocó en comprender cuánto de ese tiempo (medido normalmente en horas de uso) estaba relacionado a formas tradicionales de compromiso cívico. Para ello emplearon modelos tradicionales de investigación en torno a los efectos de la exposición a la Internet, concluyendo que su uso era capaz de influenciar el compromiso cívico de manera negativa al desplazar el tiempo que anteriormente era usado para la interacción cara a cara. Moy *et ál*, (2005:572) se contrapusieron a tal esquema al considerar que el

uso de la Internet propiciaría contrariamente una relación positiva con las formas tradicionales de compromiso cívico (como lo son la participación cívica, la asistencia pública y la generación de interacciones de tipo físico y virtual), lo cual permitiría aseverar que a través del contacto mediatizado digitalmente se estaría gestando un sentimiento de comunidad. Esto derivaría en usuarios de Internet políticamente más activos.

- Aquellos estudios que entienden el *uso* de la Red a partir de *la experiencia que se tiene con el medio digital* (medible en años de uso). De acuerdo a ésta postura el impacto de la Internet cambia con base en la experiencia que tienen los usuarios sobre sus distintos usos y aplicaciones. Por ello, consideran que está positivamente asociado a las formas tradicionales de compromiso y participación cívica (que incluyen el involucramiento político y social, la interactividad y la confianza social). El comportamiento político en línea refleja la participación política y organizacional y las actividades que construyen capital social y que aumentan con la experiencia. Sin embargo Moy *et ál*, (2005) consideran que la experiencia con la Internet es un factor importante que no sólo afecta qué tanto se usa la Red sino cómo se usa.

Moy *et ál*, (2005) lanzan una última propuesta para entender el uso de la Internet como *un concepto multidimensional*. De acuerdo a ésta tercera postura, debido a la complejidad de la Red y a la variedad de usuarios y de aplicaciones que se entrecruzan en su interior, resulta imperioso tomar en consideración tanto los patrones como las horas de uso encaminadas al compromiso cívico. De acuerdo a estos autores el compromiso cívico puede abarcar tanto la participación cívica, social y la adherencia a grupos u organizaciones. No obstante, y como ya se vio con Valenzuela, Park, & Kee (2009) las fronteras que en la actualidad delimitan a las prácticas políticas cívicas son borrosas, lo cual se presenta como un horizonte de oportunidad para analizar los cruces entre ambas prácticas.

Otro enfoque retomado en éste trabajo para analizar el ejercicio de las prácticas cívico-políticas surgidas en la Internet es el tiene que ver con el nivel de apropiación de los dispositivos tecnológicos por parte de la ciudadanía.

Para Delia Crovi Druetta (2008) el significado del “uso” que se ha hecho de las TIC, entendido como el empleo habitual y continuo de un artefacto tecnológico, dice muy poco sobre cómo y

para qué se usa dicho artefacto. Por tal motivo, la autora señala la necesidad de adoptar una postura de análisis que tome en cuenta la dimensión práctica del empleo tecnológico. De acuerdo a Crovi Druetta (2008) conocer las trayectorias del uso tecnológico por parte de los ciudadanos de manera individual o al interior de un grupo social es crucial para determinar el verdadero significado de tal concepto.

Siguiendo su propuesta, lo más óptimo para entender la forma que adopta el “uso” de la Internet es analizar la trayectoria de su apropiación. El estudio de la apropiación desde una perspectiva psicológica se desprende de los planteamientos de Vygotsky(1989) y su teoría histórico-cultural.

Vygotsky(1989) quien analizó los orígenes de los procesos psicológicos humanos, a partir de identificar un proceso de interiorización, sostuvo que el desarrollo intelectual del individuo no puede comprenderse sin una referencia al mundo social en el cual el está inmerso el ser humano. De acuerdo a éste autor, el desarrollo debe ser explicado no sólo a partir de la interacción con los otros en un contexto social dado, sino que debe incluir la mediatización intelectual de instrumentos generados socio-históricamente, que para el interés de la investigación serían la Internet y las RSV.

Retomando el planteamiento de Vygotsky (1989), Alexei Leontiev (1983) introdujo el término “apropiación”, para referirse a las particularidades de los procesos culturales que permiten superar la noción de interiorización o asimilación de un objeto o un evento mediante una estructura cognitiva. Cuando se apropia uno de algo señala Leontiev (1983), se establece un plano interior acerca la situación social dada, reproduciendo aptitudes históricamente formadas y desarrollando las facultades necesarias para encarar dicho proceso.

La apropiación, se da mediante la interacción social y a partir del contacto con los objetos y fenómenos del entorno, por lo que puede considerarse que la apropiación de la Internet y de las RSV se concreta en un ámbito socio-histórico específico, en el cual el individuo tiene acceso a las herramientas tecnológicas, pero además cuenta con las habilidades para usarlas de manera estratégica, por lo que estas se convierten en elementos importantes para la realización de sus actividades cotidianas y pasan a formar parte de sus prácticas sociales cotidianas.

Para Rogoff (1993), el individuo se apropia de los procesos sociales en los que participa de un modo activo, a través de la participación guiada en diversos escenarios socioculturales. De manera que, en términos generales, el proceso de apropiación implica el dominio de un objeto que bien puede ser la Internet o más específicamente las RSV, pero también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y el sentido cultural del conjunto.

En el campo de las comunicaciones, siguiendo la perspectiva de la apropiación del medio digital uno de los teóricos más destacados en la materia ha sido Cees J. Hamelink (2000) quién propuso el término de capital informacional para atender:

“la capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de éstas redes y la capacidad intelectual para filtrar y envolver la información; así como la motivación activa para buscar la información y la habilidad para aplicarla a las situaciones sociales” (Hamelink, 2000:91).

Marí Sáez (2007) retoma el trabajo de Hamelink (2000) y desarrolla a profundidad el término de apropiación el cual va dirigido a analizar la capacidad de incorporar la tecnología a partir del bagaje cultural y social que se tiene (cosmovisiones, imaginarios, lógicas de funcionamiento y organización). En éste sentido, el autor resalta que la capacidad de apropiarse del medio digital va a estar determinado por los objetivos propios del usuario. Es decir, para analizar las prácticas en los espacios electrónicos se debe primero prestar atención al fundamento de los proyectos ahí propuestos, esto es lo que marcará los usos de las herramientas comunicativas y no viceversa. Como recapitula Sáez (2010) a partir de éste enfoque, la tecnología deja de ser lo principal para dar pie al análisis de los formatos en que ésta es empleada para reproducir a los sujetos y a sus subjetividades, de ahí que sea posible establecer una clasificación de acuerdo a los distintos niveles en que se encuentre el proceso de apropiación tecnológica (Marí Sáez, 2007: 8-10):

1. En primer lugar el acceso a las herramientas, a las infraestructuras necesarias (energía eléctrica, líneas telefónicas, ordenadores, software).
2. Un segundo nivel, el instrumental, se refiere a la formación necesaria para manejar los equipos y los programas informáticos.
3. El tercer nivel de apropiación de las TIC, habría de permitir además:

- Relacionar el empleo de la tecnología con los procesos de cambio social.
- Descubrir las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información para el trabajo en red: horizontal, participativo y flexible.
- Finalmente, articular mecanismos para el procesamiento y aprovechamiento de la información que fluye por la Red, para aplicarla en situaciones reales y concretas.

Aplicado al análisis de las OSC, Frissen (2003) hace referencia a dos modelos contrapuestos de uso y apropiación bajo el nombre de *enfoque instrumental* y *enfoque orgánico*. El primero de ellos implica el uso de la Internet como herramienta, en función del trabajo de la organización. Este uso no tiene un especial impacto en la entidad, ni consigue transformar su modo de funcionar, sino que se suma a los patrones de funcionamiento de la organización.

Por el contrario, el enfoque orgánico lleva a utilizar la Red como una plataforma desde la que se inician nuevas actividades y nuevas relaciones. En este caso se produce una transformación significativa en la organización cuyo impacto se ve reflejado en la forma en que ésta se estructura y opera (Frissen & Bockxmeer, 2001: 74) y en el tipo de redes que constituye con otras organizaciones e individuos.

3.3. Conclusiones

En el presente capítulo, se han mostrado las distintas propuestas de análisis antropológico y social para el estudio y la comprensión de los fenómenos existentes en el espacio digital. Dentro de las propuestas, se planteó la importancia de utilizar el método etnográfico como herramienta metodológica útil en la observación y posterior análisis del espacio digital y se mencionaron las distintas variantes que la etnografía ha para acoplarse a la investigación de la nueva ecología comunicacional generada propugnada por Internet.

Más adelante, se explicó la importancia para esta investigación de emplear dos variables para interpretar el tipo de relaciones surgidas en el espacio digital: el uso y la apropiación de la Red. El uso de la Internet se refiere al empleo del medio digital como una herramienta de comunicación, que permite observar si la tecnología digital mantiene los escenarios de

comunicación e interacción social preexistente. Mientras que la apropiación o uso estratégico del espacio digital, da cuenta de nuevas opciones en el desenvolvimiento social mediatizado.

Lo anterior es aplicable a la Red en general y a las RSV como Facebook y Twitter, que en su uso cotidiano permiten comunicar y compartir información a través de distintos formatos como lo son las fotos, los videos, los hipervínculos o simplemente los comentarios y opiniones vertidos textualmente en ellas. Pero que también funcionan, mediante su uso más estratégico, para participar en comunidades organizadas de acuerdo a intereses particulares o emplear el conjunto de aplicaciones que complementan las funciones básicas de Facebook y que aportan un abanico nuevo de funciones, tanto lúdicas como profesionales (Generalitat de Catalunya, 2012).

Por ello en los dos capítulos subsecuentes se da cuenta de los tres casos estudiados, organizaciones de la sociedad civil en México, las cuales dan cuenta en un primer punto de la distinción en el proceso de uso y apropiación del medio digital a partir del análisis del tiempo que llevan empleando la red y la finalidad con la que la utilizan. Mientras en un segundo momento se contrastan tales perspectivas con la visualización y medición de las interacciones presentes en la red virtual Facebook.

CAPÍTULO 4. ORGANIZACIONES SOCIALES E INTERNET EN MÉXICO: CASOS DE ESTUDIO

Hasta aquí, se ha intentado acotar la comprensión de un fenómeno de impactos socio-culturales tan vasto como lo es Internet y las RSV en lo que respecta a las prácticas cívico-políticas de la sociedad. Para ello se ha comenzado señalando parte de la importancia de Internet como producto cultural, esto visto desde la perspectiva teórica del análisis político y social de sus alcances. También se han distinguido algunas de las implicaciones de su uso en la sociedad por lo que se ha acotado el campo de análisis a las prácticas de las Organizaciones de la Sociedad Civil. De igual forma se ha trazado una radiografía del perfil de usuarios de Internet y de RSV en México, lugar de ubicación de los casos de estudio. Posteriormente, se ha ahondado en la propuesta analítica de distinguir los distintos niveles que componen el uso y apropiación que las organizaciones y la sociedad hacen de la Red y se han mencionado las herramientas de análisis social y cultural aplicables para su observación. Ahora toca el turno de presentar la selección de casos, mismos que dan cuenta de algunas de las tendencias prácticas del empleo de Internet, también se señalará el impacto y los alcances de Internet para los que laboran al interior de cada organización.

4.1. Población y fuentes de análisis

Se buscó seleccionar organizaciones sociales mexicanas, para lo cual se empleó como un primer criterio de definición de la muestra que las organizaciones elegidas tuvieran una presencia activa en el espacio digital, es decir, que contaran con página web y utilizaran redes sociales virtuales para interactuar o informar a su público objetivo de sus actividades y temas de interés.

Para definir la muestra se partió de la consulta de fuentes primarias de referencia, entre las cuales se encuentran: la base de datos de OSC en México registradas ante en el Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol), organismo federal que ayuda a “crear, capacitar, profesionalizar y fortalecer a las OSC para que tengan reconocimiento ciudadano y legitimidad social” (Indesol, 2012); el Informe Analítico del Índice de CIVICUS de la Sociedad Civil (Centro Mexicano para la Filantropía A.C.; Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo A.C.; Gestión

Social y Cooperación A.C., 2011) y el Compendio Estadístico del sector No Lucrativo 2011 (Reynoso López, 2012).

Sin embargo, aunque estos compendios sobre las organizaciones mostraban un panorama general del número estimado de OSC en México, únicamente el Informe Analítico del Índice CIVICUS de la Sociedad Civil incorporaba como una de sus variables de análisis, el manejo tecnológico y de Internet por parte de la sociedad organizada. No obstante, en este documento únicamente se tomó en consideración a la tecnología como una de las seis sub-dimensiones establecidas para medir el nivel de organización al interior de las OSC¹, en lo referente a los Recursos Financieros y Tecnológicos con que cuentan las organizaciones, y que “busca medir la base financiera y el acceso a tecnologías como internet, teléfono, fax por parte de las OSC” (Centro Mexicano para la Filantropía A.C.; Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo A.C.; Gestión Social y Cooperación A.C., 2011: 32).

Gracias a esta sub-dimensión fue posible establecer un estimado sobre “el grado de adecuación de los recursos con que cuentan las OSC para la realización de sus actividades, y analizar la medida en que las organizaciones tienen acceso o disponibilidad a teléfono, fax, Internet, correo electrónico y computadoras” (Centro Mexicano para la Filantropía A.C.; Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo A.C.; Gestión Social y Cooperación A.C., 2011: 35).

De acuerdo a los resultados de dicho estudio, las OSC mexicanas obtuvieron una calificación relativamente alta, en tanto más de la mitad de ellas (el 65.9%) mencionó tener acceso a teléfono y computadora. Sin embargo un porcentaje del 34% de las OSC señaló no contar con conexión a Internet.

Si bien, la información recabada permitía tener un conocimiento aproximado sobre el número de organizaciones de la sociedad civil en México y su capacidad de acceso tecnológico y a Internet, a partir de ésta información, resultaba imposible establecer un panorama global de las organizaciones con un uso activo de Internet y de RSV. Por tal razón, se procedió a emplear la técnica de bola de nieve, que consistió en seleccionar un primer caso aleatoriamente, una

¹ Las subdimensiones propuestas en el Informe Analítico del Índice CIVICUS de la Sociedad Civil son: Gobernanza Interna, Infraestructura de apoyo, Comunicación Sectorial, Recursos Humanos, Recursos Financieros y Tecnológicos, y Vínculos Internacionales (Centro Mexicano para la Filantropía A.C.; Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo A.C.; Gestión Social y Cooperación A.C., 2011: 32).

organización que empleara Internet para coordinar e informar acerca de sus actividades y que pudiera nominar a otras organizaciones que compartieran las mismas prácticas.

