



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES

Identidad y ciberactivismo: participación social y política en
los jóvenes de Hidalgo

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRA EN CIENCIAS SOCIALES

Presenta:

LIC. ELIENAI ELIZABETH ROMERO MENDOZA

Directora de Tesis:

DRA. SANDRA FLORES GUEVARA

Lectoras de Tesis:

DRA. JOSEFINA HERNÁNDEZ TÉLLEZ

DRA. ROSA ELENA DURÁN GONZÁLEZ

Pachuca de Soto, Hidalgo, mayo 2019

Índice

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: COMUNICACIÓN, INTERNET Y SOCIEDAD	13
1.1 La comunicación y su estatus frente a los modelos teóricos	16
1.1.1 Modelos comunicativos desde Aristóteles hasta los medios digitales	17
1.2 Convergencia tecnológica y las nuevas posibilidades de comunicación	23
1.2.1 Nuevos medios, nuevas formas, nuevos modos de pensar	24
1.2.1 Digitalización y nuevos lenguajes	26
1.3 La participación social y medios de comunicación, el reto contemporáneo	28
1.3.1 Niveles de participación en los medios digitales	29
1.3.2 ¿Quiénes participan en la sociedad de la información?	30
1.3.3 Sociedad de la información, una sociedad con poder	32
1.3.4 Brecha digital, entre enchufados y desenchufados	33
1.4 Internet como un nuevo mundo de posibilidades comunicativas	34
1.4.1 Surgimiento y evolución de Internet	38
1.4.2 Ámbitos en los que interviene Internet	40
1.5 Cibercultura	41
1.5.1 ¿Qué es lo virtual?	43
1.5.2 De lo virtual a lo real	44
1.5.3 Interactividad, construcción de discursos	45

1.6 Redes sociales virtuales, la comunicación del nuevo milenio.....	47
1.6.1 Concepto y evolución	47
1.6.2 Ámbitos en los que participan las Redes Sociales Virtuales	49
1.6. 3 Principales Redes Sociales Virtuales en México.....	51
CAPÍTULO II: CIBERACTIVISMO, PARTICIPACIÓN EN LA RED	53
2.1 ¿Qué es la participación?	54
2.1.1 Factores que inciden en la participación social.....	58
2.1.2 Formas y niveles de la participación.....	59
2.1.3 Actores de la participación social.....	60
2.2 Nuevas formas de participación social en el ciberespacio	62
2.2.1 Motivos para la participación social	64
2.2.2 Dificultades que impiden la participación social.....	65
2.2.3 De los modelos de participación social presenciales al ciberactivismo	66
2.3 Política contemporánea	68
2. 3.1 Participación política.....	71
2.3.2 Ciberactivismo: una forma de participación política y social	74
CAPÍTULO III: IDENTIDAD, ACCIÓN COLECTIVA Y MOVIMIENTOS SOCIALES ...	77
3.1 Concepto de identidad individual	78
3.2 Identidad individual y colectiva	82
3. 3 Identidad en el ciberespacio.....	83
3.4 Acercamiento a la Acción social y colectiva en el Activismo.....	86

3. 5 Movimientos Sociales y ciberactivismo	92
3.6 Movimientos Sociales en la Red.....	95
3.6.1 Zapatismo.....	97
3.6.2 De la Primavera Árabe al Yosoy132.....	100
APARTADO METODOLÓGICO	109
Justificación metodológica	111
Lugar de la investigación.....	114
Aproximación a la categoría joven desde el punto de vista biológico y social.....	118
Propuesta metodológica.....	121
ANÁLISIS ETNOGRÁFICO VIRTUAL	152
CONCLUSIONES	175
BIBLIOGRAFÍA.....	186

INTRODUCCIÓN

Internet ha logrado abrir nuevas formas de acceso a la información, así como posibilidades de participación en escenarios inimaginables, y más aún con la llegada en el siglo XXI de las llamadas redes digitales, en las cuales se encuentran representadas todas las actividades del ser humano.

Las redes sociales digitales son escenarios alternativos que posibilitan la interacción social, donde un grupo de personas se involucran con un mismo objetivo o causa generando a través de relaciones comunicativo-dialógicas una comunidad virtual o redes ciudadanas. Estas comunidades virtuales se labran en el ciberespacio creando una nueva cultura de participación que empoderan al usuario al participar dentro de estos espacios digitales.

Es a través de escenarios digitales, como Facebook, que los jóvenes, siendo los usuarios que más pasan tiempo frente a un dispositivo tecnológico se vuelven cada día más autónomos con el uso frecuente de internet, logrando apoyar activamente en su sociedad con de su participación social y política desde su perfil de Facebook.

Como resultado de esta participación activa por medio de imágenes, vídeos, publicaciones o eventos los jóvenes definen su identidad, ya que se existen jóvenes activistas en el estado de Hidalgo que se apasionan por causas u objetivos específicos que dan a conocer en estos espacios contemporáneos, logrando así un ciberactivismo que en muchos casos atraviesa la pantalla para confluir en el espacio real.

En definitiva, el proceso de comunicación ha cambiado, pues las ventajas que ofrecen las redes sociales digitales le permiten la participación activa de los jóvenes convirtiéndose en usuarios *prosumer*, que emiten y comparten contenido sin filtros ni restricciones en apoyo a una causa que los identifica.

El planteamiento del problema de este trabajo versa sobre las redes sociales digitales que se han incrustado en la vida de los seres humanos modificando prácticas y hábitos socioculturales donde permea una nueva forma de crear cultura en la sociedad. Dentro de estos cambios estructurales los jóvenes son quienes utilizan con más frecuencia estas plataformas, (Asociación Internet, 2016) participando de manera activa a través de las bondades que las herramientas de las redes sociales le dan para expresarse y comunicarse libremente. Compartir un meme en Twitter o realizar un post en Facebook resulta ser tan cotidiano entre ellos que muchos se autodefinen como ciberactivistas, debido a que estos hábitos y prácticas y socioculturales posibilitan nuevas formas de crear y expresar su identidad.

En este sentido, las redes sociales virtuales según Caldevilla (2010) son:

“ [...] escenarios que posibilita formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas (conocidas o desconocidas), grupos e instituciones. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

Según la Asociación de Internet (2016) en México los cibernautas navegan 7 horas 14 minutos diariamente, esto equivale a 1 hora 15 minutos más que en el 2015. Al observar estas cifras se hace latente que se consume gran cantidad tiempo tras la pantalla, donde la principal actividad resulta ser el acceso a las redes sociales. El uso Facebook, Twitter, WhatsApp u otras redes sociales se ha vuelto cotidiano en nuestras vidas, por tanto, ha emergido una cultura entre los jóvenes que les ha permitido organizarse, comunicarse, generar contenido, compartir memes, chatear, realizar videollamadas e incluso convocar a otros a participar (González, Becerra y Yañez 2016).

A partir del cambio de paradigma mediático, los medios tradicionales convergen con los nuevos medios, entre ellos las redes sociales, donde ahora el poder se encuentra distribuido y los individuos tienen la capacidad de participar de manera horizontal generando su propia participación social sin filtros ni restricciones (Jenkins, 2006). Una nueva forma de participación social que ha emergido en el Internet, es el ciberactivismo.

De-Ugarte (2007) define al ciberactivismo como:

“Toda forma de participación social que se da por medio del uso de las TIC, distinguiéndose porque persigue cambiar la situación actual a través de la movilización y la militancia”.

Fernández (2012) menciona que el ciberactivismo también es llamado activismo digital o netactivismo y se refiere al uso normal y no destructivo de Internet debido a que persigue una causa u objetivo en común. Así los jóvenes al sentirse identificados con alguna causa (ecológica, educativa, política, etc.) deciden adherirse a este fin renunciando a su identidad individual a favor de una identidad colectiva donde al compartir un meme, hashtag o un teew (Bajo, 2014) se pretende generar un cambio de mentalidad en las personas que reciban su mensaje.

Es entonces, que esta investigación pretende identificar a jóvenes ciberactivistas hidalguenses, que publiquen contenido con una causa social específica con la cual se sientan identificados en su perfil de Facebook, creando entonces con esta participación ciberactivismo.

Así mismo, las preguntas de investigación que se intentarán contestar a lo largo de esta investigación son las siguientes: ¿Cómo la participación social logra construir la identidad de los jóvenes de Hidalgo cuando interactúan con otros a través lo que publican en Facebook?, ¿Qué procesos de relación se entrelazan al utilizar Facebook los jóvenes activistas? ¿Qué ciberprácticas y ciberhábitos realizan los jóvenes activistas de Hidalgo cuando interactúan con otros a través de Facebook? ¿Por qué utilizan los escenarios digitales las asociaciones civiles y fundaciones digitales del estado de Hidalgo?

Por lo tanto, el objetivo general de esta investigación es definir la participación social de los jóvenes de Hidalgo cuando interactúan con otros a través de Facebook y como esta participación social logra definir su identidad.

Y los objetivos específicos que coadyuvan a lograr esta investigación son: Identificar jóvenes ciberactivistas que participen social y políticamente con el contenido que emiten a través de Facebook, reconocer los procesos de relación que generan los jóvenes ciberactivistas al utilizar cotidianamente Facebook para defender su causa, identificar las ciberprácticas y ciberhábitos que realizan los jóvenes activistas de Hidalgo cuando interactúan con otros a través de Facebook y comprobar el uso de los escenarios digitales por parte de las asociaciones civiles y fundaciones del estado de Hidalgo

Es entonces, la justificación de este trabajo, primeramente, desde la pertinencia de este estudio en una maestría en ciencias sociales, debido a que el fenómeno a estudiar se considera un estudio socio antropológico puesto que se intenta definir la participación social y política de los jóvenes de –Hidalgo al interactuar con otros a través de las redes sociales y como esta logra definir su identidad colectiva. Al hablar de jóvenes cibernautas en las redes sociales resulta inherente estudiar el concepto joven desde una mirada social, cultural y biológica.

Así mismo, esta investigación se decide mirar a través del campo disciplinar de las ciencias de la comunicación obedece a que el fenómeno que se intenta estudiar se gesta dentro redes sociales digitales, que evidentemente es un medio de comunicación no tradicional, ya que dentro de ellas existe una comunicación horizontal donde no hay restricciones y los usuarios pueden expresar con libertad su participación, una participación donde ellos dejan de ser el receptor pasivo y hoy con la “convergencia participativa” los usuarios juegan un papel activo siendo emisor y receptor al mismo tiempo. También a través del uso cotidianos de las redes sociales resultan no ser únicamente instrumentos o medios a través de los cuales se difunde la cultura, sino que se convierten, ellas mismas, en una nueva forma de crear cultura.

La antropología social abonará a esta investigación debido a que el ciberactivismo se gesta en colectivo, intentando estudiar su organización y estructura. También al estudiar la identidad ciberactivista desde el campo de la antropología resulta necesario tomar que el colectivo tiene una construcción social, histórica y culturalmente situada. Por último, el contexto geográfico donde se intenta realizar la investigación será tomado en cuenta desde una mirada antropológica.

Existen investigaciones dentro del campo de las ciencias sociales en México y en el mundo sobre la identidad ciberactivista, pero debido a la intensa masificación y propagación de las TIC no se ha analizado a profundidad todos los procesos que se gestan al interior. Cabe mencionar que los estudios sobre el mismo son recientes además hasta el momento no existe teoría sobre ciberactivismo, por ello es

necesario abonar trabajos para la construcción de un abordaje teórico pertinente para el área.

Como bien lo mencione existen investigaciones sobre identidad ciberactivista, pero en su mayoría son en ciudades capitales, por el efecto Cosmopolitan que generan las cercanías con la tecnología o en otros países, a diferencia que esta investigación se realizará en un contexto no urbanizado con poco acceso a Internet. Por todos los motivos aquí presentados considero de suma importancia realizar mi investigación dentro del campo de las ciencias sociales.

ESTADO DEL ARTE

El presente estado del arte forma parte de los estudios revisados para el proyecto de investigación titulado “Identidad y ciberactivismo: Participación social y política en los jóvenes de Hidalgo”, que se adscribe a las disciplinas de ciencias de la comunicación y antropología social.

Este estado del arte se encuentra dividido en las principales categorías de análisis de esta investigación, las cuales son: Internet, redes sociales virtuales, convergencia tecnológica, ciberactivismo en jóvenes, movimientos sociales en la red e identidad digital.

El tema de las redes sociales virtuales ha permitido abrir nuevos campos de estudio fértiles en el área de la comunicación. Esta investigación centrará su análisis en una participación social y política de los ciudadanos mediada y potencializada por las redes virtuales, la mayor parte de investigaciones que enriquecen este estudio pertenecen a estudios contemporáneos, los cuales tienen sus inicios en España y Argentina, que poco a poco han llegado a México, principalmente en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) así como Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).

A grades grupos agruparé las investigaciones en cuatro grandes grupos, primeramente, se presentan investigaciones que hablen de la importancia del Internet en la sociedad, su creación, así como evolución y el mundo de posibilidades que se han abierto a partir de la llegada de la Web 2.0.

Posteriormente, tocó investigaciones que hablen de la convergencia tecnológica que ha permitido la llegada de los medios digitales con todas las características y nuevos lenguajes que han traído con ellos, así como una invitación de los medios tradicionales a potencializarse en el ciberespacio.