Debido a que esta investigación se enfocó en el uso y apropiación de Internet, no se cuestionó a la organización cero (aquella elegida al azar) sobre el conocimiento de otras organizaciones que emplearan en sus prácticas Internet y redes sociales virtuales. Fue a través de la información y de los hipervínculos que esta primera organización presentaba en su página web que se comenzó una clasificación de dónde se desprendieron más de sesenta organizaciones sociales con diferentes líneas de trabajo, pero cuya presencia constante y cuyas prácticas o productos en Internet motivaban a la ciudadanía a interactuar con la organización en el espacio digital.

Dado que entre los objetivos centrales de este trabajo se encontraba comprender los niveles de uso y apropiación de los medios electrónicos por parte de las OSC con base en un análisis empírico, la muestra general de organizaciones se clasificó siguiendo la propuesta de Frissen & Bockxmeer (2001: 236) a partir de identificar en cuál de los 3 núcleos de interés propuestos se encontraba cada caso:

- Capital Social: el principal interés de la asociación es fortalecer la confianza, las normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad mediante la facilitación de acciones coordinadas (Putman, 1994: 212), para ello se construyen redes o plataformas en torno a temas, intereses u objetivos particulares.
- Fomento de la Opinión Pública: se enfoca en “movilizar a la población en pro de la acción colectiva (que puede incluir acciones políticas cuyo fin último es incidir en la toma de decisiones)” Frissen & Bockxmeer (2001: 236).
- Influencia en los procesos políticos: la organización busca generar propuestas de índole social que tengan un impacto en la toma de decisiones y en las agendas gubernamentales.

Además, se catalogó a las organizaciones de acuerdo al espacio aparente en el que se coordinaban sus actividades con mayor frecuencia, entre aquellas cuya participación recaía en:

- El espacio físico- organizaciones estables en el espacio físico con incidencia en su estrategia de comunicación mediante el empleo de medios digitales.
- En el medio digital- cuya estrategia de trabajo se prioritariamente en el empleo de Internet y RSV.

A partir de dicha distinción, se entabló un primer contacto con once organizaciones sociales tres de las cuales tenían un origen en el espacio digital y ocho en el espacio físico, con la finalidad de que aceptaran participar en ésta investigación accediendo además a otorgar una serie de entrevistas y a autorizar que sus portales de Facebook fueran seguidos durante un periodo establecido de tiempo a fin de conocer las prácticas cívico-políticas ahí recurrentes. Se obtuvieron siete respuestas positivas, sin embargo debido a que algunas organizaciones expresaron no tener tiempo para otorgar entrevistas durante el periodo programado por El Colegio de la Frontera Norte para hacer trabajo de campo, se optó por trabajar únicamente con tres organizaciones que además del tiempo para entrevistas y monitoreo permitían ejemplificar, de acuerdo a los tres diferentes núcleos de interés, un espectro diferenciado del uso de la Red²:

Tabla 1 Organizaciones Seleccionadas de Acuerdo al Núcleo de Interés y Origen

	Origen en el Espacio Físico	Origen en el Espacio Virtual
Capital social	Centro Mexicano para la Filantropía	
Opinión Pública	Sociedad en Movimiento	
Influencia de Procesos Políticos		Reacciona Tijuana

Nota: La presente clasificación se basa en el criterio de distinción de casos propuesto por Frissen & Bockxmeer (2001) y toma en consideración la primera revisión sobre la información contenida en las páginas web y en las RSV de cada organización.

Se procedió a entablar comunicación con las organizaciones y se eligieron algunos informantes clave, que bien trabajaban como *community managers*³ y/o conocían los procesos y estrategias tecnológicas de la organización. De ésta forma fue posible realizar 7 entrevistas (ANEXO 1) y la observación y descripción densa de las páginas web y las RSV de cada organización gracias a las cuales se logró identificar el uso y apropiación tecnológica (en Internet y en RSV) de cada organización.

² Los casos no se presentan de acuerdo al orden en el que fueron elegidos, sino que dicho orden corresponde al tiempo de uso de cada organización sobre Internet. Por tanto, el primer caso es el que tiene un pasado más lejano de uso de Internet, mientras que el último caso obedece a un pasado mucho más reciente.

³ El *community manager* es el encargado de elaborar los contenidos distribuidos en el portal web y en las rsv de la organización.

El *uso* de Internet por parte de la organización se valoró tomando en cuenta la difusión de contenido multimodal (video, música, texto) actualizado en el portal web respectivo. Mientras que el *uso* de RSV se estableció como el empleo de un manejo interactivo de las redes para comunicar y compartir contenidos multimodales tanto de la organización analizada (cada uno de los tres casos por separado) como de sus redes de organizaciones y de sus seguidores respectivos. Por otra parte la *apropiación* de Internet se estableció a partir del uso estratégico del espacio digital, que para el caso de las organizaciones se entendió como un uso que traspasara la difusión de información para plantear el otorgamiento de servicios o de comunicación a otras organizaciones y a los ciudadanos. En las RSV la apropiación refirió al otorgamiento de respuestas inmediatas a los seguidores de cada organización y al empleo de aplicaciones complementarias a las funciones básicas de Facebook para fomentar el contacto continuo y la interacción (que como se muestra en el próximo capítulo, puede medirse a partir del número de comentarios, respuestas, likes y comparticiones publicadas).

4.2. Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)

El primer caso, fue el Centro Mexicano para la Filantropía A.C., que de acuerdo a su página web se adscribe como una asociación civil privada, no lucrativa, sin filiación a partido, raza o religión, fundada legalmente 7 de diciembre de 1988, en el Distrito Federal (Indesol, 2012). Su misión es promover y articular la participación *filantrópica*⁴, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, en pos de una sociedad más equitativa, solidaria y próspera (Cemefi, 2012). Y su trabajo está orientado a mejorar el entendimiento y la percepción del gobierno, de los tomadores de decisiones y del público en general sobre las actividades y características del valor público y social del sector filantrópico. Dentro de sus compromisos institucionales plantea reconocer en los ciudadanos el derecho y la responsabilidad sobre el conjunto social a partir de promover la participación de las personas y las organizaciones sociales en el desarrollo de la sociedad.

Cemefi cuenta con una gran red de más de 1200 organizaciones afiliadas y maneja dos grandes líneas de trabajo: la difusión de las acciones filantrópicas de las organizaciones adscritas a

⁴ Entendida como toda acción generosa y voluntaria que se realiza en beneficio de la comunidad, sin ánimo de lucro ni interés particular.

Cemefi y la promoción de la responsabilidad social empresarial (Empresa Socialmente Responsable, ESR). La mayor parte de los socios de Cemefi son empresas quienes a su vez participan del programa de responsabilidad social empresarial (Cemefi, 2012). Además Cemefi cuenta con una fuerte estrategia de comunicación en la cual recae la promoción filantrópica que realiza la institución. Por ello, Cemefi cuenta con un Comité de Comunicación que es el encargado de fortalecer la intercomunicación entre las instituciones del sector no lucrativo con el fin de incrementar su visibilidad y presencia en la sociedad (Cemefi, 2012).

Cemefi es pionera en México⁵ sobre el manejo y difusión de contenidos a través del espacio digital, y fue de las primeras organizaciones en crear su propio portal electrónico el 7 de agosto de 1996 (Who.is, 2012). Este espacio ha sido empleado por la organización como plataforma para dar a conocer, a gran escala, su estructura organizacional, así como sus programas y servicios, entre los que se incluyen invitaciones a participar de convocatorias y eventos gestionados tanto por Cemefi como por las organizaciones afiliadas a esta.

Hasta hace pocos años el programa de comunicación y el área informática en Cemefi se encontraban desincorporadas, motivo por cual en el año 2010 estas áreas sufrieron un reajuste estratégico, el cual buscó alinear el trabajo en medios digitales al programa de comunicación de la organización a manera de generar propuestas estratégicas de trabajo sobre tales plataformas tecnológicas (Reynoso López, 2012). Como resultado fueron asignadas dos personas para el trabajo en redes sociales virtuales y la gestión y desarrollo de los contenidos del portal web. Además para el mismo año en Facebook y Twitter ya existían diversas cuentas apócrifas, realizadas extraoficialmente por algunas áreas de Cemefi, por lo que durante el reajuste en materia de comunicación institucional se gestionó la creación de la primera página oficial de la organización, la cual vio la luz el 22 de agosto del 2010 para informar sobre las actividades concernientes al Congreso de Investigación sobre el Tercer Sector, evento organizado por el Cemefi anualmente (Cemefi).

De ahí en adelante, la tarea fundamental en el manejo de redes sociales se dirigió a emplear estos espacios digitales como canales de difusión, buscando que los contenidos difundidos a través de estas plataformas llevaran a los “amigos” o seguidores del perfil de Cemefi en Facebook y

⁵Se recordará que el uso público de Internet en México se abrió en el año 1995, pues antes de esa fecha sólo algunas instituciones educativas y dependencias gubernamentales tenían acceso a la Red.

Twitter hacia la página de Internet de la institución. También dentro del programa de comunicación se buscó apoyar a las organizaciones nacionales e internacionales afiliadas dándoles difusión en medios electrónicos y escritos, permitiéndoles aprovechar la audiencia de Cemefi en las redes para la propagación de sus actividades y eventos.

De acuerdo a Ricardo Reynoso López (2012), Coordinador de Comunicación, el flujo de usuarios, entendido como los “amigos” y “seguidores” de las cuentas y perfiles de RSV de Cemefi y el flujo de interacciones mediante “comentarios” y “réplicas” en los espacios digitales antes mencionados han ido adquiriendo una constante, sin mostrar mucha fluctuación⁶. Sin embargo, como también lo expresó el Coordinador de Comunicación, donde se ha visto una variación significativa es en el flujo de solicitudes para la difusión y publicación de contenidos en los portales web y RSV de la organización por parte de organizaciones externas. Mientras que en la página web las solicitudes de publicación han descendido, las mismas se han incrementado en Facebook y Twitter. Como posible explicación al respecto, se sugiere la dificultad para publicar en el portal de Cemefi debido al requisito previo de ser miembro de la organización, mientras que en Facebook, por tomar un ejemplo, el filtro de aprobación sobre las publicaciones es que no se trate de anuncios clasificados sino de anuncios de eventos, campañas o talleres.

Para Cemefi la Internet y las RSV funcionan como canales de difusión de contenidos y de comunicación digital en los que, en menor medida, es posible la interacción entre las organizaciones y los ciudadanos interesados en el trabajo de Cemefi. De ahí que para el Cemefi la utilización de la Red y de las redes sociales se haga cuidando no crear falsas expectativas entre los seguidores de la organización quienes pudiesen pensar que a través de las diferentes plataformas digitales pudieran inscribirse a eventos o realizar consultas al personal por área temática cuando esto aún no es posible debido a que el personal dedicado a gestionar estos espacios digitales resulta insuficiente⁷.

Si bien Cemefi da cuenta de poseer desde hace más de 15 años la infraestructura tecnológica adecuada para conectarse a la Red, se observa en su portal web y en el manejo de RSV una

⁶ Sin embargo y como se observará más adelante lo que impera en las RSV (cuando a éstas se les da seguimiento mediante publicaciones y réplicas constantes) son las bruscas fluctuaciones de acuerdo a los temas de interés de los “amigos” y “seguidores”.

⁷ Surman y Reilly (2005) plantean como uno de los principales inconvenientes para que las organizaciones se apropien de la Red la falta de personal dedicado de tiempo completo a dar respuesta y seguimiento a los comentarios y respuestas vertidos en los portales web y en las redes sociales.

subutilización de las tecnologías digitales, que consiste en que estas herramientas son empleadas en mayor medida como folletos virtuales informativos, como álbumes y como agendas de eventos que como plataformas de información actualizada y de producción de contenidos interactivos. Motivo por el cual, en muchos de los casos, se desconocen los alcances más básicos de Red.

Ahora bien, de acuerdo a las entrevistas recabadas y al estudio del portal web y de los perfiles de Facebook de la Cemefi, resultó perceptible que con el empleo de Internet y de las RSV la organización ha buscado ampliar su visibilidad ante otras organizaciones y maximizar sus canales de comunicación, trasladándolos del espacio físico al espacio virtual. Aunque al centrarse en estos dos objetivos ha terminado desaprovechando gran parte del potencial ofrecido por los medios digitales para fomentar la interactividad y la participación entre organizaciones y con la ciudadanía.

Sin embargo Cemefi (2012b) también muestra un amplio potencial de apropiación del medio tecnológico puesto que en general ya cuenta con la infraestructura tecnológica para adentrarse de lleno en el entorno digital. Además la organización ofrece, a través de su página, una serie de servicios y vínculos que dan cuenta de un buen uso estratégico del medio digital como lo son el portal del distintivo de Empresa Socialmente Responsable, uno de sus proyectos prioritarios; el Directorio de Instituciones Filantrópicas, abierto para su consulta online y que ofrece la ventaja de poder establecer filtros de búsqueda de acuerdo al tipo de organización, al estado en el que se encuentra y a los destinatarios que atiende; el Directorio de Consultores Acreditados Especializados en Instituciones de la Sociedad Civil, que funciona como un medio de consulta avalado por la Cemefi. También cuenta con una cantidad numerosa de proyectos en proceso de desarrollo, como el Directorio de Donantes en línea, el Portal de Indicadores de Institucionalidad y Transparencia y una serie más de elementos que se pretende incorporar de forma integradora al portal web de la organización (Cortés Vázquez, 2012; Cemefi, 2012).

4.3. Sociedad en Movimiento (SenM)

Sociedad en Movimiento es una organización iniciada en 2005, que se planteó como un movimiento social en pugna por la consolidación de valores democráticos en la sociedad

mexicana (SenM, 2012a). En la actualidad SenM está constituida como una Asociación Civil sin fines de lucro y se autodefine como apartidista, incluyente, no lucrativa, y sin preferencia por religión alguna. Está enfocada en la formación de capital social entre la sociedad civil para adquirir capacidad de influencia en la realización de políticas públicas en aras de un México más prospero, libre y justo (SenM, 2012a).

Como proyecto para el fortalecimiento de la ciudadanía, busca incentivar el involucramiento y el compromiso social, y motivar el ejercicio de los mexicanos como agentes de cambio, siguiendo la premisa de que “todos los actos sociales tienen incidencia en la política pública” (Alonso González, 2012).

SenM maneja programas de trabajo a dos escalas: en la escala macro genera, junto con otras organizaciones y empresas, propuestas de debate para el fortalecimiento de la ciudadanía, el involucramiento en la agenda política y el compromiso social; y en la escala micro se enfoca en propiciar el contacto y la participación ciudadana en los distintos proyectos de la organización. Y ambas se rigen por el principio de trabajo en colaboración “Unidos en lo esencial” para la construcción de una ciudadanía responsable y participativa.

Con cerca de 1,500 organizaciones adheridas, SenM cuenta además con 8 capítulos ciudadanos que representan los ideales de la organización en Monterrey, Guadalajara, Querétaro, Ixmiquilpan, Puebla, Mérida, Nezahualcóyotl y Ciudad Acuña, y actúan a un nivel micro de la sociedad buscando la generación de alianzas académicas y de investigación (Alonso González, 2012). Trabaja de acuerdo a un Consejo integrado por 25 organizaciones entre las que se encuentran la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), el Colegio de Ciencias Políticas de la Universidad Iberoamericana (UIA), el Consejo Nacional Agropecuario, Suma por la Educación, Rotarios de México entre otras. Además de cerca de 10, 000 personas físicas afiliadas (SenM, 2012a).

SenM se caracteriza por haberse subido a la ola Internet el 21 de Mayo de 2009 (Who.is, 2012) y desde entonces haber generado toda una serie de iniciativas de apropiación del espacio digital. Desde el trabajo al interior de la organización, Internet ha favorecido la presencia de SenM en nuevos espacios –virtuales- y ante una audiencia plural.

Como parte de la estrategia de acercarse a la sociedad por todos los medios posibles –físicos o virtuales- para hacerle saber de qué se trata el trabajo de la sociedad civil organizada, SenM ha encontrado en la Internet y en las RSV espacios idóneos para la difusión de sus contenidos y para la realización de sus objetivos como organización. En el medio digital, SenM ha generado foros y páginas específicas de debate que permiten generar y fortalecer los vínculos con la sociedad mexicana, como por ejemplo:

- Debate México Pemex, esta propuesta se lanzó en 2008 y se apoyó en la creación de un portal con foros de debate sobre la reforma energética, el manejo de Pemex, de sus sindicatos, la transparencia al interior del organismo petrolero entre otros. Se realizó un sondeo de opinión a los visitantes a la página y se publicaron diversos artículos sobre el papel de la inversión petrolera y los resultados levantados por algunos organismos como GEA-ISA y Consulta Mitofsky (SenM, 2012c);
- México a Debate, ejercicio que a través de la discusión informada –tanto de manera presencial como coordinada en el entorno virtual- ha buscado acercar a la ciudadanía a los grandes temas de la agenda colocándola en el centro de la construcción de un futuro más promisorio para todos los mexicanos (SenM, 2012b);
- Proyecto de la Encuesta Buen Ciudadano, propuesta innovadora que desde 2009 invitó a la ciudadanía a plantear una serie de preguntas a los partidos Políticos, en 2010 sobre la reforma política y en 2012 a los candidatos a la presidencia de México y a la Jefatura de Gobierno en el Distrito Federal. En este último ejercicio, se recabaron los cuestionamientos durante Enero y Febrero (6,201 para la Presidencia y 1155 para Jefe de Gobierno) y se depuraron en 12 preguntas las cuales fueron dirigidas a los candidatos entre los meses de marzo a junio. Las respuestas obtenidas fueron hechas públicas en la página web de la organización, en las RSV y en algunos otros medios de comunicación como diarios y programas radiofónicos (SenM, 2012d).

Lo anteriores son sólo algunos de los numerosos eventos coordinados por esta organización, mismos que dan cuenta de una constante generación de contenidos y proyectos estratégicos basados en el empleo de Internet. A estas elementos, se le sumarían las redes sociales como Facebook en el 2009 y en el 2010 Twitter, por contar sólo a las dos redes sociales interactivas más importantes en México (Alonso González, 2012).

Por su parte, las redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube le han permitido establecer un primer contacto con la sociedad para ofrecer contenidos de interés público sobre temas políticos como las elecciones, los candidatos y demás propuestas políticas. Estos espacios han funcionado como *stands* virtuales, en donde se presenta parte de la amplia gama de servicios y actividades organizadas por SenM y que busca redireccionar a los visitantes y seguidores a las páginas de los principales proyectos de la organización (Benítez Ponce, 2012). De acuerdo al *community manager* de SenM, la intención es utilizar las redes sociales “como oficinas virtuales, que deben visitarse, atenderse para que la gente sepa en qué consiste el trabajo de la organización” (Benítez Ponce, 2012), lo cual indica un uso estratégico de estos medios virtuales que no sólo funcionan como pizarras de comunicación interactiva, sino que permiten que los seguidores de la organización interactúen con el personal, se informen y participen de las actividades a las que se les convoca a través de estos medios.

Además la presencia de SenM en las redes sociales complementa el trabajo de comunicación de la organización, que consiste en un contacto social de manera directa, a partir de visitas a las escuelas y universidades para llevar conferencias, poner stands y hacer la presentación sobre el trabajo de Sociedad en Movimiento.

El principal inconveniente para el mejor provecho de estas herramientas digitales, no es la falta de infraestructura tecnológica, ya que a partir de una computadora o un smartphone es posible crear y publicar la información de la organización, sino que el problema sustancial radica en que sólo hay una persona encargada de coordinar las actividades y publicaciones en estos medios. De forma idónea el encargado de redes sociales debería poder dar una respuesta a cada mensaje publicado por los seguidores de la organización, con el fin de incrementar el tráfico de visitantes en las páginas de SenM (Benítez Ponce, 2012); además tendría que llevar un seguimiento continuo de las publicaciones y los mensajes en redes sociales para conocer el perfil de la audiencia que sigue a la organización en el medio digital y así poder crear contenidos atractivos para esta (Generalitat de Catalunya, 2012).

Dentro de los retos y perspectivas a futuro sobre el manejo de la tecnología digital, SenM reconoce que debe llevar la participación social mediatizada a un segundo nivel donde no sólo se invite a la sociedad a participar proponiendo ideas o planteando preguntas sino que se logre generar en los seguidores de la organización el compromiso cívico para presionar a los políticos

para que “hagan lo que deben hacer” que es gobernar para la sociedad (Benítez Ponce, 2012). Y Facebook y Twitter pueden ser las herramientas para ello, puesto que permiten a las organizaciones y a la ciudadanía generar debates de actualidad sobre los temas públicos que, de ser dirigidos estratégicamente, pueden servir para impactar la agenda pública. Pero eso es todavía materia pendiente, ya que todavía no forma parte fundamental de los objetivos de la organización.

4.4. Reacciona Tijuana (Reacciona)

Reacciona Tijuana⁸ surgió a finales de noviembre de 2009 como una estrategia de comunicación, lanzada entre un grupo de amigos quienes trabajan en una agencia de publicidad. Su objetivo era llamar la atención de la ciudadanía mediante la colocación de numerosas vallas en la ciudad de Tijuana con frases que invitaban a la reflexión social. La convocatoria para la recepción de dichas frases, se lanzó a través de Facebook entre amigos y conocidos del grupo iniciador, sin embargo la convocatoria se diseminó de manera *viral*⁹, por lo que al cabo de unos días las propuestas recibidas sumaban más de 300 frases. Gracias a éste ejercicio de “consulta” el grupo pudo acercarse al imaginario colectivo imperante en torno a la ciudadanía baja californiana. Doce frases fueron colocadas en vallas, las cuales llamaban no sólo a la reflexión sino al activismo por parte de la sociedad. Las frases tenían un sello distintivo, el nombre del colectivo “Reacciona Tijuana” seguido del símbolo distintivo de la red social Facebook.

Gracias a ésta estrategia de comunicación, en poco tiempo el perfil creado en Facebook por la organización fue recibiendo cada vez más número de solicitudes de amistad y comentarios donde la sociedad preguntaba sobre qué hacer o cómo colaborar con Reacciona. Se estaba gestando el inicio de un movimiento surgido desde Facebook, que a través de estrategias “alternativas” como

⁸ Cabe aclarar que aunque a partir de Reacciona Tijuana se configuraron otros seis capítulos de la organización los mismos no han logrado alcanzar la capacidad de convocatoria del grupo original, y por ende su capacidad de movilización social ha sido escasa. Por tal motivo, en lo subsecuente utilizaremos únicamente el nombre de Reacciona, dando por entendido que se trata del capítulo con sede en Tijuana.

⁹ Se emplea el concepto viral por la carga política que el concepto ha adquirido en la actualidad. En este sentido, siguiendo la propuesta de Arditi se entiende por *política viral* a la respuesta de aquellos no militantes, disconformes con las organizaciones existentes, que se articulan con personas y grupos que pese a desconocerse entre sí realizan algún tipo de acción alternativa **Fuente especificada no válida.**

la difusión de wallpapers o la publicación de vallas y carteleras gigantes, invitaba a la población a repensar la ciudad.

Por tal motivo, al correr de las semanas, Reacciona sostuvo una conferencia de prensa sobre el objetivo de la organización que hasta ese entonces giraba únicamente en torno a la concientización social a partir de frases que buscaban llevar a la reflexión sobre su lugar de residencia o pertenencia. Reacciona llamó principalmente la atención de los jóvenes quienes lanzaron la propuesta de llevar las frases a las instituciones educativas. Esta vez la estrategia se focalizó en lanzar frases distintas para cada una de las Facultades de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC)¹⁰ con sede en Tijuana, manteniendo el llamado a los jóvenes para repensar su ciudad. Más adelante ésta estrategia se replicaría en distintas instituciones educativas de la región.

A la par del creciente reconocimiento del grupo y sus estrategias en el mundo físico, el Perfil público de Reacciona creado en Facebook presentó su mayor repunte, pasando de los 2000 “amigos” a los 4000 y luego a los 7000 en tan sólo un par de semanas. Con miras de atender a toda la población interesada en el trabajo del colectivo Reacciona, el 25 de Marzo de 2010 se creó la página web del grupo (Who.is, 2012). No se intentó lo mismo en la plataforma de Twitter puesto que se percibe que en Tijuana esta RSV no ha tenido el mismo éxito o penetración en la sociedad como si lo ha hecho Facebook (Carrillo Chehade, 2012).

Gracias a ese primer boom en Facebook, Reacciona comenzó a posicionarse como una organización de concientización social en Tijuana. Por tal motivo, se le invitó a participar en distintos programas sociales encaminados a apoyar las actividades de reforzamiento del sentido de pertenencia a la ciudad. Entre ellos se cuenta la participación en el campamento de verano “Valores” convocado en 2010 por Alianza Civil, en el cual durante tres semanas, voluntarios de

¹⁰ Entre las frases publicadas se encontraban las siguientes (Reacciona, 2012a):

- INGENIERÍA: Tijuana=[reaccionax/ideas]Acciones x=Nosotros
- QUÍMICA: El reactivo de esta reacción eres tú.
- NUTRICIÓN: Nuestras acciones mejoran el metabolismo de la ciudad.
- GASTRONOMÍA: Un toque de ti, una pizca de ideas, mezclar con acciones, no dejar reposar.
- ECONOMÍA: ¿Cuál será el costo de oportunidad de que no te unas?
- MEDICINA: Tijuana merece estar curada... haz algo bueno por ella hoy.
- TURISMO: Quiero ser huésped permanente en una ciudad de 5 estrellas.

Además las frases seguían el símil de la primera campaña de comunicación de la organización donde se desplegaba en nombre de Reacciona seguido del slogan de Facebook.

Reacciona Tijuana y del Grupo Ecologista de Tijuana (GET), acudieron a ocho escuelas en colonias “problemáticas” de la ciudad, para convivir con 400 niños y mostrarles otra perspectiva de su ciudad (Reacciona, 2012a). Para la realización de una de las actividades, se convocó mediante Facebook a la gente para donar cámaras desechables, las cuales serían empleadas por los niños para retratar el lado bueno de su vida. La respuesta fue inmediata y poco tiempo después de lanzada la solicitud en la red social la gente empezó a acudir a las oficinas donde se coordina Reacciona para hacer su donación en especie. Se recaudaron 40 cámaras con las cuales se lograron cerca de 900 de las cuales se eligieron 30 para exponerlas en el cierre del campamento. Actividades como la anterior dan cuenta del trabajo de Reacciona, el cual recae, en gran medida, en su capacidad de convocar a través de Facebook a la participación y al compromiso voluntario de la sociedad.

Esta organización se perfila como una plataforma de información para canalizar los distintos proyectos sociales de la región, sin necesariamente involucrarse de manera directa en cada uno de estos. Por ello, Reacciona se ha involucrado apoyando algunos proyectos sociales y solidarios de la ciudad en una suerte de primera intervención, para demostrarle a la sociedad que la propuesta funciona pero a la larga desligándose de la misma. De esta forma se ha buscado replicar el trabajo de Reacciona en ciudades como Ensenada, Mexicali, Tecate, Rosarito, Monterrey y Cd. Juarez sin que las propuestas tuvieran el éxito alcanzado por Reacciona. Carrillo Chehade (2012) argumenta que el principal problema es que no se ha hecho una adaptación del modelo de Reacciona al contexto en el que se intenta repetir.

Si bien el colectivo de Reacciona se había hecho público gracias a su perfil de Facebook, debido al éxito y dinamismo de su propuesta, a finales de 2011 ésta organización tuvo que migrar a una nueva página en la red social (<https://www.facebook.com/reaccionatijuana>) la cual hasta ahora no ha logrado recuperar la atención de los tijuanaenses, como sí lo logró en el 2010.