En el 2002, con la llegada de las redes virtuales surge una nueva cultura de participación dentro de estas plataformas que permiten estructurar las principales actividades del ser humano en ellas y donde el ciudadano se siente empoderado para participar dentro de estos espacios digitales. En este apartado se categorizará el concepto de redes sociales virtuales, las distintas posibilidades que ofrecen, así como el reto contemporáneo que ofrecen de una participación social más frecuente en bien de la comunidad.

Finalmente, se hará énfasis en la participación social y política de los jóvenes en la red que recibe el nombre de ciberactivismo y que se ha potencializado con los beneficios de la red al materializar el llamado virtual en espacios públicos, todos identificados por una misma causa que en su mayoría es en contra del Estado.

1.- Los estudios sobre la importancia de Internet en la sociedad, su conceptualización y evolución.

Algunos ejemplos de estas investigaciones son:

“El impacto del Internet en la sociedad”, de Manuel Castells cuyo objetivo de este trabajo es mostrar las posibilidades que se han abierto desde la llegada de Internet, como tecnología que ha modificado la participación, la democracia, las prácticas sociopolíticas. Estos cambios vertiginosos por los que atraviesa la sociedad se deben a la estructura horizontal y descentralizada de Internet que permite a los ciudadanos levantar su voz. El autor también realiza un recorrido histórico por el surgimiento y evolución de Internet hasta la llegada de las llamadas redes sociales virtuales.

En el trabajo de Christine Hine *Etnografía virtual. Nuevas tecnologías y sociedad*”, se hace una invitación al investigador social a tener un acercamiento con Internet como “artefacto cultural” y como “cultura”, puesto que las tecnologías son cambiantes la etnografía resulta ser la metodología ideal que se adapta a estos

vertiginosos cambios. También analiza las diversas teorías que han surgido en torno a Internet. Finalmente realiza una etnografía sobre la identidad e identificación entre las páginas web y los grupos de noticias.

El estudio “Cibercultura” de Pierre Levy es el pionero de los estudios ciberculturales, donde se argumenta que no es posible entender las tecnologías aisladas de la sociedad y la cultura puesto que las relaciones verdaderas no se dan pues entre la tecnología y la cultura sino entre una multitud de actores humanos que inventan, producen utilizan e interpretan diversamente unas técnicas que son los artefactos, conexiones y dispositivos que forman el ciberespacio.

2.- Los estudios sobre los medios de comunicación y la convergencia tecnológica son los siguientes:

El estudio “Hipermediaciones. Elementos para una comunicación digital interactiva” de Carlos Scolari realiza una revisión conceptual y abordaje teórico de los medios digitales, a manera de trastocar la convergencia tecnológica que comenzó en los años 80 con la aparición de nuevos discursos y características como son la interactividad, hipertextualidad, comunicación de muchos a muchos. En una primera fase el autor realiza una revisión conceptual de los modelos de comunicación y su evolución, así como posteriormente toca las categorías de medios digitales y cibercultura.

“El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital” de Lev Manovich es una investigación donde presenta su “teoría del presente” que documenta el paradigma de investigación de los nuevos medios, puesto que es importante estudiar este proceso de cambio, a pesar de que el presente evolucione de una manera tan vertiginosa. El método de análisis que utiliza el autor para los nuevos pasa por una informatización de la cultura que ha propiciado el surgimiento de nuevas formas en la cultura y la redefinición de las formas culturales ya existentes.

La investigación “Medios de comunicación: historia, lenguaje y características” de Marco Bonvín hace énfasis en la importancia de los medios de comunicación para compartir información y llegar a grandes audiencias. Primeramente, se hace un recorrido histórico desde el surgimiento de la prensa, radio, televisión, publicidad y recientemente el Internet. Con la llegada del Internet todos los medios tradicionales se potencializaron y ahora combinan sus ventajas propias con las bondades que ofrece internet para llegar a mayores audiencias y a todo tipo de público.

3.- Las redes sociales virtuales ofrecen un mundo de posibilidades, así como su concepto e importancia en diversos ámbitos.

Algunos ejemplos de estas investigaciones son:

La investigación “Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultura” de Sandra Flores ofrece un abanico de investigaciones que se centran en el fenómeno de las redes virtuales, debido a que el uso frecuente y cotidiano de estas plataformas ha traído consigo nuevos hábitos y practicas ciberculturales donde atraviesan una gran cantidad de actividades humanas. En repentinas ocasiones se conceptualiza el término de redes sociales digitales, así como la penetración que ha tenido Internet en la sociedad desde su llegada.

La investigación “Ecosistema digital. Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet” de Guillermo López García centra su atención en el impacto de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información (NTIC) en la sociedad, las cuales constituyen, muy probablemente, el acontecimiento histórico más relevante de las últimas décadas. Es así que con la llegada de las redes sociales virtuales se abren nuevos canales de participación, donde se abandona el tradicional paradigma de uno a muchos y actualmente se vive una comunicación de muchos a muchos, donde el usuario puede participar activamente en el periodismo e incluso en la democracia.

El estudio “Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto” de J: Ignacio Criado y Francisco Rojas versa sobre los diferentes ámbitos de la vida cotidiana que ha trastocado estos escenarios digitales, por no decir todos. En este sentido, la Administración pública también ha sufrido cambios desde las llegadas de estas plataformas, debido a que han posibilitado la participación de los ciudadanos en asuntos de gobernanza. Las redes sociales no son sólo medios de comunicación, sino que para la Administración pública se han convertido en mecanismos orientados a la integración de los ciudadanos en las actividades de las instancias públicas, por ejemplo, mediante la coproducción de servicios públicos o la coparticipación en el diseño de las políticas públicas. Finalmente, se reconoce que la gestión de políticas públicas a través de las redes sociales es limitada, pero estas se potencializarán con ciudadanos activos en el uso de redes sociales virtuales y entre más alcances geográficos alcance Internet.

4.- La última categoría engloba la participación social y política de los jóvenes en la red que recibe el nombre de ciberactivismo y que se ha potencializado con los beneficios de la red al materializar el llamado virtual en espacios públicos.

Algunos ejemplos de estas investigaciones son:

En su obra “El poder de las redes sociales” de David De-Ugarte cuyo enfoque es político y social. Su objeto de estudio es el ciberactivismo que se gesta a partir del surgimiento de la blogsfera. Propone a la Web 2.1, como propuesta y como alternativa pues mantiene una distribución de poder diferente en la que los millones de usuarios pueden publicar su propia información y participar de la información que publican millones los demás.

El objetivo de investigación “Ciberactivismo: nueva forma de participación para estudiantes universitarios” de González, M., Becerra, M. y Yañez, M. consiste en identificar a jóvenes activistas universitarios por medio de un cuestionario de preguntas cerradas y posteriormente en una segunda fase a través de entrevistas

a profundidad se determinaron puntos de inflexión en las actividades desarrolladas por estos jóvenes en las redes sociales digitales, utilizando como estrategia metodológica la narrativa de los propios estudiantes cuando interactúan con otros en las redes.

En la investigación “Redes de indignación y esperanza. Nuevos movimientos sociales” de Manuel Castells, se realiza un recorrido por los nuevos movimientos contemporáneos del siglo XXI que surgieron en un contexto virtual y que se concretaron en un espacio real, a través de la participación política no convencional, en medio de marcha, caminatas y campamentos miles de personas fueron convocadas en diferentes lugares para luchar en contra de los políticos, los abusos, las dictaduras y la lucha de clase.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN, INTERNET Y SOCIEDAD

Los seres humanos tenemos la necesidad de relacionarnos. Estas relaciones se llevan a cabo gracias a la comunicación, que implica entrar en interacción con los demás a través de un intercambio de opiniones, deseos e interpretaciones personales.

Como menciona (Bonvín, 2006) *“El sistema de comunicación verbal, ya sea en su forma oral o en su forma escrita, es el instrumento que usamos habitualmente para entendernos y darnos a entender con otras personas”*. Es así como la comunicación es una actividad que realizamos a diario, que resulta inherente a la condición de seres sociales, pues en cada una de las acciones que llevamos a cabo existe una intención de comunicar un mensaje, ya sea escrito, hablado o corporal.

En esa condición social, el individuo interacciona con sus semejantes formando grupos sociales, como lo son: la familia, la iglesia, la escuela, amigos, entre otros. Según Durán (2012) los grupos sociales son *“un número indeterminado de personas que se encuentran estructuradas e interactúan entre ellas desempeñando roles recíprocos para conseguir objetivos comunes y diversos.”*

Al pertenecer el individuo a estos tipos de grupos sociales comparte ciertas características, como son: una identidad o sentido de pertenencia, es decir, que los integrantes del grupo social trabajan y participan en colaboración para un mismo proyecto o bien común, asignando a cada individuo una tarea o rol asignado en cumplimiento del bien común del grupo social.

Es importante destacar que los individuos dentro de los diferentes grupos sociales donde interaccionan, se comunican a través del lenguaje, que resulta ser “el primer instrumento de comunicación natural” (Bonvín, 2006), que indiscutiblemente resulta

ser propia del ser humano, donde a través de códigos, signos orales u escritos lleva a cabo un intercambio de mensajes con los demás.

A través de lenguaje, los seres humanos, comparten sus ideas, pensamientos, expresiones, sentimientos y a medida que ha evolucionado la sociedad, su deseo por comunicar a más personas de manera rápida y sin fronteras ha permitido que en el siglo XX surjan los medios masivos de comunicación, los cuales permitieron que la información llegue a grandes audiencias.

Así, a través de la prensa, radio, televisión los individuos se sienten identificados con las noticias, canciones, programas, series que se divulgan en estos canales de manera instantánea y veloz. Con la llegada de Internet, a principio de los años noventa, estos medios de comunicación masivos se vieron beneficiados, pues han permitido que los medios tradicionales se digitalicen¹, permitiendo que Internet sea un soporte o vehículo para llegar a una mayor difusión y sobre todo permitir la participación activa del antes receptor pasivo, que se sentía identificado con alguna noticia en el radio, periódico o televisión, pero que no podía expresar su opinión, pues no existían las herramientas y canales para ser escuchado.

En medio de este contexto Castells (2014) define a la comunicación *“como el ejercicio de compartir significado mediante el intercambio de información. La comunicación socializada es la que se da en el espacio público, es decir, que tiene el potencial de llegar a amplias capas de la sociedad”* ahora el receptor pasivo ha quedado atrás, pues hoy en una época contemporánea, los individuos pueden alzar la voz y formar nuevos grupos sociales, sin importan las fronteras del tiempo del espacio, donde apoyados por las bondades de los medios de comunicación, podemos participar activamente en el contenido de los medios masivos compartiendo, masificando o viralizando² alguna noticia con la cual nos sintamos

1 Es convertir cualquier señal de entrada continua (analógica), como una imagen o una señal de sonido, en una serie de valores numéricos.

2 Cuando una noticia o evento se propaga rápidamente en Internet gracias a que mucha gente lo comparte en sus redes sociales.

identificados a través de la interactividad que nos ofrece Internet y los medios masivos.

Es de vital importancia mencionar que posteriormente a la llegada del Internet a la vida de las sociedades, surgen a principios del siglo XXI, unas nuevas plataformas de interacción, que permiten aún más la interacción y formación de grupos de sociales identificados con el contenido que se difunde en ellas, estas son las llamadas redes virtuales, que han revolucionado una nueva forma de comunicar, de manera inmediata y que además le da al usuario al poder de personalizar su espacio con sus intereses, grupos o páginas con las que se siente identificado.

En medio de una nueva forma de comunicación, que ofrece a los usuarios el poder de expresarse libremente, comunicar sus ideas, participar socialmente en los eventos que acontecen en su entorno y así mismo identificados con las noticias, publicaciones o post que se difunden en las redes sociales surgen hábitos y prácticas ciberculturales que son parte de la vida diaria de la sociedad, pues hoy en México, según la AMIPCI (2017) los cibernautas navegan 8 horas 1 minuto diariamente en Internet, cifras que nos demuestran que nos encontramos ante prácticas de uso diario y común de todos los individuos, es decir, vivimos inmersos en una cibercultura, marcada por tecnología, sociedad, cultura e Internet.

Algunos hábitos y prácticas ciberculturales que realizan los individuos son: revisar su correo, chatear con personas en otro espacio distinto al de ellos, crear y compartir memes, editar y elaborar vídeos propios, compartir publicaciones e imágenes del interés de cada persona, estas actividades, los individuos las realizan de manera natural en su rutina diaria, pues se han vuelto parte de su propia cultura.

Desde la llegada de la cibercultura, la comunicación se ha vuelto aún más importante, pues se vuelto inmediata, interactiva y participativa. Primeramente, inmediata porque en cuestión de segundos un mensaje que antes tardaba días en llegar, hoy en cuestión de segundos atraviesa todo el globo terráqueo a millones de

personas que pueden reescribir el mensaje, volviéndose co-autores del texto y logrando que ésta sea interactiva, por último al sentirse identificado con un hecho o causa local o global, los individuos se agrupan en colectivos o grupos sociales participando de manera activa en un bien común o favor de sus propios derechos.

En definitiva, la comunicación es un derecho esencial de la sociedad de la información, es decir de las sociedades democráticas que representa un proceso participativo e interactivo vital para su organización donde las nuevas plataformas digitales promueven el derecho a participar de los ciudadanos (Larrondo, 2005) así mismo están inmersos en una cultura de la autonomía que permite participar sociopolíticamente libremente en Internet, explotando sus habilidades de autogestión, creador de contenido, enseñanza y aprendizaje en entornos virtuales, movimientos sociales y publicidad (Castells, 2014).