De acuerdo a los comentarios en las entrevistas realizadas a Carrillo Chehade (2012) y Posada del Real (2012), si bien en su origen el manejo mediático de la información había representado el 50 % del éxito de la organización, en la actualidad se han tenido que generar nuevas estrategias de comunicación más inclusivas, acorde a las distintas líneas de activismo que se manejan y a la población a la que estas van dirigidas. De manera que en algunas comunidades, Reacciona ha

tenido que emplear estrategias de difusión más arcaicas como la repartición de trípticos o la invitación a colaborar en algún proyecto a través de Campañas de Comunicación de boca a boca.

En materia del manejo de los contenidos de la página de Facebook y de la producción de información para el portal web, estos son coordinados de manera horizontal, es decir en la organización no existe la figura de *community manager* que pueda llevar las riendas o la estrategia de trabajo en Internet. Esto se ha hecho así con la finalidad de que cualquiera de los 12 miembros principales de la organización pueda responder de la manera más oportuna a cualquier comentario recibido.

Gracias a éste formato de trabajo no se ha hecho necesario para ninguno de los miembros el dedicarse al 100 por ciento a atender a la organización y sí les ha permitido tanto a los miembros como a sus seguidores en Facebook una interacción fluida en el espacio digital. El seguimiento y el llamado al activismo por parte de Reacciona, se da a través de un grupo privado en Facebook el cual está conformado por aquellos que en otro momento han apoyado o les interesaría apoyar a la agrupación. De éste modo, muchas de las prácticas de la organización siguen teniendo lugar en el espacio digital.

Para Reacciona, el entorno online es visto como una herramienta que ha encarnado más oportunidades que obstáculos, en tanto le permitió, en primer lugar, conjugar las voluntades de quienes se interesaron en ese primer proyecto de vallas para concientizar a la población y con quienes se terminó constituyendo todo un proyecto de acción y participación social siguiendo el lema de “primero actuamos y luego teorizamos” (Posada del Real, 2012). Y ha servido también para potenciar y masificar las estrategias de comunicación entre los jóvenes usuarios de Internet en Tijuana. De ello que pueda esperarse que la organización siga descubriendo nuevas prácticas de construcción de comunidad (Bakardjieva & Feenberg , 2002: 185).

Después de dos años de trabajo, el reto para Reacciona reside en seguir generando estrategias para incorporar a los jóvenes –su sector de participación más fuerte- en los proyectos de concientización y apropiación de la ciudad y en los proyectos de arte público –principales líneas de proyección de la ahora organización de la sociedad civil-, para lo cual sin duda hará falta lanzar nuevas iniciativas las cuales sin lugar a duda seguirán apoyadas integralmente en el empleo del espacio digital.

4.5. Comparación de las Características de las osc

Hasta aquí se han presentado los tres casos estudiados: el Centro Mexicano para la Filantropía, Sociedad en Movimiento y Reacciona Tijuana, cada uno de los cuales se eligió debido a que, al menos en apariencia, se apreciaba como enfocado hacia alguno de los núcleos de interés (capital social, opinión pública en influencia en los procesos políticos) sugeridos por Frissen y Bockxmeer (2001), y que a su vez podía haber presentado un origen en el espacio físico o en el virtual.

Sin embargo, como tal vez se pudo prever de acuerdo a la explicación dada en función de cada uno de los casos, las fronteras entre cada núcleo de interés en algunas ocasiones resultaron porosas, señalando un marcado oscilamiento entre dos o las tres variables antes expuestas.

De este modo, en el caso de Cemefi y de acuerdo a la orientación de sus esfuerzos se mantuvo el perfil de organización cuyo interés se mostró vinculado al establecimiento de redes de colaboración que fomentaran el compromiso filantrópico de sus agremiados. Lo que de acuerdo a la clasificación expuesta por Norris y Curtice (2006) obedeció a un tipo de activismo cívico, cuyo interés central habría de residir en el trabajo colectivo entre asociaciones y organizaciones para la promoción de la filantropía y la responsabilidad social. En este sentido, la organización mostró un empleo de la red que podría clasificarse como “tradicional”, tendiente al enfoque instrumental propuesto por Frissen y Bockxmeer en tanto el empleo de la Red no ha mostrado un impacto sustancial en la organización ni ha transformado su funcionamiento. Si bien es cierto, que la organización ha adaptado algunos de sus procesos para que sean accesibles al público en general mediante el medio digital, la existencia de dichos recursos no se constriñe obligatoriamente a Internet.

Por otro lado, se observó a SenM, organización que tiene una orientación que trastoca los tres núcleos de interés antes mencionados. Dentro de sus prácticas, busca generar vínculos de trabajo con otras organizaciones y con individuos, lo que se traduce en un aumento de su capital social. Además algunos de sus proyectos como México a Debate y la propuesta del Buen Ciudadano fomentan la participación social mediante cuestionamientos lanzados a través de Internet, que en su compilación se posicionan como propuestas de debate público que buscan tener influencia en

los procesos políticos. En suma, algunas de sus propuestas activistas se encuentran orientadas al voto, como lo fueron los cuestionarios a los candidatos a jefe de gobierno en el D.F. y a presidente de México, que buscaron generar el involucramiento de la sociedad mexicana en el proceso de las campañas políticas. Además dado que dentro de sus objetivos, busca alentar a la sociedad mexicana a participar activamente con la organización, ha hecho un uso estratégico de la Red generando portales no sólo interactivos sino multimodales en donde es posible acceder a contenidos digitales, videos e incluso a las RSV de la organización dentro del mismo espacio digital, lo que da cuenta de un empleo instrumental de la Red.

Para el caso de Reacciona, el empleo de Internet y de las RSV parece haber sido característica definitoria para su origen como movimiento ciudadano y posteriormente como organización social. Su núcleo de interés fluctúa entre la adquisición de capital social, a través de la generación de redes de colaboración entre organizaciones y ciudadanos, y la influencia en procesos políticos, aunque de forma no convencional. Lo último a partir del fomento de prácticas propias de la democracia comunitarista (Bakardjieva, 2009), donde se insentiva la participación activa de la sociedad a una escala micro, es decir se da una refracción del espacio público al nivel de la vida cotidiana. Por tal motivo incluso las pequeñas prácticas como la apropiación del espacio urbano mediante formas de expresión artísticas pueden ser consideradas formas políticas de subactivismo. Siguiendo una clasificación más convencional como la de Norris y Curtice, el trabajo de Reacciona a través del espacio digital, formaría parte de la línea del activismo orientado a las causas sociales, en tanto esta agrupación busca el apoyo ciudadano para actuar sobre ciertas problemáticas de interés social. En cuanto al empleo que hace de las tecnologías digitales, Reacciona ha sufrido un declive, pues si bien es cierto que en sus orígenes llegó a tener una respuesta muy positiva hacia las convocatorias y eventos que gestionaba a través de la Red, en la actualidad sus miembros se han percatado de la necesidad de ampliar los medios de contacto unos menos tecnológicos con la finalidad de resultar más incluyente ante la población que no cuenta con la infraestructura para seguir sus propuestas. De ahí que haya adoptado un enfoque de uso más orgánico de los medios electrónicos, enfocado más a emplear Internet y RSV como medios masivos de comunicación.

4.5. Conclusiones

En este capítulo se presentaron los criterios y las preferencias que imperaron en la selección de los casos estudiados. Por un lado se buscaron organizaciones sociales que mostraran una participación activa en Internet y redes sociales, pero que además fueran representativos de alguno de los criterios propuestos de acuerdo a la distinción de su origen (en Internet o en el espacio físico) y de su núcleo de interés al cual habrían de enfocar sus esfuerzos como organización (para fomentar la adquisición de capital social, para incidir en la opinión pública o para influenciar los procesos políticos). Con base en estos tres criterios se seleccionaron tres organizaciones las cuales sirvieron para dar cuenta del nivel de uso y apropiación que pueden llegar a manejar las organizaciones de la sociedad civil en sus prácticas cotidianas y en la persecución de sus fines.

Se plantearon las características propias de cada organización, así como el tiempo que llevaban empleando Internet y RSV a partir de lo cual se ubicaron los distintos usos y formas de apropiación que mostraban de la web. También se esbozaron los posibles retos tecnológicos a los que cada organización habría de hacer frente en cuanto al manejo estratégico de los recursos tecnológicos y por último se buscó explicar de manera concisa las principales diferencias que surgen entre las organizaciones a partir de analizarlas con base en la variable del uso y la apropiación de la web, del tipo de activismo que persiguen y del modo en que emplean la tecnología.

Ahora toca el turno a la última parte de este análisis en donde brevemente se muestra, con base en los datos cuantitativos y cualitativos recuperados en Facebook, el tipo de relaciones presentes en estas plataformas virtuales.

CAPÍTULO 5. EL COMPORTAMIENTO DE LAS OSC EN FACEBOOK

En los capítulos previos se ha explicado cómo el empleo de la Red ha generado modificaciones en las distintas prácticas y actividades sociales y políticas tanto al nivel de la ciudadanía como al nivel del gobierno. De ello se ha derivado la necesidad de incorporar nuevas herramientas teóricas y metodológicas que permitan explicar los fenómenos políticos y sociales propugnados por el creciente empleo de la Internet y las RSV en la actividad humana.

Posteriormente, se planteó la posibilidad de acotar el análisis sobre el impacto de la Internet y de las RSV en las prácticas de tres organizaciones de la sociedad civil a partir de distinguir el uso y la apropiación que las mismas ejercían sobre los medios tecnológicos antes mencionados.

Lo que sigue a continuación es una vertiente especializada, derivada del contexto introductorio presentado en el capítulo anterior acerca del fenómeno del uso y la apropiación tecnológicos de las OSC, que permite evaluar su desempeño en Internet midiendo los distintos tipos de interacciones que se presentan en los perfiles y páginas de Facebook de las organizaciones analizadas.

5.1. Propuesta de análisis de los datos de las OSC en Facebook

Con el fin de realizar el seguimiento en Facebook de cada organización se realizó una primera evaluación de búsqueda de páginas relacionadas a los tres casos investigados, lo cual dio como resultado que de las tres organizaciones (Cemefi, SenM y Reacciona) pudiesen contabilizarse al menos once diferentes páginas y perfiles en Facebook. Por tal motivo, se decidió acotar el análisis a aquellas páginas o perfiles que estuvieran activos, es decir que se mantuvieran con comentarios vigentes hasta la fecha de inicio del seguimiento. Este seguimiento se desarrolló durante un periodo arbitrario de dos meses, del 23 de Marzo al 23 de Mayo. A partir de tal depuración se obtuvo que Cemefi mantenía cuatro páginas en seguimiento, SenM tenía activas tres y Reacciona sólo contaba con una página en la red social Facebook.

Para el análisis de estas páginas y perfiles se clasificaron los casos y la información dispuesta en la red social por cada organización y se cuantificaron los datos observables de acuerdo al tipo de

entradas: internas o externas, y de acuerdo al contenido que podía ser video, texto, hipervínculo y demás; a su vez, los *comentarios*, fueron divididos en positivos y negativos; las *comparticiones*; los *Me gusta* o *Likes* y las observaciones cualitativas relativas al tipo de comunicación entablada, a las respuestas o a las interacciones establecidas.

Para la agrupación e interpretación de los datos obtenidos se empleó una herramienta de medición cuantitativa con el fin de identificar los indicadores de audiencia, interacción, interés y compromiso social de los simpatizantes de cada organización.

Se eligió la propuesta sugerida por la Generalitat de Cataluña (2012), debido a que ésta adjudica a Facebook un carácter social y cívico, en tanto considera que ésta herramienta digital facilita la participación y la implicación de la ciudadanía y de otros actores sociales en los temas de interés público.

De acuerdo a la Generalitat de Cataluña (2012: 5) las redes sociales:

- Proporcionan respuestas inmediatas a los usuarios, pero en este caso la información que se ofrece puede resultarle útil también a otras personas en la misma situación (se ganan tiempo y recursos, como suele ser habitual en el canal web). Todo ello se produce de una manera más cercana, desde el contexto personal del usuario.
- Redirigen a los usuarios hacia la web corporativa (o hacia otro recurso definido que proporcione información tan fiable como la generada por los canales oficiales) para ampliar la información oficial.
- Facilitan la creación de redes temáticas de usuarios que, a su vez, generan conocimientos fundamentales y complementarios que permiten que la organización conozca sus intereses y la información generada en estas redes y así poder tenerlos en cuenta.

La fórmula propuesta por la Generalitat de Cataluña (2012: 45) si bien fue pensada para el análisis de las páginas gubernamentales de Facebook en España, parece ser aplicable a cualquier perfil o página existente en dicha RSV. Además al no requerir hacer uso de herramientas propias del administrador o propietario del sitio en Facebook, permite a cualquier observador externo estudiar las interacciones que acontecen entre los simpatizantes y la información proporcionada por la organización como a continuación lo muestra la Tabla 2:

Tabla 1 Lista de Indicadores para Facebook

Concepto		Facebook
Audiencia		Simpatizantes
		Entradas
Interacción		Comentarios
		Comparticiones
		Me Gusta
Interés	Conversación	Comentarios/ Entradas
	Amplificación	Comparticiones/ Entradas
	Aceptación (applause)	Me Gusta/ Entradas
	Interacciones	(Comentarios + Comparticiones+ Me Gusta)/ Entradas
Compromiso	Conversación	Comentarios/Simpatizantes
	Amplificación	Comparticiones/Simpatizantes
	Aceptación (applause)	Me Gusta/Simpatizantes
	Interacciones	(Comentarios + Comparticiones+ Me Gusta)/ Simpatizantes

Fuente: Indicadores propuestos por la Generalitat de Catalunya (2012: 45) para medir las interacciones en los perfiles y páginas de Facebook.

La propuesta anterior se basa en el entendido de que para que exista una buena comunicación institucional u organizacional a través de Facebook debe fomentarse la interacción diaria bajo la figura de al menos una entrada o publicación en el muro (del tipo que sea). Y que además, dicha publicación debe ser capaz de promover la interacción, el interés y el compromiso entre los amigos o simpatizantes del grupo en la RSV. Esto significa que para medir el impacto social positivo de una entrada, la misma debía haber sido comentada, compartida o debía haber recibido algún Me Gusta o Like en respuesta.