1.1 La comunicación y su estatus frente a los modelos teóricos

Con la llegada de los medios de comunicación, autores diversos se interesan por sus estudios, así como crear las primeras teorías sobre ellos. Es así como surgen los primeros modelos del proceso de comunicación y estas han ido evolucionado a la par que lo hacen los medios masivos de comunicación.

Sin embargo, la comunicación siempre ha existido, pues el ser humano ha sentido la necesidad de comunicar sus ideas y en la antigüedad el primer registro que se tiene sobre el modelo de comunicación es el de Aristóteles, que fue olvidado mucho tiempo y retomado en el siglo XX, con la masificación de los medios de comunicación.

Así surgen los primeros modelos de comunicación en Norteamérica, que posteriormente entran en debate con la escuela crítica, sin embargo, los medios masivos de comunicación sufrieron un gran giro con llegada de Internet a finales de

los años noventa y es así como el teórico McLuhan propone un modelo de comunicación colocando al medio en el centro del proceso.

Estos cambios en los modelos de comunicación, siguen permeando y no es la excepción con la aparición de las redes virtuales en los primeros años del siglo XXI, donde la sociedad tiene acceso a nuevos modelos de comunicación mediados por estas plataformas. A continuación, se esbozan los principales modelos de la comunicación hasta ofrecer un panorama del proceso de comunicación que presentan las redes virtuales.

1.1.1 Modelos comunicativos desde Aristóteles hasta los medios digitales

El primer modelo que surgió sobre la comunicación fue el aristotélico, el cual define a la comunicación como “la búsqueda de todos los medios posibles para la persuasión”, lo que significa que el emisor busca convencer al público de que la información transmitida es veraz. Este modelo resulta ser el más básico de todos, ya que presenta solo tres elementos: habla (emisor), el discurso (mensaje), el que escucha (receptor). Aquí en este modelo el emisor es la persona que habla, el discurso es lo que se pronuncia y el receptor es la persona que escucha y que intenta ser persuadida por el emisor (Castro y Zareth, 2006).

El modelo aristotélico, sin duda alguna representa el referente de los estudios pioneros sobre investigación de la comunicación de masas, que surgen en Estados Unidos posterior a la Primera Guerra Mundial en la década de 1920. Estos estudios reciben el nombre de “modelos de aguja hipodérmica”, modelos lineales de estímulo-respuesta que introducen dos elementos más que el modelo aristotélico: el canal en el que se transmiten los mensajes y los efectos que estos producen (Galeano, 1997).

Modelo de Lasswell

Harold Lasswell, especialista en ciencia política, escribió en 1948 un artículo titulado “*Propaganda Technique in the World War*” en el cual presenta su modelo de comunicación inspirado en el clásico modelo de Aristóteles. Su estudio lineal da respuesta a cinco preguntas: ¿Quién - dice qué – por qué canal - a quién - con qué efecto?

En este sentido el significado de estos elementos, resulta ser el siguiente:

- a) Quién es el sujeto que genera un estímulo, por tanto, el sujeto es activo.
- b) Dice qué es el mensaje.
- c) Por qué canal es el medio donde viaja el mensaje.
- d) A quién es la audiencia o sujeto que es pasivo.
- e) Con qué efecto es el impacto que sufre el receptor al recibir el mensaje.

Este modelo resulta fundamental, pues científicamente es punta de lanza de mejoras en estudios posteriores.

Modelo de Shannon y Weaver

Un modelo de corte matemático que surge casi a la par que el de Lasswell es el Shannon y Weaver, el cual también es conocido como modelo de telecomunicación pensada en función de la cibernética. Al igual que Lasswell, el modelo de Shannon y Weaver presenta cinco elementos: fuente, transmisor, canal, un receptor, un destino y se incluye al ruido como una perturbación en la comunicación (Galeano, 1997).

Los cinco elementos que presentan este modelo significan según Galeano (1997):

- a) La fuente es el emisor que produce signos que forman el mensaje a transmitir.

- b) El transmisor es el que convierte el mensaje emitido en un conjunto de códigos apropiados al canal que los transmitirá.
- c) El canal es el por donde viajarán las señales codificadas por el transmisor.
- d) Un receptor es el decodificador del mensaje.
- e) Un destino es el auténtico receptor y destinatario del mensaje que envió el emisor.
- f) Un ruido es la interferencia que se presenta en los diferentes aparatos electrónicos que interrumpe en cierto grado la transmisión del mensaje.

Modelo de David K. Berlo

Basado en el modelo de Shannon y Weaver, Berlo (1960) plantea un modelo de comunicación con seis elementos, donde logró trasladar este estudio de corte matemático al campo de la comunicación humana, así que plantea, que la “fuente y codificador pueden ser agrupados, como también pueden serlo el receptor y el decodificador”.

Estos seis elementos que propone Berlo (1960) son los siguientes:

- a) Fuente es el individuo o grupo de personas con la intención de comunicar el mensaje. Para lograr una comunicación eficaz la fuente y receptor poseen habilidades de comunicación, actitud, conocimiento, sistema social y cultura.
- b) Codificador es el encargado de tomar las ideas de la fuente y convertirlas al código indicado.
- c) Mensaje es el propósito o intención que tiene la fuente de comunicar y existen tres factores que destacan en el mensaje: el código, el contenido y el tratamiento: El código es el modo, la forma en que se estructuran en él los símbolos o mensajes, quedando traducidos o convertidos en un lenguaje comprensible para el receptor o el canal que lo decodificará y pondrá en otro o en el mismo código. El contenido se relacionará directamente con la selección de todo el material que sea de utilidad para poder expresar un propósito o mensaje. Y por último el tratamiento se entiende el modo en que

el mensaje se presenta, la frecuencia con que se emite, el énfasis que se le da y su intención.

- d) Canal es el medio por donde viaja el mensaje y puede ser el oído, el olfato, el tacto y el gusto.
- e) Decodificador resulta ser la traducción del mensaje a un código aceptable para el receptor.
- f) Receptor persona que recibe el mensaje.

Una vez completado el proceso de comunicación, vuelve a repetirse el ciclo con el fin de que siga fluyendo el acto discursivo, de comportamiento y de aprendizaje.

Modelo de comunicación en las redes sociales virtuales

Los individuos están envueltos en un proceso de comunicación, que acorde a los modelos revisados, permean básicamente los siguientes elementos:

- a) Emisor: quien envía el mensaje
- b) Receptor: quien recibe el mensaje
- c) Mensaje: la información que se quiere transmitir
- d) Canal: el medio por donde viaja el mensaje
- e) Retroalimentación: la respuesta instantánea del receptor
- f) Ruido: la interferencias físicas, psicológicas o semánticas para compartir el mensaje

Estos elementos que integran el proceso de comunicación están presentes en las experiencias diarias del ser humano con los demás miembros de la sociedad y así mismo en los medios masivos de comunicación.

Los medios de comunicación median la información entre grandes audiencias con la finalidad de influir en el público, entretener e informar. Con la llegada de Internet a finales del siglo XX, permean muchos cambios en la sociedad, uno de ellos: los medios masivos digitales. Es así como bajo este soporte digital se crean en el siglo XXI las llamadas redes virtuales.

En este sentido, las redes sociales virtuales según Caldevilla (2010) son:

“ [...] escenarios que posibilita formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas (conocidas o desconocidas), grupos e instituciones. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.

Estas redes virtuales ofrecen un proceso de comunicación mediado por el ordenador, menos homogéneo y más disperso, pues en cuestión de minutos una noticia, una publicación o un meme atraviesa el mundo, logrando conectar a millones de personas que siguen el fenómeno de forma activa, pues estas plataformas les permiten distribuirlo, modificarlo, comentarlo o simplemente seguirlo.

A continuación, se explicará cómo el proceso de la comunicación ha logrado una resignificación importante dentro de estas plataformas digitales:

Primeramente, en estas plataformas ya no hay distinción entre emisor y emisario (Percastre, Palá y Pont, 2017) puesto que existe un intercambio recíproco entre emisor y receptor, surgiendo así lo que se le conoce como “usuario proactivo” que comparte, pero también crea contenido de manera activa en las redes virtuales.

También el emisor o también llamado usuario a través de sus perfiles se idéntica bajo un nombre, datos de identificación y fotografía, construyendo su propio “avatar”, mostrando al público lo que él quiere, pues estos espacios son creadores de identidad múltiple, donde puedes ser lo que siempre has querido.

En cuanto al el mensaje, que se transmite, resulta ser bilateral, donde las redes sociales han democratizado el mensaje, es decir, existe una homogenización ya

que el mensaje se construye entre los miles de usuarios que utilizan Facebook y de esta forma no sólo existe un mensaje sino una resignificación de todos aquellos que lo quieren dar a conocer logrando viralizarlo con rapidez y convirtiéndolo en un mega mensaje, una ventaja más de las redes sociales al lograr involucrar a todos los usuarios en ese mensaje.

Así mismo toda la información que se comparte en las redes virtuales de manera instantánea logra que los receptores se multipliquen, pues ellos también tienen el poder de opinar, debatir, reconstruir con toda la información con que se sienten identificados.

El mensaje que comparten los usuarios de las redes virtuales, tiene su retroalimentación al instante, pues una ventaja que ofrece las redes sociales es la inmediatez con la que viaja la información, por eso en cuestiones de segundos a través de las notificaciones que ofrecen estas plataformas podemos contestar este mensaje y lograr una retroalimentación inmediata.

En este caso el canal, es decir el medio por donde viaja el mensaje; son las redes virtuales, las cuales han logrado convertirse en boom desde su llegada por las mil y un ventajas y posibilidades que nos ofrecen.

Por último, el ruido es considera la interferencia para que llegue el mensaje al destinatario. Este puede ser semántico, es decir cuando el mensaje no se puede codificar correctamente, en este caso, Internet ofrece la posibilidad de traducir el mensaje al idioma del receptor, logrando así que se evite este tipo de ruido.

Otro tipo de ruido es el físico, que dependerá de la velocidad de la conexión y por supuesto que el usuario cuente con Internet y un ordenador para poder acceder a las redes sociales y así lograr comunicarse con todos sus amigos de la red.

Cabe destacar que atravesamos un momento de oportunidad, que no se tuvo en otros tiempos, donde la comunicación es inmediata y masiva, donde los usuarios

tienen la posibilidad de controlar la información logrando una mayor difusión de sus mensajes. Las redes digitales han roto las barreras del tiempo y del espacio, generando una nueva forma de comunicación imprescindible en la vida.

Estas plataformas digitales cumplen con informar a cualquier persona que este conecta a Internet a través de un ordenador o dispositivo móvil, al igual que entretienen, unen vidas, difunden causas, crean comunidades, son punta de lanza para movimientos, publicidad, ventas y miles de oportunidades que tiene el usuario al acceder a estos entornos.

1.2 Convergencia tecnológica y las nuevas posibilidades de comunicación

El siglo XX estuvo marcado y por la presencia de los medios masivos (prensa, radio y televisión), los cuales ofrecían una comunicación uno a todos, donde el usuario no exigía participar ni formar parte de los contenidos que se emitían, sin embargo, con la llegada del Internet, la digitalización y la Web 2.0 se dio un cambio de paradigma, llamado convergencia donde se da un salto de esa comunicación uno a todos a un modelo colaboración de usuarios y en redes.

Para Jenkins, 2008 *“La convergencia representa un cambio de paradigma: el paso de los contenidos específicos de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos...y las relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y la cultura participativa de abajo arriba”*

Estas relaciones corporativas de arriba abajo de las que habla Jenkins, (2008) se muestran en el plano de que los contenidos televisivos, prensa o radio, que con la convergencia mediática tienen la ventaja de llegar a otras audiencias en otro tipo de plataformas y también se habla de una cultura participativa debido a que los usuarios en los llamados nuevos medios tienen la posibilidad de participar, controlar y seleccionar la información que desean visualizar, crear contenido, emitir sus comentarios sin filtros ni restricciones.

Hoy la industria mediática trabaja en conjunto con los consumidores para crear contenidos atractivos para la comunidad, donde se atraviesa un momento de transición del modelo tradicional de comunicación (uno-muchos) a un modelo (muchos a muchos) (Scolari, 2008) donde también se habla de un usuario es ruidoso, público y sin temor a compartir lo que piensa, hace y siente con todo el mundo en redes virtuales, foros, blogs, canales...etc.

En torno a la comunicación que se ejercía en el plano tradicional, Scolari, (2008) destaca las principales diferencias con las nuevas formas de comunicación son:

- De lo análogo a lo digital.
- Comunicación uno a muchos a muchos-a-muchos.
- Estructuras textuales secuenciales a no secuenciales (hipertextualidad).
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad).
- De los usuarios pasivos a los usuarios participativos

Finalmente es importante mencionar que esta convergencia mediática fomenta la participación activa del usuario, a lo que Jenkis, (2008) llama “cultura participativa” en donde el usuario ya no sólo funge como consumidor sino también es el productor de su contenido, esto se logra de modo colaborativo y en redes (Scolari, 2008). Así mismo los medios tradicionales (radio, TV, prensa) se entrecruzan con los nuevos medios, donde esta convergencia les brinda nuevas posibilidades de expandirse y llegar a múltiples sectores a través de Internet.

1.2.1 Nuevos medios, nuevas formas, nuevos modos de pensar

Internet trajo consigo una infinidad de posibilidades, una de ellas son los llamados nuevos medios, pues éstos desarrollan toda su actividad a través de este soporte digital. Pero ¿Qué son los nuevos medios? ¿Cómo surgen? Y ¿qué los hace diferentes de los llamados medios tradicionales?