De éste modo y retomando la propuesta de la Generalitat de Catalunya (2012) presentada en la Tabla 2, debe entenderse que entre mayor sea el valor obtenido al correlacionar los datos de los indicadores de interacción sobre el número de entradas publicadas, mayor será la captación del interés de los simpatizantes con las actividades de la organización en Facebook. De igual manera el compromiso de los simpatizantes hacia las actividades de la organización en la RSV será mayor tanto mayor sea la cantidad obtenida al correlacionar los indicadores de interacción entre el número de simpatizantes.

Por lo que puede establecerse que el portal que mejor capte el interés de sus simpatizantes y aquel que fomente el compromiso social visto a partir de la participación virtual, será aquel que logre mantener una participación constante entre el número de su audiencia (medida a través de los simpatizantes y de las entradas publicadas) con los referentes de interacción (medidos a través de los comentarios, las comparticiones y los Likes) expresados por sus amigos y seguidores.

En un segundo momento se buscaron establecer las constantes de participación y de interacción al interior de cada página y perfil de acuerdo al tipo de entradas publicadas por la organización. Esto derivó en el establecimiento de una clasificación cualitativa dada con base en la intencionalidad de las publicaciones ya fuese para comunicar, llamar a participar, convocar, felicitar y demás. A su vez se interpretaron las respuestas a dichos comentarios por tipo e intención y el seguimiento que la organización dio a las mismas.

Finalmente a partir de los datos recabados se establecieron las principales características de cada uno de los casos lo que permitió distinguir los distintos niveles de uso y apropiación que las organizaciones consideran tener, tienen y muestran a sus amigos y seguidores en las RSV e Internet. De esto, derivó una propuesta de análisis comparativo sobre los resultados cuantitativos dados por el análisis de cada página y perfil de Facebook lo que permitió observar las fortalezas de la propuesta de análisis cuantitativo de los indicadores en la RSV, pero que también dio cuenta del papel necesario que juega la etnografía virtual como propuesta cualitativa para interpretar y dar otra lectura a los resultados cuantitativos primeramente obtenidos.

5.2. Centro Mexicano para la Filantropía

Desde 2010 y hasta la fecha el Cemefi ha creado diferentes páginas y perfiles públicos en Facebook entre las que se contabilizan las siguientes: Empresa Socialmente Responsable Cemefi (Rse Cemefi) [perfil], Rse Cemefi [perfil], Centro Mexicano Filantropía (Cemefi) [perfil], Cif Biblioteca Cemefi [perfil], Cemefi [página], Congreso Cemefi Puebla [página], Promoción Rse Cemefi [perfil] y Cemefi Mira por los Demás [perfil].

De todos los anteriores, únicamente los cuatro primeros se mantienen activos, con mayor o menor número de publicaciones y respuestas, así como de temáticas tratadas, mientras que los otros

cuatro han adoptado la forma de álbumes históricos y/o memorias virtuales en estado inactivo. Además cabe mencionarse que en los dos años de experiencia en Facebook, el trabajo de Cemefi con *Fan Pages* o Páginas no ha funcionado debido a la percepción (de quienes manejan las RSV) de que éste formato no favorece el mismo tipo de interacción como si es posible bajo el formato de Perfil de usuario. Debido a esto, actualmente se utilizan únicamente perfiles para difundir la información de las áreas.

El primer caso analizado corresponde al perfil de Empresa Socialmente Responsable (Rse Cemefi) mostrado en la Tabla 3. Este perfil como lo indica su nombre corresponde a una de las líneas de trabajo de Cemefi, es decir la línea de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de ahí que el número de publicaciones que se realizan a su interior no sea tan continuo sino que este se encuentra dado en función de las actividades de dicha línea de trabajo. En el interior del perfil lo que más puede encontrarse son fotos, entradas y comentarios (hechos por los seguidores) que hacen alusión justamente a las personas y a las empresas que reciben distintivo ESR¹ otorgado por Cemefi.

Tabla 2 Lista de Indicadores para Facebook, Empresa Socialmente Responsable Cemefi (Rse Cemefi)

(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	4216	4216
	Entradas	16	16
Interacciones	Comentarios	11	11
	Comparticiones	18	18
	Me gusta	79	79
Interés	Conversación	11/16	0.687
	Amplificación	18/16	1.125
	Aceptación (applause)	79/16	4.937
	Interacciones	(11+18+79)/16	6.75
Compromiso	Conversación	11/4216	0.002
	Amplificación	18/4216	0.004

¹ Este distintivo es otorgado anualmente por Cemefi con base en un diagnóstico hecho sobre 120 indicadores en cuatro áreas: Derechos Humanos, Condiciones Laborales, Medio Ambiente y Transparencia. El distintivo es otorgado a las empresas que superan el 75 del índice RSE. Ver más en Cemefi (2012b).

	Aceptación (applause)	79/4216	0.018
	Interacciones	(11+18+79)/4216	0.025

Como se hizo mención, en este perfil no se publican constantemente entradas por lo cual durante las 10 semanas que duró el seguimiento el mayor número de interacciones recayó en el número de comparticiones y de me gusta que las pocas publicaciones recibieron. No obstante, con base en el número de entradas hechas por el administrador del perfil el nivel de interacciones alcanzado fue muy alto, lo cual ocurrió no tanto porque las entradas textuales promovieran la conversación (pues como es evidente en la tabla previa no todos los comentarios recibieron respuesta), sino porque las fotos y los álbumes publicados generaron la simpatía en los seguidores del perfil quienes además los comentaron.

Lo mismo ocurre con el perfil de Rse Cemefi (Tabla 4) donde se publica sobre las actividades y talleres de preparación a las empresas para obtener el distintivo RSE. Este perfil mostró características muy parecidas al perfil anterior en cuanto que el número de entradas vertidas en él fueron escasas, logrando al igual que el perfil de Empresa Socialmente Responsable Cemefi sólo destacarse por el número de me gusta recibidos sin obtener siquiera algún comentario en respuesta por parte de sus seguidores.

Tabla 3 Lista de Indicadores para Facebook, Rse Cemefi
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	845	845
	Entradas	11	11
Interacciones	Comentarios	0	0
	Comparticiones	3	3
	Me gusta	31	31
Interés	Conversación	0/11	0
	Amplificación	3/11	0.272
	Aceptación (applause)	31/11	2.818
	Interacciones	(0+3+31)/11	3.090
Compromiso	Conversación	0/845	0
	Amplificación	3/845	0.003

	Aceptación (applause)	31/845	0.036
	Interacciones	(0+3+31)/845	0.040

Lamentablemente en los dos ejemplos anteriores, se percibe que no se da el mantenimiento requerido de acuerdo a los estándares recomendados para la administración de perfiles y páginas de Facebook (Gobierno Vasco, 2011). De acuerdo a los principales estándares (mayormente gubernamentales) reconocidos, es necesario hacer al menos una publicación diaria, con el fin de mantener la atención de los seguidores del perfil o página de Facebook. Pues de lo contrario se puede tener un gran número de simpatizantes sin que estos lleguen alguna vez a interactuar con el contenido que se publica para ellos.

El perfil oficial de Cemefi en Facebook obedece al nombre de “Centro Mexicano Filantropía (Cemefi)” y surgió con la finalidad de dar dirección e institucionalidad a las publicaciones hechas en esa red virtual. Como se muestra en la Tabla 5, el perfil oficial cuenta con un mantenimiento constante que se traduce en la publicación de entradas y la recepción de interacciones en respuesta altos. Ciertamente se aprecia un uso recurrente del me gusta como una forma sencilla para externar la interacción con la organización, puesto que ello no requiere tomarse el tiempo para emitir un comentario u otro tipo de publicación que requiera mayor creatividad.

Tabla 4 Lista de Indicadores para Facebook, Centro Mexicano Filantropía (Cemefi)
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	2808	2808
	Entradas	139	139
Interacciones	Comentarios	50	50
	Comparticiones	107	107
	Me gusta	505	505
Interés	Conversación	50/139	0.359
	Amplificación	107/139	0.769
	Aceptación (applause)	505/139	3.633
	Interacciones	(50+107+505)/139	1.884
Compromiso	Conversación	50/2808	0.017

	Amplificación	107/2808	0.038
	Aceptación (applause)	505/2808	0.179
	Interacciones	(50+107+505)/2808	0.093

El perfil institucional de la Cemefi tampoco escapa al problema presente en los perfiles previos referente a potenciar el compromiso de sus seguidores hacia el trabajo realizado al interior de Facebook, pero se mantiene dentro del límite aceptable de las interacciones al obtener una puntuación mayor a uno en materia del interés captado en sus seguidores a partir de las interacciones realizadas por ellos.

Además es posible cuestionar si debería existir un mayor o menor valor acorde al tipo de entradas publicadas por la organización, puesto que a diario se publica en el perfil de Centro Mexicano Filantropía alguna frase motivacional del Almanaque Mira por los Demás, publicado por Cemefi.

El último perfil observado perteneciente a Cemefi es el de la Biblioteca del Tercer Sector. Lo interesante de este perfil (Tabla 6) es que contrario a los demás perfiles de Cemefi este no cuenta con un número muy amplio de amigos o seguidores, sin embargo eso le ha permitido obtener una calificación muy por arriba de sus perfiles hermanos en el indicador referente al compromiso y el cual toma en cuenta las variables de interacción sobre el número de simpatizantes.

Además al ser un perfil dedicado a informar específicamente sobre el trabajo de la biblioteca, la impartición de cursos, talleres y otras capacitaciones obtuvo un puntaje muy alto en las variables de interés basado en la amplificación de la información que emite, en el interés fundamentado en la aceptación de los contenidos publicados, y en el interés basado en las interacciones llevadas a cabo en la plataforma de Facebook,

Tabla 5 Lista de Indicadores para Facebook, Cif Biblioteca Cemefi
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	519	519
	Entradas	21	21
Interacciones	Comentarios	44	44
	Comparticiones	221	221
	Me gusta	210	210

Interés	Conversación	44/21	2.095
	Amplificación	221/21	10.52
	Aceptación (applause)	210/21	10
	Interacciones	$(44+221+210)/21$	22.61
Compromiso	Conversación	44/519	0.084
	Amplificación	221/519	0.425
	Aceptación (applause)	210/519	0.404
	Interacciones	$(44+221+210)/519$	0.915

Lo que el perfil de la Biblioteca parece indicar, es que si bien en las redes sociales es importante generar un número amplio de “amigos” es aún más importante mantener una interacción constante con ellos publicando contenidos que puedan ser de interés para un número amplio de ellos. En este sentido en el perfil de la biblioteca fue visible que no era necesario llenar su muro con fotos e imágenes sino con información y comunicaciones que pudieran atraer el interés de sus seguidores.

5.3. Sociedad en Movimiento

Sociedad en Movimiento cuenta con una página (Sociedad en Movimiento) y dos perfiles (Sociedad en Movimiento y Sociedad en Movimiento [México a Debate]) en los cuales publica todo lo referente a sus actividades como los son fotos, videos, hipervínculos y críticas hacia algunas prácticas políticas. Además en los tres espacios que tiene en Facebook, permite a sus seguidores comentar libremente los contenidos de su elección, lo que visiblemente favorece el flujo de personas a sus perfiles y página en tanto se generan acalorados debates políticos, religiosos y sociales en general.

Tanto la página como el perfil de Sociedad en Movimiento (Tabla 7 y 8) tienen un número de simpatizantes que no alcanza los 1000 seguidores, por lo cual pueden considerarse como grupos pequeños en donde además no se emiten entradas de forma regular, sino que estas obedecen más a invitaciones que se extienden a sus seguidores más que como publicaciones que invitan a la interacción.

Tabla 6 Lista de Indicadores para Facebook, Sociedad en Movimiento (Página)
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	562	562
	Entradas	29	29
Interacciones	Comentarios	10	10
	Comparticiones	29	29
	Me gusta	47	47
Interés	Conversación	10/29	0.34
	Amplificación	29/29	1
	Aceptación (applause)	47/29	1.62
	Interacciones	(10+29+47)/29	2.96
Compromiso	Conversación	10/562	0.017
	Amplificación	29/562	0.051
	Aceptación (applause)	47/562	0.083
	Interacciones	(29+29+47)/562	0.186

Si bien es cierto que las publicaciones de SenM en estos espacios no van orientadas a generar mayor interacción, de acuerdo a las cifras mostradas se puede considerar que estos espacios gozan de la simpatía de un número considerable de seguidores, los cuales emite su interés incluso de forma más constante que como se publica en estos espacios.

Tabla 7 Lista de Indicadores para Sociedad en Movimiento (Perfil)
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	687	687
	Entradas	25	25
Interacciones	Comentarios	31	31
	Comparticiones	51	51
	Me gusta	101	101
Interés	Conversación	31/51	0.607
	Amplificación	51/25	2.04
	Aceptación (applause)	101/25	4.04
	Interacciones	(31+51+101)/25	7.32
Compromiso	Conversación	31/687	0.045
	Amplificación	51/687	0.074
	Aceptación (applause)	101/687	0.147
	Interacciones	(31+51+101)/687	0.266

Por ello estos espacios terminan calificando bien y muy bien respectivamente en cuanto al interés expresado bajo la forma de la interacción a través de estos espacios digitales, además de contar con un nivel de compromiso aceptable, medido a través de la aceptación y las interacciones.

Es sin embargo el perfil de México a Debate (Tabla 9) el espacio más llamativo coordinado por SenM, no tanto por el número o el tipo de entradas que publica en su muro sino por el nivel de interacción que logra alcanzar entre sus seguidores, los cuales rebasan considerablemente el número de publicaciones de la organización, y además diseminan las publicaciones de SenM a través de sus redes sociales.

Tabla 8 Lista de Indicadores para Sociedad en Movimiento
(México a Debate) (perfil)
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	2660	2660
	Entradas	93	93
Interacciones	Comentarios	478	478
	Comparticiones	502	502
	Me gusta	996	996
Interés	Conversación	478/93	5.139
	Amplificación	502/93	5.397
	Aceptación (applause)	996/93	5.139
	Interacciones	(478+502+996)/93	21.24
Compromiso	Conversación	478/2660	0.179
	Amplificación	502/2660	0.188
	Aceptación (applause)	996/2660	0.374
	Interacciones	(478+502+996)/2660	0.742

Todo lo cual se traduce en un muy buen nivel global de interés y en excelentes formatos para fomentar la interacción. Pero habría que cuestionar ¿a qué se debe tal éxito?

Si se atiende a la revisión hecha previamente sobre las publicaciones de cada uno de los perfiles y páginas de las organizaciones, se observará que mucha de la interacción lograda en éste perfil recae en la publicación de comentarios o fotos controvertidos, que por lo mismo animan el debate a la vez que atraen la atención de los demás seguidores, quienes en sus muros pueden ir viendo cómo se desenvuelven las discusiones. Además estos contenidos suelen ser compartidos con la finalidad de llevar las discusiones hacia otros tantos espacios de discusión.

Aunque aparentemente SenM realiza un buen trabajo de mantenimiento en esta Red al publicar de manera constante y permitir el debate abierto entre sus seguidores en su muro, algo que podría cuestionársele es ¿si resulta necesario mantener tres portales en Facebook cuando solamente a uno se le da seguimiento constante? Pues aunque los otros dos espacios también tienen seguidores constantes, en sus muros estos espacios muestran republicaciones provenientes incluso del perfil de México a Debate.

5.4. Reacciona Tijuana

Si se recuerda, en el capítulo anterior se mencionó cómo Reacciona Tijuana tuvo un origen potenciado en esta RSV, que además le sirvió para ganar un número muy considerable de adeptos (cerca de 7000) al cabo de pocas semanas de funcionamiento de su perfil en Facebook. Sin embargo, debido a que Facebook impone un tope de seguidores a las cuentas tipo perfil, se hizo necesario para Reacciona migrar a un formato página el cual no tiene límite de afiliaciones. Se trasladó mucho del contenido del perfil de Facebook a la nueva página y se procedió a cerrar el primero para no generar mayor confusión.

Si bien era un paso necesario, pues ya era imposible para Reacciona aceptar más invitaciones de amistad bajo el formato perfil, en su formato de página los datos de la Tabla 10 sustentan el evidente declive en su capacidad para atraer nuevamente a la audiencia con la que contaba bajo el formato perfil. Además ha habido un descenso en la interacción y el interés de los seguidores de ésta organización durante los dos últimos meses en que se ha llevado a cabo la investigación.

Tabla 9 Lista de Indicadores para Facebook, Reacciona
(Periodo de estudio comprendido entre 23 de Marzo y el 23 de Mayo de 2012)

Concepto		Fórmula	Resultado
Audiencia	Simpatizantes	2309	2309
	Entradas	35	35
Interacciones	Comentarios	35	35
	Comparticiones	35	35
	Me gusta	196	196
Interés	Conversación	35/35	1
	Amplificación	35/35	1
	Aceptación (applause)	196/35	5.6
	Interacciones	$(35+35+196)/35$	7.6
Compromiso	Conversación	35/2309	0.015
	Amplificación	35/2309	0.015
	Aceptación (applause)	196/2309	0.084
	Interacciones	$(35+35+196)/2309$	0.115

Aunque las cifras no lo indican, esto puede relacionarse al hecho de que fueron pocas las publicaciones encaminadas a fomentar el activismo y la participación cívico-política. Y dado que la organización se ha caracterizado desde su surgimiento por tener dicha orientación, el resultado parece reflejarse como una baja tasa de respuesta a los comentarios y por ende en bajas tasas de interés y compromiso.

Al margen de lo visto con respecto a los indicadores de Facebook de Reacciona, al analizar los perfiles y páginas de Facebook de las tres organizaciones surgió la duda sobre por qué algunas de estas agrupaciones han preferido mantenerse en el formato perfil mientras que Reacciona decidió poner en cero sus contactos para reconstruir los vínculos con la sociedad a fin de gozar de los diversos beneficios que parece ofrecer el formato página. El formato página, a diferencia del perfil engloba en una línea de tiempo todas las publicaciones de la organización, facilitando el acceso de los usuarios a los comentarios publicados por periodos o fechas destacadas en la Red.

Sin embargo para Cemefi, este formato es poco amigable, mientras que bajo el esquema de perfil se pueden establecer relaciones de comunicación más estrechas, casi como si se tratase de una oficina virtual. Esto hace recordar la posición de SenM sobre el empleo de redes, en tanto para esta organización entre más redes sociales se tengan es como si se abrieran más sucursales u oficinas desconcentradas de su organización central. Lo cual permite explicar uno de los cuestionamientos planteados anteriormente sobre la viabilidad de mantener en funcionamiento dos espacios de página y perfil respectivamente, incapaces de competir con la página principal de la organización. A fin de cuentas el objetivo no es que lleguen a tener el mismo nivel de audiencia sino que “estén ahí” por si alguien, algún posible simpatizante o amigo de SenM quiere consultar en algún momento algo de la organización.

5.5. Conclusiones

En general el presente capítulo mostró el tipo de relaciones que pueden establecerse en el ambiente digital, en las redes sociales virtuales como Facebook y que de manera general dan cuenta de la relación entre el número y tipo de contenidos que ofrecen las organizaciones y las respuestas que bajo la figura de interacciones adoptan sus seguidores.

Esta es otra de las figuras que puede adoptar la participación social mediatizada a través de las redes, sin embargo para estudiar este tipo de información se hace relevante primero realizar un análisis que permita conocer los distintos tipos de contenidos que se publican y que pueden llegar a tener una mayor aceptación y generar más interacciones que otros.

Por ejemplo, en los perfiles no institucionales de Cemefi las publicaciones fueron pocas, sin embargo el material que llamó el interés de los seguidores de estas redes no fue ningún tipo de contenido que llevara a participar en alguna de las múltiples actividades de la organización sino que se trataba de álbumes fotográficos donde los seguidores se etiquetaban y compartían las fotos en donde salían tomando algún curso o recibiendo el distintivo RSE. Para el caso de SenM se visibilizó lo mismo, en general aquellos contenidos que propiciaban el debate era publicaciones externas o imágenes políticas tendenciosas que poco tenían que ver con el uso estratégico de la Red por parte de la organización. El caso de Reacciona fue un poco más alarmante, pues mostró un reconocido descenso en sus publicaciones de manera que ni entradas de los miembros de la organizaciones ni comentarios de sus seguidores eran visibles durante días en su página de Facebook.

De ahí que la principal observación obtenida del presente capítulo vaya como una crítica hacia el empleo poco estratégico que aún impera en las RSV. Pues aunque estos espacios se prestan como canales interactivos para que las organizaciones aumenten su capital social, de facto son usadas como las pizarras electrónicas del siglo XXI donde las organizaciones y los ciudadanos dejan mensajes que pueden o no ser contestados.

CONCLUSIONES

A más de treinta años de que comenzara a popularizarse Internet como herramienta de comunicación y conexión global, el estudio de los territorios digitales que se entretajan en su interior resulta aún un tema escabroso, que pese a estar rodeado de incertidumbres nos ofrece bastas posibilidades para el estudio de las prácticas y las interacciones sociales en ambientes mediatizados. Este ha sido el punto de partida de la presente investigación, la cual no ha pretendido otra cosa que explorar las posibilidades de participación e interacción algunas veces con tendencias sociales y otras tantas veces con un interés marcadamente políticos que se mezcla con las prácticas de las organizaciones de la sociedad civil en espacios digitales, como las páginas web hospedadas en la Internet o el mismo Facebook.

Como se vio en el primer y segundo capítulos, gracias al empleo de la Red las prácticas sociales han podido entremezclarse con intereses que buscan modificar los cánones de poder preexistentes. Con ello, también se han abierto nuevos espacios para la negociación de las agendas políticas, donde la participación activa de la sociedad juega un papel preponderante. Además de ello, se han creado nuevas escalas de interacción y de integración para los sujetos sociales, los cuales comienzan a apropiarse del medio digital con un sentido estratégico.

Sin embargo ello representa grandes retos para las investigaciones sociales, culturales y políticas en tanto las formas de organización que adopta la sociedad se vuelven variables, al igual que variables se tornan las fronteras que delimitan sus núcleos de interés y sus objetivos. Por lo cual se dificulta el establecer relaciones o coincidencias entre las formas de participación que adoptan los adherentes de cada organización.

Al analizar casos específicos de estudio lo que se logró fue observar la concordancia existente entre la visión de cada organización sobre la función que juega el Internet en sus estrategias de trabajo, ya sea para comunicar, informar, llamar a participar u únicamente para establecer interacción con los adherentes y afiliados a las organizaciones.

No obstante resultó interesante observar que, aunque dentro de los objetivos organizacionales no todas las OSC pretendían mejorar sus canales interactivos con la sociedad, con las tecnologías digitales esto ha venido implícito en su uso. Por lo cual las mismas organizaciones se están viendo forzadas a cambiar sus estrategias de interacción e integración social. Como

consecuencia, algunas organizaciones externaron su sentimiento de rebasamiento tecnológico, apreciado como la incapacidad para darse abasto con el otorgamiento de canales de comunicación y de servicios con la sociedad. Este reto sin duda seguirá acompañando a las organizaciones sociales en su acoplamiento al empleo estratégico de la Red aunque sin duda irá perdiendo importancia conforme las organizaciones aprendan a integrar sus procesos de trabajo sin delegar en el community manager la tarea de insertar a la organización a la web.

De acuerdo al análisis de los casos, se observó también que contrario a lo que pudiese pensarse, no es necesario contar con mucha infraestructura tecnológica para gozar de los privilegios que otorga la Red. Esto en el sentido de que se piensa que algunas organizaciones que llevan más tiempo empleando la Internet y que tienen mayores canales de acceso generarán propuestas más precisas de utilización del medio digital que les ayudarán a alcanzar sus objetivos más rápido. Para el caso de Cemefi, organización que lleva trabajando en Internet desde 1996, dentro de sus objetivos específicos no se cuenta fomentar la comunicación interactiva a través de los medios digitales, sin embargo este contacto ha comenzado a ser demandado por parte de sus agremiados a través de las redes sociales, por lo cual Cemefi en algún momento tendrá que adoptar esta medida a fin de mantener satisfecha a su audiencia. El caso de Reacciona es el contrario, se trata de una organización pequeña de reciente creación y con infraestructura tecnológica limitada donde cada uno de los miembros es administrador de las redes sociales de la organización. Lo cual genera en quienes visitan y publican en el perfil de Reacciona, la sensación de estarse comunicando con las personas detrás de la organización y no sólo con un programador de sistemas computacionales.

FUENTES DE CONSULTA

- Acotto, L. (2003). *Las organizaciones de la sociedad civil. Un camino para la construcción de ciudadanía*. Buenos Aires, Argentina: Espacio Editorial.
- Alonso González, A. (25 de Enero de 2012). Director Ejecutivo. Sociedad en Movimiento. (A. Herrera Chávez, Entrevistador) D.F., México.
- Amadeo, B. (2001). *Comunicación, democracia e Internet. La ciberpolítica como un nuevo ámbito de estudio*. Obtenido de Sociedad Argentina de Ciencia Política: <http://www.saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/V/docs/schmucler/belen-amadeo.pdf>
- AMAI. (2008). *Nuevo índice de Nivel Socioeconómico AMAI*. Obtenido de <http://www.amai.org/congreso/2008/memorias/ponencias/lopezromo.pdf>
- AMIPCI. (2012a). *Asociación Mexicana de Internet*. Recuperado el 20 de Junio de 2012, de <http://www.amipci.org.mx/>
- AMIPCI. (2012b). *8vo Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México*. AMIPCI, Guadalajara.
- Araya Tagle, R. (2003). Conectividad social: reflexiones sobre los conceptos de comunidades virtuales y portales ciudadano desde una visión social sobre Internet. En J. I. Porras, & R. Araya Tagle (Edits.), *E-democracia. Retos y oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la Sociedad de la Información* (págs. 289-316). Santiago, Chile.
- Ardèvol, E., & Vayreda, A. (25 de Octubre de 2002). *Identidades en línea, práctica reflexiva*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2010, de Seminario sobre La identidad en la era digital, 10º Festival Internacional de video y multimedia: <http://www.grancanariacultura.com/canariasmediafest/seminario.html>
- Ardèvol, E., Estalella, A., & Dominguez, D. V. (2008). La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. (E. Ardèvol, A. Estalella, & D. Domínguez, Edits.) *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. Actas del XI Congreso de Antropología de la FAAEE*, 9-30.
- Arditi, B. (1 de Junio de 2012). Insurgencies don't have a plan -they are the plan: Political performatives and vanishing mediators in 2011. *JOMEC Journal. Journalism, Media and Cultural Studies*, 1(1), 1-16.
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (2003). *Redes y guerras en red: el futuro del terrorismo, el crimen organizado y el activismo político*. Madrid, España: Alianza Editorial.

- Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes. (2012). *Guías de usos, estilos y buenas prácticas en las redes sociales corporativas del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes*. Informe, San Sebastián de los Reyes.
- Backus, M. (2001). *E-governance and Developing Countries: Introduction and Examples*. International institute for communication and development (IICD).
- Baev, V. (diciembre-enero de 2005). Social and Philosophical aspects of E-governance Paradigm Formation for Public Administration. *Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, 9(42).
- Bakardjieva, M. (2009). Subactivism: Lifeworld an Politics in the Age of the Internet. *The information society*(25), 91-104.
- Bakardjieva, M., & Feenberg, A. (2002). Community technology and democratic rationalization. *The information society*(18), 181-192.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid, España: Akal.
- Barnes, J. A. (Febrero de 1957). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human relations*, 7(1), 39-58.
- Barney, D. D. (2004). *The network society*. Cambridge, U.K.: Polity Press.
- Beaulieu, A. (2004). Mediating Ethnography: objectivity and making of ethnographies of the Internet. *Social Epistemology*, 18(2), 139-163.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2008). *Generación Global*. Barcelona, España: Paidós.
- Bell, D. (1984). La telecomunicación y el cambio social. En M. de Moragas Spa, *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Benítez Ponce, A. F. (8 de Marzo de 2012). Community Manager. Sociedad en Movimiento. (A. Herrera Chávez, Entrevistador) D.F., México.
- Boulianne, S. (2009). Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research. *Political Communication*, 26(2), 193-211.
- Bourdieu, P. (2002). *Las estructuras sociales en la economía*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. D.F., México: Grijalbo.
- Budka, P., & Kremser, M. (2004). CyberAnthropology- Anthropology of Ciberculture. En S. Khittel, B. Plankensteiner, & M. Six-Hohenbalken (Edits.), *Contemporary issues in socio-cultural anthropology. Perspective and research activities from Austria* (págs. 213-226). Viena, Austria: Loecker Verlag.