Primeramente, Lev Manovich (2005) define a los nuevos medios como:

“La comprensión popular de los nuevos medios los identifica con el uso del ordenador para la distribución y la exhibición, más que con la producción. En consecuencia, los textos distribuidos por ordenador se consideran nuevos medios, mientras que los que se distribuyen en papel no”

Así mismo versa sobre el surgimiento de los nuevos medios, ya que a partir del siglo XIX los medios tecnológicamente modernos se desarrollaron en dos caminos: en las tecnologías de representación, como el cine, la grabación magnética de sonido y audio y los almacenamientos digitales y en las tecnologías comunicacionales en tiempo real, como la televisión, el radio o teléfono. En los inicios del siglo XX, las tecnologías de la comunicación en tiempo real comenzaron a sublevarse ante las tecnologías de representación y es con la llegada de Web, es que hoy se entrelazan a través de un ordenador que los digitaliza y distribuye.

Es importante destacar que los nuevos medios destacan un nuevo modelo de comunicación de muchos a muchos, rompiendo con el antiguo modelo de los medios tradicionales, esto se observa en la definición que presentan Ruíz, () citando a (Sabbah, 2000):

“Los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe. Los nuevos medios de comunicación ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la propia audiencia se ha vuelto más selectiva. La audiencia seleccionada tiende a elegir sus mensajes, por lo que profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor.”

En los nuevos medios el usuario se empodera para participar en procesos ciudadanos, crear y producir su propio contenido e incluso generar ganancias a

través de lo que publica así mismo no existe un tiempo límite para usar las diferentes plataformas digitales.

También Scolari, (2008) destaca las principales diferencias entre los medios tradicionales y los nuevos medios:

Primeramente, los primeros se desarrollan en tecnologías análogas y los segundos en digitales; el modelo de comunicación es uno a muchos y de muchos a muchos, así mismo la textualidad lineal contra la no secuencial y finalmente la pasividad del usuario contra el poder del autor lector.

Hoy estudiar los medios de comunicación permite conocer los procesos tecnológicos y sociales que se gestan en Internet, no resulta fácil pues muchos de ellos aún se encuentran en fase de definición o descubriendo cuál es su objetivo, sin embargo, resulta innovador y de suma importancia su estudio.

Finalmente, Ruiz (2005) destaca los principales nuevos medios:

- Diarios digitales
- Buscadores y directorios
- Portales
- Comunidades virtuales
- Redes virtuales
- Bitácoras o Weblogs

1.2.1 Digitalización y nuevos lenguajes

Con la llegada de Internet y la digitalización se erigen nuevas formas de comunicación, nuevas formas de vida y cambios en los hábitos y prácticas de las personas, por ejemplo, anteriormente las personas transportaban libros impresos o discos, sin embargo, con la digitalización se hace más fácil la transformación de

información, el proceso de producción y ofrece miles de ventajas a los nuevos medios.

Con respecto a la facilidad de transportación de lo digital Negroponte (1995) afirma que *“Digitalizar una señal es tomar muestras de ella de modo que, poco espaciadas, puedan utilizarse para producir una réplica aparentemente perfecta”*, puesto que considera que anteriormente la mayor información llegaba por medio de átomos, es decir, con los medios tradicionales y con la llegada la digitalización la información ahora viaja por bits.

Así mismo, Scolari (2008) define a la digitalización como *“un proceso a través del cual las señales eléctricas pasan de un dominio analógico a uno binario”*. Con este proceso el texto es reducido a bits se ofrecen muchas ventajas, una de las más importantes según Negroponte (1995) es la compresión de datos y la corrección de datos, pues anteriormente existía una gran pérdida de información y distorsiones o ruido en ella, por lo que estos también fueron los factores principales para crear la digitalización. Finalmente, en torno a las ventajas que ofrece la digitalización es su bajo costo pues a medida que se ha popularizado los costos se han abaratado y la calidad se ha incrementado.

En cuanto a los nuevos medios, como se mencionó, la digitalización es una de las características que los define y la diferencia de los medios tradicionales, pues si no existiera no existiría la interactividad ni el hipertexto, es decir, el usuario no tendría la posibilidad de participar en una comunicación colaborativa y las estructuras de los textos nunca hubiese sino no secuenciales, sin la facilidad de que el lector se convirtiera en el propio autor de sus textos.

La digitalización ha abierto la posibilidad de crear nuevos escenarios, nuevos formatos, nuevos lenguajes y nuevas prácticas en la sociedad; todo unido, tecnología y sociedad en una misma línea.

1.3 La participación social y medios de comunicación, el reto contemporáneo

Los nuevos medios de comunicación representan un espacio de vital importancia para la participación social, puesto que estos son: transmisores de realidades políticas y sociales, así como también, son interactivos. Los medios de comunicación al llegar a gran número de audiencias son un espacio valioso para que la sociedad no sólo consuma la información que éstos ofrecen, sino que también puedan participar activamente en la creación de contenidos y defender una causa o bien común no sólo localmente sino globalmente.

Entonces la participación social es entendida como un proceso interactivo de tipo personal, de acuerdo mutuo, espontáneo por el bien común, en donde se busca obtener un fin (normalmente la transformación de las relaciones sociales), hay adhesión a las ideas y valores propios de una comunidad, se cumplen tareas, funciones y papeles dentro del mismo (Lima ,1988).

Hace algunas décadas atrás resultaría inimaginable que los usuarios pudieran participar activamente en la transformación de su realidad, pues los medios tradicionales estaban monopolizados, es decir, solo un productor controlaba su oferta. Sin embargo, con la digitalización y la llegada de Internet, los medios tradicionales lograron democratizar y ahora el público tiene derecho a participar activamente sobre lo que quiere ver, escuchar o incluso crear contenidos.

En el siglo XXI con la llegada de las redes sociales, se abrió no sólo un espacio para platicar con amigos y familiares a grandes distancias y sin importar el tiempo, sino que se potencializó la participación social de los individuos, formando grupo sociales que se sienten identificando con una causa o fin común, que difunden el mensaje para concientizar a la sociedad sobre la importancia de alzar la voz a favor de sus ideales.

En esta época contemporánea las redes sociales se han convertido en herramientas poderosas de comunicación, manifiesta lo que opina libremente, ya sea con un texto, imagen, meme o vídeo, convirtiendo a cada usuario en un posible líder de opinión que comparte contenidos de interés generando una sociedad más activa y preocupada por sus derechos y por los derechos de quienes les rodean.

1.3.1 Niveles de participación en los medios digitales

Internet, ha democratizado la información que fluye libremente por su estructura descentralizada y horizontal, empoderando al usuario a través de su libre participación. Dentro de los diferentes medios de comunicación se ha establecido un vínculo con la sociedad, donde la interactividad es lo que define la participación. Por interactividad según Martínez, 2005 citado en Orihuela, 2003 se entiende como “la capacidad del usuario de dialogar con los textos y sus autores y de convertirse en autor de sus textos”.

Dentro de las diferentes plataformas digitales el usuario puede tener situarse dentro de los niveles más bajos de interacción y participación que consiste en sólo buscar o recuperar información hasta llegar a los niveles más altos convirtiéndose en productor creador de sus propios contenidos (Martínez, 2005 citado en Carracedo, 2002).

A continuación, se presenta los niveles de participación del usuario según Martínez (2005):

1. Interactividad de lectura o navegación: se encuentra en el nivel más básico de participación debido a que la única posibilidad de interacción es elegir los itinerarios de lectura –por ejemplo, a través del hipertexto o hipermedia, pero no se brinda al usuario la capacidad de incorporar ningún nuevo contenido.

2. Interactividad de respuesta limitada: es este nivel de participación se establece una mínima capacidad participativa del usuario, que no deja de ser una participación

reactiva, y no creativa. La única posibilidad de interacción es elegir entre una serie de opciones de respuesta o bien respuestas múltiples, como en las encuestas.

3. Interactividad creativa condicionada: en este tipo de interactividad, el usuario tiene amplias posibilidades de desarrollar una participación creativa, añadiendo o modificando elementos y aportando contenidos originales, sin embargo, su participación quedará coartada por los filtros y restricciones que el autor tenga en su página o plataformas virtuales e incluso realizar una edición del contenido antes de ser publicado.

4. Interactividad creativa abierta: en este caso, el usuario tiene posibilidad de crear contenidos originales, de proponer temas y de participar en los contenidos sin condiciones establecidas y sin una edición previa. Al mismo tiempo, el autor de cada una de estas aportaciones deja abierta la posibilidad de que otros usuarios participen libremente en sus contenidos y se pueda ejercer un proceso de edición posterior a la publicación. Actualmente este tipo de participación se puede observar cuando se comparte o edita un meme o publicación en las redes virtuales.

1.3.2 ¿Quiénes participan en la sociedad de la información?

La participación en los medios de comunicación siempre ha existido sin embargo con la llegada del Internet se han creado nuevos vínculos con la sociedad de la información, pues se permite no sólo la participación de los productores sino también de los usuarios, siendo los sujetos, una parte vital en la construcción y expansión del ciberespacio.

Hoy los jóvenes, según diversos estudios en México y el mundo, son los principales usuarios en la web, sin embargo, es importante destacar que existen diferentes tipos de usuarios en las plataformas digitales, los cuales Ruiz, 2005 citado en Castells, 2001 diferencia:

Sin embargo, en la fase actual de difusión global de Internet, conviene establecer una diferencia entre productores/usuarios y los consumidores/usuarios de Internet. Por productores/usuarios me refiero a aquellos cuyo uso de Internet retroalimenta al sistema tecnológico, mientras que los consumidores/usuarios son aquellos receptores de aplicaciones y sistemas que no interactúan directamente con el desarrollo de Internet (aunque sus usos tienen sin duda un efecto agregado en la evolución del sistema).

Ante este planteamiento Ruíz (2005) presenta una tipología que distingue gestores: productores y moderadores de los usuarios: lectores y productores.

Primeramente, los *gestores productores* son aquellos diseñadores y creadores de los diversos nuevos medios: páginas web, wikis, redes sociales, bitácoras...etc. Su función es vital, pues sin ellos, los diversos medios no podrían existir.

En la misma línea se encuentran los *gestores moderadores*, que como su nombre lo indica se encargan de moderar y mediar la participación entre los integrantes de las diversas plataformas, así como también se encarga de eliminar el “spam” o publicidad no solicitada.

Esta tipología destaca dos tipos de Usuarios: lectores y productores, primeramente, los *Usuarios lectores* son aquellos usuarios que se conectan a actividades de búsqueda y que incluso pueden pasar horas navegando en el ciberespacio, pero no contribuyen con sus propias aportaciones a la Red.

Existen también los Usuarios Productores que resultan ser muy activos en la Red, pues se convierten en productores y co-productores, creadores de contenido, páginas web, administradores de redes virtuales. Estos usuarios también se les llaman *prosumidores*, ya que son productores y consumidores a la vez.

Finalmente, cabe mencionar que estos roles de participación se intercambian en diferentes situaciones, ya que en ocasiones los usuarios pueden ser más activos o menos reactivos.

1.3.3 Sociedad de la información, una sociedad con poder

Algunos autores ubican el origen del término de “Sociedad de la Información” en los 70 pero es a mediados de los años 90 cuando el concepto gana intensidad, debido a la consolidación de Internet. Castells (2014) menciona que la expansión de Internet se debe principalmente a tres factores: la aparición de la red, World Wide Web, el cambio de gestión de Internet que le permite un uso comercial y cooperativo además de los cambios en la sociedad y cultura.

Se entiende, que la red de redes se ha convertido en el principal actor de un escenario que, desde la década de los noventa, ha sido testigo de los principales cambios experimentados en los últimos tiempos en la comunicación, tecnología, cultura y estructura social. En este contexto, la Sociedad de la Información se erige como el motor de la participación de los individuos en comunicación, pues en medio de una comunicación mediada por el ordenador, los usuarios tienen el poder de construir esta gran Red a través de su participación e inteligencia colectiva³.

La sociedad de la Información también es llamada Sociedad Red, a lo que Manuel Castells la define como:

La nuestra es una sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de Internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales. Esta estructura social propia de este momento histórico es el resultado de la interacción entre

³ Pierre Levy la denomina una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias.

el paradigma tecnológico emergente basado en la revolución digital y determinados cambios socioculturales de gran calado.

Finalmente, es importante destacar que Internet ha traído grandes transformaciones en donde juntamente con la sociedad, tecnología y la cultura han evolucionado a la par en beneficio de todos los ámbitos: educativo, económico, laboral, político...etc.

1.3.4 Brecha digital, entre enchufados y desenchufados

A la par que la sociedad industrial se ha transformado en una sociedad de la información, dotada de acceso a Internet, dispositivos tecnológicos, nuevas formas de comunicación, han surgido también desigualdades y exclusión social denominada brecha digital.

El término brecha digital surgió inicialmente en Estados Unidos a mediados de la década de los noventa, en el Informe anual de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones e Información del Departamento de Comercio, para aludir a la desigualdad entre los que tienen una computadora y los que no lo tienen, actualmente el concepto ha alcanzado una dimensión más amplia, siendo la prioridad de organismos como la OCDE, UNESCO y Banco Mundial la erradicación de la misma.