- Cabrero Mendoza, E. (2005). *Acción pública y desarrollo local*. D.F., México: F.C.E.
- Carrillo Chehade, J. (20 de Abril de 2012). Coordinador educativo y juvenil. Reacciona Tijuana. (A. Herrea Chávez, Entrevistador) Tijuana, México.
- Carroll, W. K., & Hackett, R. A. (2006). Democratic Media Activism Through the Lens of Social Movement Theory. *Media, Culture & Society*(28), 83-104.
- Castells, M. (Enero-Marzo de 2000). Material for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5-24.
- Castells, M. (2003a). Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica. En J. I. Porras, & R. Araya (Edits.), *e-democracia. Retos y oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la sociedad de la información* (págs. 17-43). Santiago de Chile: Universidad Bolivariana.
- Castells, M. (2003b). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, España: Debolsillo.
- Castells, M. (2005). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. (Vol. I). D.F., México: Siglo veintiuno editores.
- Cemefi. (2012a). *Perfil de Facebook del Congreso Cemefi Puebla*. Recuperado el 13 de Mayo de 2012, de <https://www.facebook.com/pages/Congreso-Cemefi-Puebla/112716632114735>
- Cemefi. (2012b). *Cemefi. Centro Mexicano para la Filantropía*. Obtenido de www.cemefi.org
- Centro Mexicano para la Filantropía A.C.; Iniciativa Ciudadana para la Promoción de la Cultura del Diálogo A.C.; Gestión Social y Cooperación A.C. (2011). *Una fotografía de la Sociedad Civil en México. Informe Analítico del Índice CIVICUS de la Sociedad civil*. D.F, México.
- Chesher, C. (1997). The onthology of digital domains. En D. Holmes (Ed.), *Virtual politics. Identity and community in cyberspace* (págs. 79-92). London, UK: Sage Publications.
- Clift, S. L. (2004). *E-government and Democracy. Representation and citizen engagement in the information age*. Obtenido de <http://www.publicus.net/articles/cliftegovdemocracy.pdf>
- Cohen, J. L., & Arato, A. (2002). *Sociedad Civil y Teoría Política*. D.F., México: F.C.E.
- Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León y la Red de Asesores Tecnológicos de Castilla y León. (2010). *Guía TIC de Castilla y León*. Informe, Castilla y León.
- Consulta Mitofsky. (2011). *Perfil de usuarios de redes sociales en Internet. Facebook y Twitter*. Trackig Poll Roy Campos, D.F.
- Cortés Vázquez, L. (28 de Febrero de 2012). Directora de Investigación y Política Pública. Cemefi. (A. Herrera Chávez, Entrevistador) D.F., México.

- Crovi Druetta, D. (2008). Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC. *Contratexto Digital*, 5(6), <http://www1.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v6/index.html>.
- Crovi Druetta, D., & López González, R. (Mayo-Agosto de 2011). Tejiendo voces: jóvenes universitarios opinan sobre la apropiación de Internet en la vida académica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 56(212), 69-80.
- de Moraes, D. R. (2005). Comunicación virtual, activismo político y ciudadanía. *Congreso Internacional Comunicación y Realidad III. La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance*, (págs. 67-76). Barcelona.
- Deane, A. (2003). *Increasing Voice and Transparency Using ICT Tools: (E-Government, E-Governance)*. World Bank.
- Dery, M. (1998). *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*. Madrid, España: Siruela.
- Earl, J., & Schussman, A. (2002). The new site of activism: Online organizations, movement entrepreneurs, and the changing location of social movement decision making. En P. G. Coy (Ed.), *Consensus Decision Making: Northern Ireland and Indigenous Movements* (Vol. 24, págs. 155-187). Amsterdam-Boston: JAI Press Inc.
- El Universal. (17 de Agosto de 2010). *Aplicación en celular guiará a migrantes a EU*. Recuperado el 17 de Agosto de 2010, de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/702235.html>
- Esteinou, J. (2003). *Ciberlegenda*. Recuperado el 20 de Marzo de 2005, de Internet y el Estado ampliado: la construcción del homo ciberespacial: <http://www.uff.br/mestcii/javier1.htm>
- Feldman, M. P. (Marzo de 2002). La revolución de Internet y la geografía de la innovación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*(171), 60-74.
- Fernandez Burgueño, P. (2 de Marzo de 2009). *Clasificación de redes sociales*. Recuperado el 2011 de Marzo de 11, de Blog de Derecho – Pablo Fdez. Burgueño: <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Flichy, P. (2007). *Understanding technological innovation . A sociotechnical Approach*. Northampton, E.U.A: Edward Elgar Publishing.
- Frissen, V., & Bockxmeer, H. v. (2001). The paradox of individual comitment. The implications of the Internet of the Internet for social envolvement. *Communications & Strategies*(42), 225-258.
- García Hernández, A. (27 de Febrero de 2012). Crisis alimentaria, por que se rompió circulo virtuoso. *La Jornada*, pág. 2. Obtenido de La Jornada.
- Gayosso, B. (Julio de 2003a). Cómo se conectó México a Internet (1ra parte). *[en línea] Revista Digital Universitaria*, 4(3). Obtenido de Revista Digital Universitaria .

- Gayosso, B. (Agosto de 2003b). Cómo se conectó México a Internet (2da parte). [en línea] *Revista Digital Universitaria*, 4(4).
- Gayosso, B. (Octubre de 2003c). Como se conectó México a Internet (3ra parte). [en línea] *Revista Digital Universitaria*, 4(5).
- Geertz, C. (1982). El impacto del concepto de cultura en el concepto de hombre. En C. Geertz, *La interpretación de las culturas* (págs. 43-59). D.F., México: GEDISA.
- Generalitat de Catalunya. (2012). *Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalitat de Catalunya*. Informe, Cataluña.
- Giddens, A. (1999). *La tercera vía*. Madrid, España: Taurus.
- Gobierno Vasco. (2011). *Guía de usos y estilos en Redes del Gobierno Vasco*. Obtenido de http://www.irekia.euskadi.net/assets/a_documents/1218/Gui%CC%81a_de_usos_y_estilo_en_las_Red_Sociales_del_Gobierno_Vasco.pdf
- González Reyes, S. (28 de Febrero de 2012). Responsable de OSC. (A. Herrera Chávez, Entrevistador) D.F., México.
- Griswold, W. (2000). *Cultures and societies in a changing world*. California, E.U.A.: Pine Forge Press.
- Gunsteren, H. v. (1998). *A theory of citizenship: organizing plurality in contemporary democracies*. Boulder: Westview Press.
- Gutiérrez Ramírez, S., Guillén Mondragón, I. J., & Valladares Sánchez, C. E. (2004). La relevancia de la metodología cualitativa en los estudios de caso socioorganizacionales. En Á. F. Nebbia, & M. Mora, *Análisis social e identidades*. D.F., México: UAM-I/ Plaza y Valdes.
- Hakken, D. (1999). *Cyborgs@Cyberspace? An ethnographer looks at the future*. U.S.A: Routledge.
- Hardy, T. (2003). Inteligencia artificial para TIC's. En J. I. Porras, & R. Araya (Edits.), *e-democracia. Retos y oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la sociedad de la información* (págs. 95-123). Santiago, Chile: Universidad Bolivariana.
- Held, D. (1987). *Modelos de democracia*. México: Alianza Editorial.
- Hernández Corrochano, D. (2005). Capital social y construcción de ciudadanía en México. En J. Morquecho Sandoval (Ed.), *Demos ante el espejo. Análisis de la cultura política y la prácticas ciudadanas en México* (pág. 301.316). D.F., México: U.N.A.M.
- Herrera, A. (2012). Posibilidades de movilización política en la era digital. En E. Ramírez Leyva, & G. Ruíz de la Torre (Edits.), *Estudios culturales territorios encontrados* (págs. 272-285). D.F., México: U.A.M.- Azcapotzalco.

- Herrera, A., & Valverde, K. (2008). El uso de las tecnologías de la información y comunicaciones como un nuevo elemento de análisis social. La internet como rizoma social. En C. Puga, *Formación en ciencias sociales en México. Una mirada desde las universidades del país* (págs. 131-145). D.F., México: ACCECISO.
- Hine, C. (2004). *La etnografía virtual*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Hofkirchner, W. (2007). A critical social system view of the Internet. *Philosophy of the Social Sciences*(4), 471-500.
- Holmes, D. (2001). *E-gov: E-business strategies for government, Londres*. Londres, U.K.: Nicholas Brealey Publishing.
- Ilich, F. (12 de Octubre de 2003). *De como vencimos el miedo y decidimos jugar con la frontera. Borderhack*. Recuperado el 18 de Julio de 2009, de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2003/10/12/mas-fran.html>
- Ilich, F., & Rosales, L. H. (2000). *Borderhack 2000*. Recuperado el 12 de Julio de 2009, de Subsól: http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors/ilichtext.html
- Indesol. (2012). *Conoce Indesol*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2011, de Indesol: http://www.indesol.gob.mx/es/web_indesol/Quienes_somos
- INEGI. (2010). *Número de Habitantes*. Recuperado el 10 de 04 de 2012, de Cuéntame...población: <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>
- INEGI. (2011). *Estadísticas sobre la disponibilidad y uso de tecnología de la información y comunicación en los hogares, 2010*. D.F.: INEGI.
- INEGI. (2012). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de INEGI: <http://www.inegi.org.mx/>
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey-Campus Estado de México. (30 de Junio de 2010). *Estudio 2010 de Hábitos y Percepciones de los Mexicanos Sobre Internet y Diversas Tecnologías Asociadas*. Recuperado el 1 de Junio de 2011, de [www.itesm.mx/sistema/cms/snc/docs/firmas/\(30jun10\)-OI_WIPMexico2010.pps](http://www.itesm.mx/sistema/cms/snc/docs/firmas/(30jun10)-OI_WIPMexico2010.pps)
- IWS. (2012). *Latina American Internet usage statistics*. Recuperado el 28 de Febrero de 2012, de Internet World Stats. Usage and population statistics: <http://www.internetworldstats.com/stats10htm#spanish>
- IWS. (2012b). *List of countries by digital access index- DAI Ranking*. Recuperado el 20 de Junio de 2012, de Internet World Stats. Usage and Population Statistics: <http://www.internetworldstats.com/list3.htm>

- Janowitz, M. (1974). El estudio de la comunicación de masas. En *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales*. Madrid, España: Editorial Aguilar.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Jensen, M. J., Danziger, J. N., & Venkatesh, A. (2007). Civil society and cyber society: the role of the Internet in community associations and democratic politics. *The Information Society*(23), 39-50.
- Jones, S. (Ed.). (1999). *Doing Internet research*. E.U.A.: SAGE Publications.
- Juris, J. S. (Enero de 2005). The New Digital Media and Activist Networking within Anti-Corporate Globalization Movements. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 189-208.
- Kahn, R., & Kellner, D. (Marzo de 2005). Oppositional Politics and the Internet: a Critical/Reconstructive Approach. *Cultural politics: an International Journal*, 1(1), 75-100.
- Kang, M. K. (1998). The Grass-roots online movements and changes in corean civil society. *The review of media, information and society*, 3, 109-128.
- Kellner, D. (15 de Agosto de 2004). *Globalization, Technopolitics and Revolution*. Recuperado el 16 de Abril de 2006, de <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona, España: Paidós.
- Latour, B. (1992). *Ciencia en acción*. Barcelona, España: Labor.
- Lechner, N. (2000). Desafíos de un desarrollo humano: individualización y capital social. En B. Klisberg, & L. Tomassini, *Capital Social y Cultura: Claves estratégicas para el Desarrollo* (págs. 101-127). Buenos Aires, Argentina: B.I.D-F.C.E.
- Lenk, K., & Neumann, F. (. (1989). *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*. España: Editorial Anagrama.
- Leontiev, A. (. (1983). *El desarrollo de psiquismo*. Madrid, España: Akal/ Universitaria.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, España: Paidós.
- Lévy, P. (24 de Septiembre de 2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. (Organización Panamericana de la Salud) Recuperado el 10 de Marzo de 2008, de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org>
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital* (Primera ed.). Barcelona, España: Anthropos Editorial.

- Long, N. (2001). *Development sociology: actor perspective*. Routledge , NY-Londres. Pp65-66. Routledge- N.Y.-Londres, E.U.A.-Inglaterra.
- Machlup, F. (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the US*. Princeton, Nueva Jersey, E.U.A.: Princeton University Press.
- Macias, I. (15 de Enero de 2012). *Usuarios de redes sociales reúnen víveres para indígenas rarámuris*. Obtenido de Milenio: www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/86da870ebb1155bc8ac5ad3188f3a88d
- Mackay, H., Maples, W., & Reynolds, P. (2005). *Investigating the Information Society*. Londres, Inglaterra: Routledge en asociación con la Open University.
- Marí Sáez, V. M. (2007). Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 12(22), 453-471.
- Marí Sáez, V. M. (Enero-Abril de 2010). Crítica del concepto de "capital social" (Putman) y propuesta del enfoque de "capital informacional" (Hamelink) para el análisis y el diseño de estrategias de apropiación social de las TIC por parte de los movimientos sociales. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, XII(1), 1-16.
- Martínez Nicolás, M. (2010). De la brecha digital a la brecha cívica. Acceso a las tecnologías de la comunicación y participación ciudadana en la vida pú. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*(86), 1-14.
- Martínez, M. (1996). *Comportamiento Humano*. D.F., México: Trillas.
- Masuda, Y. (1994). *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*. Madrid, España: Tecnos.
- McCaughy, M., & Ayers, M. D. (Edits.). (2003). *Cyberactivism. Online activism in theory and practice*. N.Y.- London, U.K.: Routledge.
- Méndez, A. (Enero-Abril de 2005). Algunas consideraciones sobre la construcción del paradigma de la sociedad de la información. *Acta Sociológica. La sociedad de la información y las transformaciones sociales*(43), 9-30.
- Millán, J. A. (11 de Abril de 1997). *Internet, una red para el español*. Recuperado el 7 de Diciembre de 2009, de <http://jamillan.com/internet.htm>
- Millward-Brown. (2011). *Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos (4ta edición)*. Millward Brown, D.F.
- Miniwatts Marketing Group. (30 de Septiembre de 2009). *Internet World Stats*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2009, de Internet usage statistics. The Internet big picture: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

- Mosquera V., M. A. (Septiembre-Diciembre de 2008). De la etnografía antropológica a la etnografía virtual. Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet. *Fermentum*(53), 532-549.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2008). *Digital Citizenship. The Internet, society and participation*. Cambridge, E.U.A: The MIT Press.
- Moy, P., Manosevitch, E., Stamm, K., & Dunsmore, K. (2005). Linking Dimensions of Internet use and civic engagement. *Journalism and mass communication quarterly*(82), 571-586.
- Muñiz González, R. (s.f.). *Networking para todos*. Recuperado el 24 de Mayo de 2011, de CEF: <http://networking.marketing-xxi.com/ars-analisis-redes-sociales.html>
- Murthy, D. (2008, Septiembre). Digital ethnography: an examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
- Norris, P., & Curtice, J. (April-July de 2006). If you built a political website, will they come? The Internet and Political activism in Britain. *International Journal of Electronic Government Research*, 2(2), 1-21.
- Odina, M. (2000). *La aldea irreal. La sociedad del futuro y la revolución global*. Madrid, España: Aguilar.
- OECD. (2002). *Citizens as partners* . Obtenido de Organization for Economic and Cooperative Development: <http://oecd.org/puma/citizens/01Nov02>
- OECD. (2003). *The e-government imperative: main findings*. Obtenido de Organisation for Economic Co-operation and Development: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN015120.pdf>
- Okot-Uma, R. W. (2000). *Electronic governance: re-inventing good governance*. (C. Secretariat, Ed.) Londres, U.K.
- Olsson, T. (2008). The practices of Internet networking- A resource for alternative political movements. *Information, communication & society*, 11(Iss. 5), 659-674.
- Olvera, A. J. (2003). *Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina: México*. D.F., México: F.C.E.
- Ostrom, E. (2000). *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de la acción colectiva*. D.F.: F.C.E.
- Pérez Sáinz, J. P. (1996). Economía comunitaria y capital social. La cara oculta de la globalización en Centroamérica. *Revista Estudios Sociológicos*, XIV(41), 453-472.
- Pérez Tapias, J. A. (2003). *Internautas y Náufragos. La búsqueda del sentido en la cultura digital*. Madrid, España: Trotta.

- Petray, L. T. (2011). Protest 2.0: online interactions and aboriginal activists. *Media culture society*, 33(6), 923-940.
- Picardo, Ó. (Septiembre de 2003). *El escenario actual de las ciencias sociales: la sociedad del conocimiento*. Recuperado el 9 de Mayo de 2007, de UOC: <http://uoc.edu/dt/20318/index.html>
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. D.F., México: Paidós.
- PNUD. (2001). *Informe Sobre Desarrollo Humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*. Recuperado el 19 de Octubre de 2008, de United Nations Development Program: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2001_ES.pdf
- Porras, J. I. (2003). De Internet, a la sociedad red y la política. La emergencia de la gobernabilidad digital. *Polis*, 1(4), 1-25.
- Porras, J. I., & Araya Tagle, R. (Edits.). (2003). *E-Democracia. Retos y oportunidades para el fortalecimiento de la participación ciudadana y la democracia en la sociedad de la información*. Santiago, Chile: Universidad Bolivariana.
- Posada del Real, G. (13 de Abril de 2012). Directora de Coordinación. Reacciona Tijuana. (A. Herrera Chávez, Entrevistador) Tijuana, México.
- Posada del Real, G. (13 de Abril de 2012). Directora de coordinación. Reacciona Tijuana. (A. Herrera Chávez, Entrevistador) Tijuana, México.
- Poster, M. (Enero de 2002). Digital Networks and Citizenship. *PMLA*, 117(1), 98-103.
- Putman, R. (Diciembre de 1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *PS: Political Science and Politics*, 28(4), 664-683.
- Reacciona. (2012a). *Reacciona*. Obtenido de reacciona.org
- Reynoso López, R. (3 de Mayo de 2012). Coordinador de Comunicación. Cemefi. (A. Herrera Chávez, Entrevistador)
- Rheingold, H. (2004). *Multitudes Inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Richter, D., Riemer, K., Brocke, J. v., & Große Böckmann, S. (2009). Internet social networking - Distinguishing the phenomenon from its manifestations in web sites. *17th European Conference on Information Systems*. Verona, Italia.
- Riley, C. G. (Septiembre de 2003). *The Changing Role of the Citizen in the E-governance and E-democracy*. Obtenido de http://www.tanzaniagateway.org/docs/Changing_role_of_the_citizen_in_the_E-governance_E-democracy_equation_2003.pdf
- Rogoff, B. (1993). *Aprendices del pensamiento. El desarrollo cognitivo en el contexto social*. Barcelona, España: Paidós.

- Sade-Beck, L. (Junio de 2004). Internet ethnography: Online and offline. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(2), 1-14.
- Sánchez, L. F. (23 de Octubre de 2009). *#internetnecesario ¿El poder a la gente?* Recuperado el 15 de Diciembre de 2009, de CNN Expansion:
<http://www.cnnexpansion.com/opinion/2009/10/22/internetnecesario-el-poder-a-la-gente>
- Sandoval Almazan, R., & Gil García, J. R. (2006). *Cómo Medir la Funcionalidad de los Portales. Hacia una Evaluación de los Portales Web del Sector Público en México. Documento de Trabajo. 1er Taller Nacional para Administradores de Portales del Sector Público, D.F.*
- Sandoval, H. (14 de Mayo de 2006). 'Hacktivismo': la protesta alcanza Internet. Recuperado el 20 de Junio de 2008, de El Universal: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/138327.html>
- Sandoval, R. (20 de Junio de 2012). *Debate YoSoy132: Nuevo paradigma.* Recuperado el 30 de Junio de 2012, de Blog GobLink: <http://blogs.politicadigital.com.mx/goblink/?p=446>
- Scherer-Warren, I. (Marzo/Abril de 2005). Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información. *Nueva Sociedad*(196), 76-92.
- SenM. (2012a). *Sociedad en Movimiento.* Recuperado el 12 de Mayo de 2012, de <http://www.senm.org/v4/index.php#>
- SenM. (2012b). *México a Debate.* Obtenido de <http://www.mexicoadebate.org.mx/>
- SenM. (2012c). *Debate Pemex.* Obtenido de <http://www.debatepemex.org.mx/>
- SenM. (2012d). *Buen Ciudadano.* Obtenido de http://www.buenciudadano.org.mx/index_bc.php
- Simone, M. (Junio de 2006). CODEPINK Alert: Mediated citizenship in the public sphere. *Social semiotics*, 16(2), 345-364.
- Simone, M. (2008). Mediated networks for deliberative democracy: connecting enclave and share spheres. *Conference Papers-- National Communication Association*, (págs. 1-23).
- Somuano, M. F. (2011). *Sociedad Civil Organizada y Democracia en México.* D.F.: El Colegio de México.
- Stenersen, J. (2012). Connected citizens and networked resistance. En H. Moksnes, & M. Melin (Edits.), *Global Civil Society: Shifting Powers in a Shifting World* (págs. 131-139). Uppsala, Suecia: Universidad de Uppsala.
- Surman, M., & Reilly, K. (2005). *Apropiarse de Internet para el cambio social. Hacia un uso estratégico de las nuevas tecnologías por las organizaciones transnacionales de la sociedad civil.* Cuadreno de Trabajo de HEGO, Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, Universidad del País Vasco, Social Science Research Council.

- UIT. (2012). *Nuevo índice de Acceso Digital*. Recuperado el 4 de Junio de 2012, de Unión Internacional de Telecomunicaciones:
<http://www.itu.int/itu-news/manager/display.asp?lang=es&year=2003&issue=10&ipage=digitalAccess&ext=html>
- UN. (2012). *United Nations E-Government Survey 2012*. Obtenido de United Nations:
<http://www.un.org/prometheus21/articulos/obsciberprome/gobelec.pdf>
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*(14), 875–901.
- Van Aelst, P., & Walgrave, S. (2004). New Media, New Movements? The Role of Internet in Shaping the 'Anti-globalization' Movement. En W. Van de Donk, B. D. Loader, P. G. Nixon, & D. Rucht (Edits.), *Cyberprotest. New media, citizens and social movements* (págs. 97-122). London, U.K.: Routledge.
- Vattimo, G., Mardones, J. M., Urdanibia, I., Maffesoli, M., Savater, F., Beriain, J., & Patxi, L. (2003). *En torno a la posmodernidad*. Barcelona, España: Anthropos.
- Vegh, S. (2003). Classifying forms of online activism: The case of cyberprotests against the World Bank. En M. McCaughy, & M. D. Ayers (Edits.), *Cyberactivism: Online activism in theory and practice* (págs. 71-96). N.Y.-London, U.K.: Routledge.
- Vygotski, L. S. (1989). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona, España: Crítica.
- Wallerstein, I. (3 de Junio de 2012). *La lucha mundial de clases: la geografía de la protesta*. Recuperado el 3 de Junio de 2012, de La Jornada:
<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/03/mundo/026a1mun>
- WB. (03 de Mayo de 2011). *Definition of E-Government*. Recuperado el 3 de Mayo de 2012, de The World Bank: <http://go.worldbank.org/M1JHE0Z280>
- who.is. (2012). *Who.is. Search website rank and traffic information for any website*. Obtenido de who.is
- Wiener, N. (1981). *Cibernética y sociedad*. D.F, México: CONACYT.
- WIP. (2012). *Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. ITESM, Estado de México.
- Wolton, D. (1995). la comunicación política: construcción de un modelo. En J.-M. Ferry, *El nuevo espacio público*. Barcelona, España: Gedisa.
- Wolton, D. (1999a). *Internet ¿y después qué?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, España: Edit. Gedisa.

Wolton, D. (1999b). *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sombras*. Madrid, España: Acento Editorial.

Wolton, D. (2004). *La otra mundialización. los desafíos de la cohabitación cultural global*. Barcelona, España: Gedisa.

Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Nueva York, E.U.A.: Cambridge University Press.

ANEXOS

ANEXO 1 ENTREVISTAS A OSC

FECHA	NOMBRE Y CARGO	TIPO DE CONTACTO
25 de enero 2012	Antonio Alonso González Director Ejecutivo Sociedad en Movimiento	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
28 de febrero 2012	Lorena Cortés Vázquez Directora de Investigación y Política Pública Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
28 de febrero 2012	Sandra González Reyes Responsable de OSC Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
8 de marzo 2012	Alberto Fabián Benítez Ponce Community Manager Sociedad en Movimiento	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
13 de abril 2012	Gabriela Posada del Real Dirigente REACCIONA	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA Conocer REACCIONA
20 de abril 2012	Jorge Carrillo Chehade Coord. Educativo y Juvenil REACCIONA	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
3 de mayo 2012	Ricardo Reynoso López Coordinador de Comunicación	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

ANEXO 2 ENTRADAS POR SEMANA

	Entradas									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ESR	0	7	0	1	0	2	3	1	2	0
Rse Cemefi	0	0	0	1	0	1	3	2	4	0
Cemefi	5	12	9	12	10	19	18	20	15	19
Cif Biblioteca	1	1	0	2	2	2	2	5	2	3
Reacciona	1	7	4	1	3	4	7	4	4	0
SenM Página	0	1	1	4	0	9	2	5	6	0
SenM Perfil	1	3	2	5	3	2	3	2	1	3
México a Debate	0	13	11	26	11	3	4	2	8	15

ANEXO 3 ME GUSTA POR SEMANA

	Me gusta									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ESR	0	39	0	10	0	12	9	3	6	0
Rse Cemefi	0	0	0	1	0	0	0	23	7	0
Cemefi	12	26	39	36	21	53	85	88	66	72
Cif Biblioteca	5	5	0	2	0	170	0	16	3	8
Reacciona	9	67	5	1	4	27	54	17	12	0
SenM	0	20	8	2	0	4	1	5	7	0

Página										
SenM Perfil	2	12	10	2	3	1	9	2	0	60
México a Debate	0	15	12	100	12	6	420	9	153	269

ANEXO 4 COMENTARIOS RECIBIDOS POR SEMANA

	Comentarios									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ESR	0	8	0	0	0	1	0	1	1	0
Rse Cemefi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cemefi	1	2	0	0	0	3	1	21	3	19
Cif Biblioteca	6	0	0	5	0	26	0	5	0	2
Reacciona	7	23	1	0	0	0	2	2	0	0
SenM Página	0	1	2	0	0	0	0	3	4	0
SenM Perfil	0	1	3	0	0	1	5	0	0	21
México a Debate	0	3	1	123	4	29	138	6	72	102

ANEXO 5 INDICADORES DE USO DE FACEBOOK DE OSC

		Empresa Socialmente Responsable Cemefi (Rse Cemefi)	Rse Cemefi	Centro Mexicano Filantropía (Cemefi)	Cif Biblioteca Cemefi	Sociedad en Movimiento (Página)	Sociedad en Movimiento (Perfil)	Sociedad en Movimiento (México a Debate)	Reacciona
Audiencia	Simpatizantes	4216	845	2808	519	562	687	2660	2309
	Entradas	16	11	139	21	29	25	93	35
Interacciones	Comentarios	11	0	50	44	10	31	478	35
	Comparticiones	18	3	107	221	29	51	502	35
	Me gusta	79	31	505	210	47	101	996	196
Interés	Conversación	0.687	0	0.359	2.095	0.34	0.607	5.139	1
	Amplificación	1.125	0.272	0.769	10.52	1	2.04	5.397	1
	Aceptación (applause)	4.937	2.818	3.633	10	1.62	4.04	5.139	5.6
	Interacciones	6.75	3.09	1.884	22.61	2.96	7.32	21.24	7.6
Compromiso	Conversación	0.002	0	0.017	0.084	0.017	0.045	0.179	0.015
	Amplificación	0.004	0.003	0.038	0.425	0.051	0.074	0.188	0.015
	Aceptación (applause)	0.018	0.036	0.179	0.404	0.083	0.147	0.374	0.084
	Interacciones	0.025	0.04	0.093	0.915	0.186	0.266	0.742	0.115