Ballesteros, (2002) expone que existen dos fases en el surgimiento y evolución de la brecha digital. La primera fase es la escritura de “brecha” con minúscula, que surge como diferencia entre los que tienen y no tienen una computadora, y la segunda fase es la actual, cuando se escribe “Brecha”, ya con mayúscula, que define la diferencia que separa a los que se incorporan al uso de las nuevas tecnologías en la sociedad, integrándolas en su actividad laboral y escolar de los que por cuestiones económicas, geográficas o por edad no logran hacerlo y van quedando paulatinamente socialmente excluidos.

En definitiva, el problema de la Brecha Digital no tiene que ver con dotar de una educación digital a todas aquellas personas que no han podido tener acceso a las diversas herramientas y plataformas que ofrece Internet así mismo juntamente se habla de una dimensión de la Brecha Digital que separa a los países de la periferia con los países centrales, pues en los países con mayor poder adquisitivo la sociedad tiene mayor acceso a Internet e infraestructura mientras que en los países del Sur no todos los habitantes tienen acceso a la Red y esto agrava el problema de la brecha digital.

En México de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2017, en el área urbana, el 71.2% de la población de seis años y más se reporta como usuarios de Internet y en el ámbito rural solo representan 39.2%, lo que refleja una brecha digital entre estos dos sectores de la población. En lo que respecta a otros países, México presenta avances significativos en tecnologías digitales, sin embargo, no es suficiente para alcanzar a países de primer mundo que avanzan a pasos agigantados.

1.4 Internet como un nuevo mundo de posibilidades comunicativas

Internet es la red de redes interconectadas a nivel mundial que permite compartir información rompiendo las barreras del tiempo y del espacio, desde su llegada ha causado una revolución no sólo tecnológica sino también social y cultural debido a que gracias a su estructura horizontal y descentralizada ofrece un mundo de posibilidades comunicativas que irrumpen en todos los ámbitos de la sociedad.

Primeramente, desde la llegada de Internet en los años noventa a las universidades y con la llegada de la Web 2.0 las personas que se han apropiado de esta tecnología han atravesado por un proceso social en medio de transformaciones culturales, proceso que ha sido testigo de una nueva cultura, la cultura de la autonomía (Castells, 2014).

Internet favorece la cultura de la autonomía donde los usuarios interactúan con las instituciones de la sociedad, pero con libertad de expresión, sin restricción ni sumisión. Es aquí donde el usuario puede participar libremente en la toma de decisiones de las políticas públicas, gestionar servicios, convertirse en productor y coautor del contenido que se publica en la Red, participar activamente en un movimiento político y alimentar la Red de manera colectiva (Castells, 2014).

Anteriormente esto no hubiese sido posible pues el paradigma de la comunicación era uno a muchos, donde el monopolio de la comunicación estaba controlado por unos cuantos y con la convergencia mediática se da un salto a un nuevo paradigma de autocomunicación sustentado por Internet donde existe interactividad y una comunicación de muchos a muchos sin filtros.

No cabe duda que Internet ha cambiado la estructura social, cultura y tecnológica y la seguirá cambiando, pues esta tecnología sigue en constante cambio, a la par que la sociedad evoluciona ésta también lo hará.

Es importante mencionar que los medios masivos de comunicación han evolucionado a la par que lo ha hecho la sociedad, las tecnologías y la cultura, es por ello que resulta fundamental revisar como: la prensa, el radio y la televisión, se han potencializado con la llegada del Internet en el siglo XXI, porque lejos de extinguirse, el ciberespacio como menciona Levy (1997) presenta una alternativa para los medios tradicionales donde existe un intercambio recíproco entre emisor y receptor, así mismo aprovechar las potencialidades de interconexión y digitalización que ofrece esta red.

Primeramente, la prensa moderna se desarrolla en el siglo XIX, donde el periódico, se coronó como el primer medio masivo impreso en llegar a las manos de todos los habitantes del mundo, logrando colocarse como órgano vital, transmisor de información en todos los sectores alfabetizados (Bonvín, 2006).

Con la llegada de las nuevas tecnologías y el Internet, el periódico ha recibido un nuevo impulso, pues adicional a las ventajas que posee, se le abren nuevas posibilidades: imágenes en movimiento, elegir sus propias noticias, inmediatez, ahorro de papel y tinta, así como la posibilidad de llegar más audiencia. Así surge el diario electrónico que ofrece interactividad, inmersión y es más cómodo (Bonvín, 2006).

Bajo este panorama, hoy los medios digitales, les abren nuevos horizontes a los medios impresos, donde tanto digitales como impresos llegan a los sectores de la población, cumpliendo su principal objetivo: es informar la noticia, el reportaje, la crónica a todo aquel que cambie la hoja del periódico o que con un clic seleccione el tipo de noticia que quiera conocer.

Así mismo otro medio de comunicación masiva que ha sido beneficiado con las bondades del Internet ha sido la radio que “es el sistema de comunicación de masas basado en el sonido, la palabra, la música y los silencios” (Bonvín, 2006). El cual ofrece la posibilidad de echar a volar la imaginación, con la finalidad de que el radioescucha genere su propia imagen mental. Así el radio se convirtió por muchos años en el principal vehículo de información y de entretenimiento en los hogares de diversas partes del mundo, sin embargo, a mitad del siglo XX, surge la televisión y con ello se incrementa la competencia por ser el líder en las preferencias del público.

Ante tal acontecimiento, el radio, tuvo que redoblar esfuerzos para no desaparecer del gusto popular y genero nuevas estrategias que permitieran permanecer entre el público, así surgieron los programas de música, debates, contacto con el público a través de llamadas.

Con la llegada de las tecnologías y el Internet, el radio también se ha visto beneficiado pues hoy en días es más común tener en casa una computadora o celular que un radio; entonces el radio actualmente presenta un formato digital a través de las páginas web, redes sociales y aplicaciones que permite seguir

llegando al público, no sólo a través del aparato radiofónico sino a través de otros medios y formatos.

Como mencionamos posterior a la invención del radio, surge la televisión a mediados del siglo XX, un invento que marcó un hito en la sociedad y que como menciona Kerckhove (1999) obtuvo su mayor auge en los años setenta.

La televisión ha sido y seguirá siendo motivo de varios estudios científicos, pues ha logrado cautivar la mirada de miles de personas, que como menciona (Roda, 1988) son el “instrumento más poderoso que existe de influencia social”. Este medio de comunicación masiva ha logrado reunir a toda una familia en la sala, ha creado estereotipos, ha logrado informar y entretener en diferentes lugares y tiempos.

Sin duda alguna, la televisión, con sus fulminantes imágenes y diversos sonidos se logró convertir “en el medio de comunicación más popular, poderoso y completo de todos los tiempos” (Bonvín, 2006), debido a que a diferencia de la prensa y del radio, esta contiene imágenes en movimiento y permite conocer el rostro de la persona que emite la noticia.

Hoy con los avances tecnológicos la televisión no se ha escapado, pues de tener un sistema de transmisión de imágenes a través de las ondas hertzianas ha pasado a un sistema de tratamiento digital de las imágenes y del sonido, es así como surge la televisión interactiva, donde los usuarios pueden participar, opinar; estas nuevas características que presenta la televisión de análoga a digital, reciben el nombre de televisiones inteligentes, que ofrecen poder conectarte a Internet desde tu televisor, además de ver los programas de televisión abierta y de paga que tradicionalmente ya tenían.

La televisión en la actualidad también se transmite mediante otros soportes tecnológicos como son: la computadora y el celular, que ayudados por el Internet logran llegar a diferentes audiencias, seguir informando a todo el público de forma más rápida y con mejor calidad de imagen y transmisión.

Cabe mencionar que los medios de comunicación no sólo informan, sino que también entretienen y forman grandes audiencias, a través de la amplia gama de medios masivos que existen. A lo largo de los años estos han modificado sus contenidos en función de las características del tiempo y la sociedad, puesto que lo característico de esta sociedad actual, es el uso constante de los medios masivos de comunicación.

1.4.1 Surgimiento y evolución de Internet

Sin duda alguna, nada ha vuelto a ser lo mismo, desde la llegada del Internet, pues los medios masivos de comunicación, que ya llegaban a grandes audiencias en décadas anteriores, hoy han dado un giro al integrarse al ciberespacio y lograr conectarse unos con otros a través de esta gran red.

Sherry Turkle (1997) define el Internet como:

“Un sistema de redes interconectadas que se expanden con rapidez, logrando así romper las barreras del tiempo y del espacio geográfico entre millones de personas que todos los días lo usan cotidianamente para múltiples tareas y que además ha logrado cambiar formas de vida, de pensamiento y de identidad”

Para Lévy (1997) el Internet *“constituye el gran océano del nuevo planeta de la información que lo integra innumerables redes independientes, es decir, todas estas redes constituyen el ciberespacio y no solamente Internet”*.

Así mismo Hine (2000) menciona que Internet *“es un texto que se lee y se escribe por sus mismos usuarios, una realidad que surge de sus actividades cotidianas”*.

Bajo estas definiciones y toda lo expuesto anteriormente, es menester mencionar que Internet es considerado como un vehículo que alberga a los medios masivos de comunicación de manera diferente, es decir podemos a través de este soporte englobar la radio, la televisión, las noticias en uno solo. Entonces Internet no es un medio de comunicación, es un espacio donde puedes encontrar los medios tradicionales y mucho más (Majó, 2012). Por lo menos esto será así por el momento, pues Internet está cambiando constantemente a la par que la sociedad.

También es preciso describir que este soporte llamado Internet tiene una historia relativamente corta, pues tiene sus orígenes en los años sesenta donde en plena guerra fría, Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier coordenada del país, en caso de un ataque ruso (Hine, 2000).

Así en 1971, surge ARPANET que disponía de 23 ordenadores centrales, la mayoría pertenecientes a universidades de Estados y organismos descentralizados, pero para finales de los ochenta el gobierno de Norteamérica deja de darle mantenimiento a ARPANET y otras instituciones se hacen cargo de ella, permitiendo poco tiempo después el acceso a cualquier tipo de personas.

Y es así como este sistema de comunicaciones, se expandió rápidamente de los campos militares a las universidades y de ahí al resto de mundo. Tal fue el boom de Internet que para los años ochenta Internet con la invención de la WWW (Word Wide Web) este ya era usado como un espacio para compartir el trabajo, encontrar amistades o un método más abierto de comunicación, (Hine, 2000).

Hoy es inimaginable pasar un día sin Internet, pues estamos conectados en medio de un universo llamado ciberespacio, a lo cual Levy (1997) lo define como “el nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores”, un nuevo mundo o lugar que alberga millones de información de

todos los ordenadores que se conectan a él, donde el principal objetivo es ser alimentado a través de la participación colectiva de todos los usuarios.

Bajo este tenor el Internet, ha logrado revolucionar la cultura, la sociedad y la tecnología de manera conjunta. Ha sido tanto el efecto que ha logrado en los medios tradicionales de comunicación, lejos de ser sustituidos, se han transformado mutuamente con la participación de los usuarios en el ciberespacio (Hine, 2000).

Como hemos descrito los medios tradicionales se han sumado a las ventajas que ofrece Internet, pues han logrado intensificar los flujos de información a través del ordenador, las tabletas, el celular o la televisión interactiva.

En medio de todas las bondades que ofrece Internet a los medios tradicionales, con los adelantos tecnológicos y una sociedad cada vez más informada aparecen en el siglo XXI las llamadas redes virtuales, que desde su llegada han logrado captar las miradas de todo el mundo.

1.4.2 Ámbitos en los que interviene Internet

El Internet y la masificación de las tecnologías de la información han abarcado todos los sectores de la población provocando cambios en la forma de vivir, de relacionarse y de aprender.

En la educación se han modificados los procesos de enseñanza, pues anteriormente la enseñanza era por excelencia oral, donde el docente era la figura poseedora de sabiduría mientras que los estudiantes solo eran vistos como vasijas vacías a llenarse por el conocimiento del profesor, sin embargo, esto ha cambiado pues gracias a las tecnologías de la información han modificado las formas de enseñanza, ya que éstas han dotado a la enseñanza de herramientas telemáticas centradas en la enseñanza gestionada por ordenador (EGO) y la enseñanza asistida por el ordenador (EAO). Estas herramientas resultan ser infinitas y serán utilizadas acorde al grado de creatividad de los docentes (Olivar y Daza, 2007).

En medio de un boom de las tecnologías de la información en la educación los planes de estudio exigen incorporálas en el aula donde el docente deberá ser un orientador, proveedor y asesor de los recursos educativos más adecuados para que el alumno pueda explorar todas las plataformas y virtudes del mundo virtual en la educación. Así mismo el alumno explora y desarrolla habilidades para conocer los distintos entornos virtuales a la par que interactúa con sus demás compañeros rompiendo las barreras del tiempo y el espacio (Olivar y Daza, 2007).

Evidentemente el uso de las Tecnologías de la información afecta a todos los sectores de la población, donde la sociedad de la información se caracteriza por el uso de los medios y recursos que la provee su entorno y en donde Internet se convierte en un recurso para que esta sociedad este mejor informada así mismo la dota de la capacidad de conocer y aprender en una nueva realidad, la realidad virtual.

1.5 Cibercultura

El hombre se encuentra en medio de una revolución mediática que afecta todas las fases de la comunicación donde la tecnología le ofrece un abanico de posibilidades para construirse a sí mismo y ser lo que siempre había pensado, viviendo así una identidad alternativa entre el espacio real y lo virtual. Hoy el ciberespacio le da esa posibilidad de modificarse así mismo en cada ventana sin dejar de ser las tareas de su propia vida real, pues estamos siendo participes de un mundo flexible, con múltiples opciones que permite introducirnos a una nueva cultura: la cibercultura.

La cibercultura debe ser entendida como un todo, puesto que no es como otros avances tecnológicos, no se limita a hacer la vida más fácil, sino que la hace diferente a través de la participación activa de todos los usuarios de la red.

El incremento y masificación constante de las nuevas tecnologías de la comunicación ha tenido implicaciones culturales, que en ocasiones los mismos usuarios desconocemos, es por ellos que varios autores se han dedicado a estudiar

este campo de estudio, pues sus aportaciones son vitales debido a su reciente aparición y a todos los cambios que han implicado en la cultura, sociedad y tecnología.

Lévy (1997) plantea que la cultura que no se reduce a los elementos simbólico (como representaciones, ideas, interpretaciones, valores) como es bien identificada en teorías sociológicas, puesto que le agrega un componente fundamental en el actual mundo: el de las técnicas con sus artefactos, conexiones y dispositivos electrónicos que están contribuyendo a generar el crecimiento del llamado ciberespacio.

Entonces ¿Qué es cibercultura? ¿Qué es ciberespacio? Y ¿Qué es inteligencia colectiva? Primeramente, el autor denomina cibercultura al conjunto de los sistemas culturales surgidos en conjunción con dichas tecnologías digitales, puesto que no es posible entender las tecnologías separadamente de la sociedad y la cultura, debido a que es producto de un sistema social y cultural. Entonces él entiende a la cibercultura como expresión de la mutación mayor de la esencia misma de la cultura, puesto que su núcleo se encuentra en ser universal sin totalizar, que significa interconexión de todos los usuarios a través del ciberespacio participando y debatiendo sin filtros ni restricciones.

En palabras del autor el ciberespacio es:

“El nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores. El término designa no solamente la infraestructura material de la comunicación numérica, sino también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan.”

Otros autores también han mencionado el término ciberespacio, ya que se ha popularizado a partir de la invención de la WWW entre la sociedad. Entre ellos

podemos mencionar a Arrollo (s/f) que menciona que un aspecto emancipador adicional derivado del ciberespacio, es su capacidad para liberar “de las limitaciones del mundo natural y el cuerpo físico” (otorgando la posibilidad a los ciudadanos para redefinirse y redefinir su mundo, tanto real, como deseable. También es una herramienta útil en el arsenal comunicativo de los movimientos sociales contemporáneos.

Turkle (1997) expone que el ciberespacio da la posibilidad de crear un segundo ser, o incluso crear múltiples y diversas identidades para establecer contacto con otras personas, más allá de las barreras culturales, de lenguaje y el territorio físico.

Lévy menciona que los principios que han logrado el crecimiento del ciberespacio son: la interconexión, la creación de las comunidades virtuales y la inteligencia colectiva. Este último término se refiere a la comunidad de usuarios que no solamente recopila información, sino que, de manera innovadora, construye, crea, comparte, opina, debate, sugiere, donde sus miembros se interconectan logrando cada uno aportar algo, constituyendo y enriqueciendo el ciberespacio.

1.5.1 ¿Qué es lo virtual?

La palabra virtual y virtualidad han ganado gran popularidad en esta época contemporánea, pues las personas lo ocupan muy a menudo cuando interactúan con los diversos medios digitales, sin embargo, ocupan el término muy alejada de su concepción teórica. Así mismo menciona Ryan, 2005 que este término es ambiguo y presenta varias acepciones:

“Se puede utilizar la palabra «virtual» en tres sentidos diferentes: un sentido óptico (lo virtual como ilusión), uno académico (lo virtual como potencialidad) y otro más informal, tecnológico (lo virtual relacionado con la informática)”.

El teórico francés Pierre Lévy hace énfasis en lo virtual con potencialidad, desde la acepción filosófica definiendo lo virtual como:

“La palabra virtual procede del latín medieval virtualis, que a su vez deriva de virtus: fuerza, potencia. En la filosofía escolástica, lo virtual es aquello que existe en potencia, pero no en acto. Lo virtual tiende a actualizarse, aunque no se concretiza de un modo efectivo o formal. El árbol está virtualmente presente en la semilla. Con todo rigor filosófico, lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad sólo son dos maneras de ser diferentes”.

Es a través de esta definición, que Lévy (1999) opone a un par de conceptos: el inerte formado por lo posible/real y el móvil relacionado con lo actual y virtual.

Primeramente, lo posible esta ya formado y que se convierta en real queda en manos del destino; con respecto a lo actual y virtual poseen los siguientes rasgos: lo virtual no está anclado al tiempo al espacio, la relación virtual a real es de uno a muchos, lo virtual es un recurso inagotable.

Finalmente, el autor argumenta que no existe ningún motivo para oponer lo real y lo virtual, pues ambas son complementarias, se alimentan y se inspiran mutuamente. Entonces los mundos virtuales se alimentan de datos reales y también los vuelve alimenta, puesto que son interactivos.

1.5.2 De lo virtual a lo real

El cuestionamiento de la dicotomía entre lo real y virtual es uno de los efectos del ciberespacio. Los límites entre humano y máquina, y entre realidad y virtualidad se convierten en características de la postmodernidad, una postmodernidad que encuentra en el ciberespacio su mundo. Allí las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, el yo propio y el otro se diluyen. En la sociedad en red, las fronteras entre la vida humana y la vida artificial se han vuelto borrosas (Castells, 2006).

También Turkle (1997) hace mención a que en las comunidades virtuales se vive en el umbral entre lo real y lo virtual.

Y así un sinfín de autores han debatido sobre esta dualidad que nos presenta lo real y lo virtual, Hine (2000) menciona que más que trascender en el tiempo y espacio Internet puede ser representada como una instancia de diversas órdenes espaciales y temporales que cruzan una y otra vez la frontera entre lo online y lo offline, a lo que a lo primero llama virtual y a lo segundo real.

Estos mundos online y offline se conectan entre sí de maneras complejas, el espacio en que ocurren las interacciones virtuales se produce socialmente y, a la vez se nutre de una tecnología cuya base es también social.

Desde su perspectiva entonces no es cierto, que lo virtual trascienda lo real de forma automática puesto que los espacios de interacción pueden estar configurados de distintas maneras y pueden experimentarse también de formas variables, pero no pierden nunca, enteramente, toda referencia a las realidades offline.

Levy (1997) argumenta que no existe ningún motivo para oponer lo virtual y lo real como exponemos que existe esta dicotomía, pues desde la postura de este autor esboza que ambas son complementarias, se alimentan y se inspiran mutuamente. Entonces los mundos virtuales se alimentan de datos off line y también los vuelve alimenta, puesto que son interactivos.

La tecnología como medio en los cambios culturales y sociales cada día nos sumerge más en las olas del ciberespacio, cruzando y alternado ambas ventanas, la real y la virtual, pues ambas resultan complementarias.

1.5.3 Interactividad, construcción de discursos

El término Interactividad se puede utilizar en diferentes situaciones, por ejemplo, en la comunicación cara a cara al igual que en un intercambio de información entre

persona y ordenador. Es en este último tipo de comunicación, la interacción se lleva a cabo mediante la interfaz (Scolari, 2005).

La interacción entre sujeto y ordenador se ha vuelto cada vez más común y necesaria, ya sea por cuestiones laborales o personales, muchas personas consumen y transcurren gran cantidad de tiempo tras una pantalla. Es entonces, que gracias a la interacción se ha logrado pasar de un paradigma de comunicación tradicional, de un emisor único y el receptor permanecía pasivo a un medio de comunicación multilateral, donde el emisor se convierte a la vez en productor de su propio contenido a través de su participación en los diferentes medios masivos (Díaz, 2006).

Se puede decir que la interactividad es lo que define a la participación, porque en este cambio de paradigma de comunicación ahora los usuarios tienen el poder de construir el ciberespacio a través de sus aportaciones. Por interactividad según Martínez, 2005 citado en Orihuela, 2003 se entiende como *“la capacidad del usuario de dialogar con los textos y sus autores y de convertirse en autor de sus textos”*.

Resulta importante destacar que, según Ryan, 2004 existen dos tipos de interacción: selectiva y productiva.

En la interacción selectiva el usuario sólo elige entre opciones, enlaces e hipervínculos ya predeterminados en la Red mientras que en la productiva el lector participa en la creación y modificación de textos, dotando de significado y sentido al texto, permitiendo convertir al lector en co- autores de los textos. Es entonces como menciona Díaz, 2006 que la interactividad, *“está provocando profundas mudanzas en la autoría de la información: el autor no es sólo quien propone el texto, sino que éste se completa, cambia, o sustituye por la intervención del lector”*.

Se concluye que por medio de la interacción mediada por los diferentes dispositivos digitales se están construyendo nuevos discursos que alimentan el ciberespacio y le dan al usuario la posibilidad de participar y compartir libremente su opinión.

1.6 Redes sociales virtuales, la comunicación del nuevo milenio

A casi dos décadas de haber comenzado el siglo XXI, podemos observar cambios en la humanidad. En medio de estos cambios surgen nuevas formas de comunicación, socialización e interacción entre individuos a los que se denominan redes sociales virtuales, mismas que han llegado a incrustarse en la vida de todos los seres humanos, siendo el sector predominante los jóvenes y adolescentes.

Estas nuevas formas de comunicación, son utilizadas para conocer amigos, formar relaciones de amistad, de trabajo, entretenimiento, arte, citas, además de se ha modificado las prácticas y hábitos socioculturales permeando una nueva forma de crear cultura en la sociedad, Castells (2014) la llama la “Cultura de la autonomía” donde el usuario también se convierte en productor y a la vez consumidor del contenido que emite en estas plataformas a la vez que puede convertirse en su propio jefe a través del contenido que distribuye y generar ganancias exorbitantes (youtubers, blogueros), que decir de realizar cambios para bien de la sociedad a través de diversos movimientos sociales, todo esto y más es posible en medio de las diversas posibilidades que ofrecen para participar las redes virtuales.

1.6.1 Concepto y evolución

Las redes sociales digitales son un fenómeno actual no sólo a nivel local sino mundial. “Las redes sociales siempre han existido” desde la prehistoria, empero el concepto “red social” surge en la época contemporánea y diversos investigadores han estudiado el concepto y efectos sociales que estas redes sociales digitales han provocado desde su creación (Ávalos, 2014).

El año 2002 marcó un hito, con la creación de una nueva manera de comunicarse que permitiría representar todas las actividades humanas, que incluyen relaciones personales, negocios, trabajo, cultura, comunicación, movimientos sociales y política a través de plataformas digitales. En este año se creó Friendster, el antecesor de Facebook y con ello se creó una “revolución sociotecnológica” como menciona (Castells, 2014) a nivel social, cultural y tecnológico.

Bajo este panorama se pueden definir que *“Las redes sociales son servicios de web que permiten a los individuos (1) crearse un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; (2) articular una lista de otros usuarios con los que se comparte conexión; y (3) ver y navegar en su lista de conexiones y las del resto de usuarios dentro del sistema”* (Castells, 2014 citando a Boyd y Ellison, 2007: 2).

Dentro de las redes sociales existe una conectividad permanente, donde el usuario crea vínculos personales al diseñar su perfil, configura su privacidad a través de la personalización de su privacidad, filtra búsquedas de amistad, productos, empresas, deportes, enseñanza y activismo político, es decir, en este momento toda la actividad que sucede en el mundo se encuentra en las redes sociales. Estas redes sociales son construidas y alimentadas por sus propios usuarios que marcados por sus propios intereses crean diversos perfiles y páginas que posteriormente llamaran la atención a miles de usuarios.

Según el AMIPCI (2017) en México los cibernautas navegan 8 horas 01 minutos diariamente, esto equivale a 47 minutos más que en el 2016. Al observar estas cifras se hace latente que se consume gran cantidad tiempo tras la pantalla, donde la principal actividad resulta ser el acceso a las redes sociales. El uso de Facebook, Twitter, WhatsApp u otras redes sociales se ha vuelto cotidiano en nuestras vidas, por tanto, ha emergido una cultura de autonomía y participación entre los jóvenes que les ha permitido organizarse, comunicarse, compartir memes, chatear, participar (González, Becerra y Yañez, 2016).

En medio de esta cultura de autonomía y participación en las redes sociales la clave del éxito no es el anonimato, sino más bien la autopresentación de una persona real que está conectada con personas reales. Es decir, estamos ante una sociedad autoconstruida mediante la conexión en red con otras redes, donde los individuos crean redes para estar con otros, y lo hacen sobre la base de los criterios que agrupan a las personas que ya conocen (un subsegmento seleccionado) (Castells, 2014).

1.6.2 Ámbitos en los que participan las Redes Sociales Virtuales

Como se mencionó anteriormente las redes sociales virtuales se encuentran representadas todas las actividades humanas, que incluyen relaciones personales, negocios, trabajo, cultura, comunicación, movimientos sociales y política.

Estas plataformas virtuales se han expandido rápidamente debido a que les permite a las personas conectarse todas las dimensiones de la experiencia personal sin importar las barreras del tiempo y del espacio así mismo *“transforma la cultura, porque la gente comparte experiencias con un bajo coste emocional, ahorrando energía y esfuerzos”* (Castells, 2014).

Es decir, la sociedad sigue viviendo su vida real pero a la vez está conectada en los múltiples escenarios que le ofrecen las redes sociales por lo que al sentirte tan cómodos con el uso de éstas, las agencias de marketing, las organizaciones laborales, las agencias de servicios, la administración pública y la sociedad civil están migrando masivamente a estas plataformas virtuales donde el usuario tiene la libertad de participar en la política, expresar libremente sus opiniones sin costo alguno.

Primeramente uno de los ámbitos que ha permitido la participación de la sociedad es la administración pública, debido a que las redes sociales le han abierto una nueva posibilidad al gobierno y administraciones públicas de concebir su relación

con la ciudadanía, pues las diversas herramientas con que cuentan éstas plataformas virtuales han logrado convertir al ciudadano pasivo en un ciudadano activo que trabaja en conjunto en mejora de perfeccionar y coadyudar al funcionamiento de los servicios públicos y a la mejora de las políticas públicas (Criado, 2013).

Las redes virtuales se entienden como un tipo de innovación tecnológica y de comportamiento, que puede llegar a considerarse como disruptiva, es decir, que produjo una ruptura brusca con el antiguo paradigma de los medios de comunicación así mismo este potencial disruptivo de las redes virtuales se encuentra ligado a las bondades de las herramientas 2.0 que le permite al usuario compartir, intercambiar y participar colaborativamente en el contenido que se publica en estas plataformas (Criado, 2013).

A su vez, la concreción del carácter 2.0 de las redes sociales en las administraciones públicas implica tres aspectos: (a) ciudadanos activos en la producción de contenidos web, (b) la extensión de la idea de la inteligencia colaborativa, es decir, la evidencia de que la innovación pública se encuentra también fuera de los límites formales de la organización, (c) así como la creciente eliminación de intermediarios de las actividades entre organizaciones e individuos particulares. En definitiva, todo lo anterior refleja un nuevo escenario para la colaboración, la transparencia, la participación y la rendición de cuentas dentro del ámbito público donde los ciudadanos a través de las redes virtuales tienen la posibilidad de colaborar con los organismos públicos.

Otro ámbito que ha sido irrumpido con fuerza por las redes virtuales son los movimientos sociales que han generado una ruptura entre los controles políticos, gubernamentales y corporativos sobre la comunicación. A través de diversos movimientos sociales que han estado especialmente activos desde 2010, sobre todo durante las revoluciones árabes contra sus dictaduras; en Europa y Estados

Unidos, en forma de protestas contra la gestión de la crisis financiera; o en Brasil, en Turquía, en México, en contextos institucionales y economías de gran diversidad.

Estos movimientos sociales o también llamado ciberactivismo han logrado su capacidad actual al Estado por el uso masivo y participación de diversos usuarios en todo el mundo que se familiarizaron con la causa que han utilizado las bondades de las redes virtuales como estrategia (Castells, 2012).

A través de estos ámbitos, se concluye que las redes virtuales han llegado para quedarse en la sociedad de la información, donde el usuario es dueño y creador de todo el contenido que emiten estas plataformas que se construyen con la participación activa de todas las personas que fascinadas con las herramientas que ofrecen se identifican y su uso se intensifica diariamente.

1.6. 3 Principales Redes Sociales Virtuales en México

Actualmente se observan muchos cambios en la humanidad tanto en el aspecto social, cultural y sobre todo tecnológico puesto que en los últimos 13 años ha aumentado la velocidad de conexión a Internet (Becerril, 2014), haciendo cada día más cotidiano el uso de plataforma virtuales como ya se ha mencionado con anterioridad. En el mundo, las estadísticas de utilización de las redes sociales virtuales son impresionantes: Facebook, se posiciona como la red social más grande, con 2 millones de usuarios en todo el mundo y en México con el 95% de usuarios, seguido de WhatsApp con 93% y YouTube con 72%, estas cifras según el AMIPCI (2017).

Facebook es la red social más exitosa que marca un antes y después generacional, pues permite compartir imágenes, videos, crear contenido y tener una lista de amigos, no sólo para platicar, sino también para vender, conocer e incluso ganar dinero; así también WhatsApp es la segunda red social más popular en México que

funciona como un mensajero de texto instantáneo y finalmente YouTube, el cual es un sitio que permite crear canales para subir videos.

Las herramientas que brindan las redes sociales son tales que, en México, se posicionan como la principal actividad online, seguida de recibir e-mails y buscar información, sin duda hace unas décadas nadie hubiera imaginado lo esencial e importante que se ha vuelto formar parte de una red social virtual (ibíd).

Así mismo como se mencionó anteriormente los adolescentes y jóvenes son el sector que más utiliza estas plataformas, pues ellos son considerados nativos digitales. El término “nativos digitales”⁴ hace referencia a las personas de una generación reciente que han nacido ya rodeados de un mundo digital capaz de brindarles información inmediata y de mantenerlos permanentemente conectados entre sí con la realidad que los rodea.

Los y las jóvenes de nuestro tiempo son esos nativos digitales, que viven las tecnologías de la información como un recurso más de los muchos que tienen a su alcance, puesto que sus medios de comunicación más utilizados son las redes sociales y profundizan los entornos virtuales (Pinilla, 2011).

⁴ Marc Prensky acuñó los términos “nativo digital” e “inmigrante digital” en 2001, en un artículo titulado “On the horizon”. www.marcprensky.com

CAPÍTULO II

CIBERACTIVISMO, PARTICIPACIÓN EN LA RED

Como se mencionó en el capítulo anterior, Internet y las redes virtuales han abierto nuevas formas y canales de participación a los usuarios, logrando crear ciudadanos más activos en lo que acontece a su alrededor e incluso dirigir su participación en la Red a favor de un cambio social y político. Una nueva forma de participación dentro de las plataformas virtuales es el ciberactivismo, cuya actividad trasciende la dimensión geográfica, convocando movilizaciones desde el ciberespacio y teniendo repercusiones reales y favorables en el ámbito social, político y económico de los ciudadanos.

Sin embargo, hace algunas décadas atrás resultaría inimaginable que los ciudadanos pudieran participar activamente en la transformación de su realidad, pues los medios tradicionales estaban monopolizados, es decir, solo un productor controlaba su oferta. Empero, con la convergencia tecnológica y la llegada de Internet, se ha puesto en marcha una cultura de la autonomía donde *“han aparecido nuevos tipos de sociabilidad, las relaciones en red, y también nuevos tipos de prácticas sociopolíticas, los movimientos sociales en red y la democracia en red”* (Castells, 2014).

Internet ha logrado abrir nuevas formas de acceso a la información, así como posibilidades de participación en escenarios inimaginables, empero, Internet potencializó sus efectos en el 2002 con la llegada de las llamadas redes virtuales, en las cuales se encuentran representadas todas las actividades del ser humano, que incluyen amistad, negocios, publicidad, administración pública, educación y política (ibídem). Estas plataformas de uso ya cotidiano entre la mayoría de la población mundial y en especial los jóvenes promueven el derecho a participar de los ciudadanos (Larrondo, 2005) logrando una participación social y política en diferentes escenarios.

Hoy los ciudadanos pueden opinar libremente en las redes virtuales, pues el sujeto pasivo ahora está informado y se siente identificado con la información que otro ciudadano comparte en la Red y no la opinión impuesta por los medios tradicionales que trabajan en conjunto con el Estado (Rovira, 2014). Como es bien sabido que los medios de comunicación son “los medios suministran a la sociedad parte del conocimiento necesario para la formación de opiniones” (Portillo 2001 en Montero, 2001) sin embargo, como ya se mencionó anteriormente la opinión en escenarios mediáticos no era posible de la forma que hoy se ésta dando, debido a que los grados de participación estaban condicionados por la información que se obtenía de los medios tradicionales (prensa, radio, TV).

En ocasiones también lograban participar personas con mayor conocimiento sobre el tema, como lo son periodísticas, políticos y universitarios, pero lo alarmante era que la demás parte de la población quedaba a la derivaba sin voz ni voto dentro de lo acontecía en el ámbito político y social (Portillo, 2004), sin embargo, esto ha cambiado gracias al poder horizontal y descentralizado que ofrece Internet y las redes virtuales.

Con el boom de las redes virtuales cada día los ciudadanos participan socialmente en el bien común de la sociedad logrando alcanzar grados de participación inimaginables que se han hecho visibles gracias a las bondades de estas plataformas.

2.1 ¿Qué es la participación?

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, los medios digitales han abierto nuevas formas de participación en la red, una de estas nuevas posibilidades de participación es el ciberactivismo. Entonces en el ciberactivismo se habla de una “participación” con connotación positiva, además que es muy común utilizar el término “participación”, sin embargo, resulta importante definir este concepto, ya que como menciona Alberich y Espadas (2011) el concepto participación en la

actualidad contiene una carga valorativa muy positiva, ya que lo participativo se ha convertido en cualidades deseables para cualquier iniciativa, proyecto o movimiento social.

Entonces, desde el latín participación proviene de *participatio* y *parte capere*, que significa tomar parte. Es decir, el concepto de participación se despliega en dos dimensiones: ser parte de algo y tomar parte en algo (Alberich y Espadas, 2011). Por lo anterior se puede decir que participación es un proceso, que incluye la posibilidad de hacer, al tomar parte de algo, con la finalidad de provocar una reacción con los otros miembros del grupo que tienen que ver con nuestra propia vida y la de la sociedad a la que pertenecemos.

Si participar es tomar parte en algo en que hay diferentes partes (Estado / ciudadanos) la relación dependerá del poder que tenga cada parte. Si el poder de unos es total y el de los otros casi nulo, la participación será muy difícil. Será entonces algo que se otorga por los que están en el poder. Un sistema es más democrático en la medida en que los ciudadanos tienen de forma individual y colectivamente poder de participación. En definitiva, en la sociedad de la información “la participación persigue que los habitantes de un lugar sean más sujetos sociales, con más capacidad para transformar el medio en que viven y de control sobre sus órganos políticos, económicos y administrativos” (Alberich y Espadas 2014).

También al hacer énfasis en participar significa tomar parte de algo con otros, se habla de compromisos y responsabilidades que integran tres aspectos según Barrientos (2005):

- Formar parte, en el sentido de pertenecer, ser integrante
- Tener parte (asumir un rol) en el desempeño de las acciones determinadas
- Tomar parte, entendida como influir a partir de la acción.

Entendiendo a la participación como un proceso social donde el ciudadano pertenece a una sociedad y toma acciones sobre la misma, también es importante destacar que existen niveles de participación, que incluyen grados diferentes de compromiso, que van desde el más básico como es la mera información pública hasta la participación plena, que implica una mayor distribución del poder, es decir, formar parte de las decisiones a través de acciones colectivas (Alberich y Espadas, 2011).

En una participación plena como menciona Alberich y Espadas (2011) se debe dar de abajo hacia arriba, es decir, desde los ciudadanos a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales; así mismo como fin y como medio, es importante participar de para lograr algo; finalmente todos los miembros de la organización, voluntarios y afectados son protagonistas de esta participación.

Así mismo, es importante destacar que existen tipos de participación, que se distinguen en dos grandes ámbitos:

- El público, que obedece a aspectos más generales e incluye dentro de este la participación ciudadana y la política.
- El privado, que tienen como objetivo atender los intereses comunes de la comunidad o mejorar la calidad de vida de las comunidades e incluye la participación social y la comunitaria.

Así, podemos clasificar cuatro formas básicas de participación:

1.- La participación ciudadana se entiende como la intervención de los ciudadanos en los asuntos públicos en función de intereses sociales de carácter particular (Alberich y Espadas, 2011).

2.-La participación política es el elemento primordial de los sistemas democráticos. Se define como toda actividad de los ciudadanos que está dirigida a intervenir en la elección de los gobernantes y/o a influir en los mismos con respecto a una política estatal (Divulgación dinámica, 2015).

3.-La participación social implica la agrupación de los individuos en organizaciones de la sociedad civil para la protección y representación de sus respectivos intereses,

por ejemplo, grupos de inmigrantes, mujeres...etc., que buscan el mejoramiento de las condiciones de vida o defensa de intereses (Divulgación dinámica, 2015).

4.-La participación comunitaria es el conjunto de acciones desarrolladas por diversos sectores comunitarios, en la búsqueda de soluciones a sus necesidades específicas. Se encuentra unida al desarrollo comunitario de un sector o un grupo comunitario y tiene como eje el mejoramiento de las condiciones de vida en la comunidad (Divulgación dinámica, 2015).

En definitiva la participación aporta importantes beneficios a la forma organizacional y comunitaria al facilitar una gradual adecuación del funcionamiento de las instituciones, romper la apatía y desconfianza ciudadana, ofrecer a los líderes herramientas para evaluar y mejorar la gestión de los asuntos públicos, permitir a la ciudadanía reconquistar y recuperar el espacio público, generar capital social, potenciar sentimientos comunitarios; permitir que la política se discuta y reforzar las decisiones (Pastor, 2008 citado en Alberich y Espadas (2014).

En síntesis, la participación de los ciudadanos es un derecho y un deber cívico sustancial que permite formar parte de algo a partir de acciones en beneficio de la sociedad, así mismo, modera y controla el poder de los políticos a través de los nuevos canales de participación que ha abierto la digitalización.

Se afirma que el ciberactivismo, es una nueva forma de participación social y política que se gesta en el ciberespacio, resulta importante adentrarse en todo lo que implica una participación social en el espacio real hasta llegar al terreno virtual, lo cual ha permitido masificar las causas y fines que busca la participación social; además, el ámbito político ha sido trastocado fuertemente por la digitalización y se vive una nueva forma de hacer política, es decir, nuevas formas de participación política se visibilizan en las redes sociales virtuales. Por ende, es de suma importancia hacer énfasis en todo lo que implica la participación política y social en el activismo y desde luego en el ciberactivismo.

2.1.1 Factores que inciden en la participación social

Como se mencionó anteriormente la participación es un derecho de los ciudadanos que aporta beneficios a la dinámica organizacional y comunitaria de la sociedad, la cual está influenciada por múltiples factores. Alberich y Espadas (2014) hacen énfasis en los siguientes factores que influyen en la participación social:

1. El factor más importante de la participación social, resulta ser la cultura contemplada en su sentido más amplio como el modo de vida y recogiendo lo que son las tradiciones y costumbres culturales de un pueblo. La cultura de un territorio específico, estará a su vez determinada o muy influenciada por: factores sociodemográficos (grupos de edad, antigüedad colectiva en el espacio, inmigración), factores ideológicos y religiosos y económicos (formas de producción, estructura de clases sociales, [...]).

Por ejemplo, no es lo mismo las redes culturales y sociales existentes en una nueva colonia de reciente creación, con población que se desplaza con facilidad a otro lugar, que, en un pueblo, colonia o barrio antiguo, donde el tiempo ha permitido ir tejiendo redes de relación, solidaridad y convivencia, realización de actos culturales y la creación de asociaciones y colectivos, formales e informales.

2. El urbanismo y el diseño de la ciudad, es otro factor importante. La política territorial de la ciudad influirá contundentemente en la forma de vida y en las relaciones sociales, en las de la creación de espacios para el esparcimiento e interacción social. Por ejemplo, con el crecimiento exorbitante de la población, se han creado edificios con pocos espacios de interacción social, que propician menos sociabilización, por contra, lugares donde el kiosko o plaza central son los principales lugares de concentración e interacción de la sociedad, además, estos favorecedores de las relaciones sociales y comunicación.

3. Aspectos físicos, geográficos y climatológicos son factores influyentes. El clima en la zona centro de México muchas veces anima a estar más tiempo en la calle, al aire libre, lo que facilita el contacto entre los vecinos de una comunidad cercana y genera la creación de vínculos sociales en colectivos.

4. Aunado a estos factores, se agrega uno más, que son las Tecnologías de la Información y comunicación, en específico, las redes sociales virtuales han trastocado todas las actividades de la vida humana, generando nuevas formas de participación en estos espacios digitales, permitiendo al ciudadano participar activamente en bien de sus intereses individuales y colectivos, así mismo, generando a partir de estos escenarios virtuales acciones colectivas con un objetivo en común. Sin duda alguna, los medios digitales siguen evolucionando a la par que lo hace la sociedad y la cultura, por lo cual no sabemos cómo evolucionarán, sin embargo, el camino para nuevas formas de participación en el ciberespacio ha sido abierto.

2.1.2 Formas y niveles de la participación

Existen diferentes formas que se puede dar la participación entre los ciudadanos y las instituciones, a lo que Alberich (2014) destaca los siguientes tres peldaños:

1. Información/Formación. Tener información suficiente sobre cualquier actuación pública es necesaria para que pueda existir la participación de los perjudicados por dichas actuaciones. Información implica también Formación: la información que no es entendida no sirve, por lo tanto, a veces es necesaria una labor previa de formación.

2. Consulta y Debate. Significa que los afectados den su opinión, realicen sugerencias y alternativas, y se abra una fase de diálogo entre administración y ciudadanos. Esta segunda fase es la continuidad natural de la anterior. No debemos ver estos niveles de la participación como estancos, cerrados, los tres se pueden ir

superponiendo, lo cual es positivo si se saben ordenar los procesos y se tienen claros los objetivos.

Mediante la Información y la Consulta podremos posibilitar llegar a propuestas de consenso que, a la larga, serán más eficaces y útiles que las realizadas sin participación.

3. Participar en la gestión: la gestión compartida o trabajo en común (cogestión). Toma de decisiones conjunta y ejecución compartida por los miembros de una colectividad. Es el nivel de la participación que tiende hacia formas de cogestión y autogestión ciudadanas. El debate, la consulta y, en definitiva, la participación, se deben dar, por tanto, antes de la toma de decisiones, "participar en la planificación de la participación" (Del Río, 1998), y se deben practicar también después de la toma de decisiones, en la ejecución o gestión (tanto mediante el control y seguimiento como en la implicación directa de los ciudadanos en la cogestión).

2.1.3 Actores de la participación social

Dentro de la participación social y política existen figuras principales que hacen que funcione una sociedad o democracia, los cuales según Herrera (2008) son los siguientes:

a. Actores principales

Existen tres actores principales que intervienen en el proceso de participación.

1. Administración: Dentro de este rubro se encuentra el gobierno y la oposición.
2. Personal Técnico: Pertenecen a la administración pública o pueden ser contratados externamente.

3. Ciudadanía: Al interior de una sociedad existe una pluralidad de individuos que presentan opiniones divergentes, en torno a que no comparten los mismos intereses con el colectivo, así como aquellos colectivos que buscan un mismo objetivo en beneficio de la comunidad o territorio. Es menester, explicar que cuando se habla de ciudadanía se refiere tanto a los ciudadanos organizados en colectivos y asociaciones, así como a los ciudadanos que no están organizados en colectivo y sin embargo es importante recabar su opinión.

b. Asociaciones

Dentro de la participación social lo más habitual dentro de las organizaciones formalmente constituidas es organizarse bajo una asociación. La creación de una asociación parte de un grupo de personas que desean ejecutar alguna acción en común. Este grupo de personas se institucionaliza de manera jurídica al designar una Junta directiva y, por ende, determinar roles y responsabilidades al interior de la asociación (Herrera, 2008).

Las asociaciones están constituidas en todos los ámbitos de trabajo: deporte, cultura, familia, educación, intervención social, desarrollo comunitario, etc.

Y pueden presentar ventajas y desventajas en torno a estar formalmente constituidas. Primeramente, el Consejo Vasco del Voluntariado (2015) considera como ventaja que una forma jurídica formal presenta una serie de valores internos asociados con los que están de acuerdo y que quieren transmitir tanto de forma interna como al exterior así mismo esta formalización jurídica se asocia con una mayor organización interna. Caso contrario denota en las desventajas que presenta una asociación como organización formal, pues, conlleva por un lado una mayor estructura y por otro un mayor trabajo burocrático y con ello la disminución de la participación social en los miembros (Herrera, 2008).

c. Movimientos sociales

No todas las organizaciones que promueven la participación social tienen que tener una estructura formal. Esta es una característica relevante de los nuevos movimientos sociales, en los que la estructura formal no es un requisito necesario para fomentar la participación social.

Si bien la constitución formal de una asociación o fundación, resulta ser la forma habitual en la que se configuran las organizaciones, existen grupos que toman la decisión consciente de no estructurarse formalmente (Consejo Vasco del Voluntariado 2015).

Los movimientos sociales son una forma de acción colectiva caracterizados por sus formas de organización no partidistas, asociaban sus reclamos al Estado con una exigencia de participación social en las políticas públicas, particularmente en las políticas sociales (servicios públicos domiciliarios y servicios sociales). Los pliegos de las marchas, tomas y paros exigen participación social en la decisión de programas y proyectos (Restrepo, 1995).

A partir del año 2012, con la explosión de las redes sociales y el aumento de la desconfianza hacia los políticos que desembocaría en un rechazo sobre el propio sistema político democrático-formal (Alberich y Espadas, 2014) logrando un estallido de participación social y política convocada desde las redes sociales digitales como es el caso de la llamada “Primavera Árabe” y en México el #132 y Todos somos Ayotzinapa, logrando acciones concretas en el espacio real.

2.2 Nuevas formas de participación social en el ciberespacio

El ciberespacio se ha convertido en un escenario seductor para la sociedad contemporánea, ya que a partir de la convergencia digital se han generado cambios en la forma de comunicación y de organización que permiten nuevas formas de participación social, como lo es el ciberactivismo. Esta nueva forma de participación

social ha transformado el espacio virtual y social, ya que permite al ciudadano formar parte de movimientos sociales desde el mundo virtual persiguiendo un cambio y transformación en colectivo que tendrá consecuencias en el espacio real.

Al hablar de ciberactivismo como una nueva forma de participación social que se gesta en el ciberespacio, resulta de suma importancia conceptualizar que es la participación social desde el espacio real hasta el ciberespacio que con ayuda de las Tecnologías de la Información ha gestado nuevos modelos de participación social.

La participación social es un concepto más amplio y difuso, relacionado con la acción colectiva. Se entiende por participación social cualquier acto, fenómeno o proceso colectivo de participación de la sociedad (Alberich y Espadas, 2011).

En este sentido la participación es entendida y retomada de la definición aportada por Lima (1988) como un proceso interactivo de tipo personal, de acuerdo mutuo, espontáneo por el bien común, en donde se busca obtener un fin (normalmente la transformación de las relaciones sociales), hay adhesión a las ideas y valores propios de una comunidad, se cumplen tareas, funciones y papeles dentro del mismo.

Por ello es posible que la diferencia entre la participación social y la participación política ciudadana tenga relación con la diferencia entre la participación como Estado o situación y como actividad. La participación social enuncia la pertenencia y el hecho de tener parte en la existencia de un grupo, de una asociación, es decir, la diferencia estriba en que, en el caso de la participación social, se supone que los individuos se relacionan no con el Estado, sino con otras instituciones sociales.

Por su parte, otros autores refieren que la participación política ciudadana está dirigida a promover y crear nuevos mecanismos para que la administración conozca mejor las actividades de sus administrados, obtenga la colaboración de éstos en la

ejecución de algunas tareas o bien directamente para que sustituya al Estado en la relación de determinadas funciones (Serrano y Serrano, 2009).

2.2.1 Motivos para la participación social

Las personas que se integran a un proceso de acción colectiva en el ámbito social lo hacen por diferentes causas y motivos, que según el Consejo Vasco del Voluntariado (2015) se identifican dos pautas generales para los individuos que son las siguientes:

Primeramente, se tratan de personas con actitud inquieta en todos los ámbitos de su vida, tanto en su vida personal como laboral. En este sentido es importante destacar que las personas que son inquietas en su vida real también son cibernautas activos en las redes sociales virtuales (Nuñez, 2008) es decir, son personas que atienden convocatorias en Facebook, crean memes, compartiendo tuits e incluso trascienden los límites de lo virtual al terreno real.

En segundo lugar, constantemente las personas que participan en actividades sociales están envueltas en una dinámica participativa, ya que cuando atienden una convocatoria de tipo social, no es la primera vez que participan en colectivo, debido a que este tipo de perfil constantemente participan activamente en cuestiones no sólo del ámbito social sino también político y económico.

Al profundizar más en las motivaciones de las personas por participan socialmente según el Consejo Vasco del Voluntariado (2015) se agrupan en motivaciones de carácter colectivo, así como de tipo individual. Primeramente, se hará énfasis en las tres motivaciones de carácter colectivo, las cuales se encuentran ligadas entre sí y a la vez buscan una mejora social.

Se habla en primer lugar de que las personas que se integran a actividades sociales lo hacen por vocación buscando generar un cambio social tanto a nivel individual

como a nivel comunidad. La siguiente motivación de tipo colectivo hace énfasis en la mejora de la comunidad a donde pertenece, por ende, las personas se agrupan en colectivos cercanos donde tienen la posibilidad de contribuir y aportar algo positivo a la sociedad; Por último, en este rubro cabe destacar la identificación con los valores del colectivo a donde se desea participar, como lo son el compromiso que se tiene por cumplir con cierta acción.

En cuanto a las motivaciones de tipo individual se destacan el reconocimiento social que se tiene en cierta comunidad al haber realizado un bien común, es decir, la persona se siente valorada en su colonia, municipio o ciudad donde contribuyo; también se habla de un bienestar personal por sentirse útil y activo; finalmente se destaca un beneficio personal que se obtienen de participar socialmente y que pueden trastocar tanto el ámbito laboral como personal al adquirir una mayor experiencia en el rubro social e incluso pueden relacionarse con sus estudios.

2.2.2 Dificultades que impiden la participación social

En la participación social, así como existen motivaciones que impulsan a las personas a ser parte de un colectivo, también existe la cara opuesta de la moneda, debido a que permean dificultades externas e internas que desmotivan la participación social en las organizaciones

En cuanto a las dificultades externas a las organizaciones destacan la falta de tiempo de las personas para integrarse al colectivo; en los cuales se engloban motivos tanto laborales como personales, debido a que en ocasiones la personas son rebasadas por su extenuante jornada laboral o por los múltiples quehaceres en el hogar que se convierten en barreras para formar parte una organización.

Así mismo existen otros factores catalogados como nuevos que dificultan una participación social, uno de ellos es una sociedad con bajo compromiso, en donde a las personas no les interesa adquirir responsabilidades o sólo forman parte de un

movimiento u organización momentáneamente y posteriormente desaparecen y nunca vuelven. También el exceso de trámites administrativos dentro de las organizaciones vuelve todo más tedioso y cansado por lo que el trabajo se hace abrumador, distrayendo al colectivo de su objetivo principal. Finalmente, muchas organizaciones o movimientos perciben un bajo reconocimiento social en su labor por lo que en ocasiones deciden abandonar su labor.

En cuanto a las dificultades internas que surgen al interior de las organizaciones, colectivos y movimientos se destaca la falta de comunicación en el terreno real entre los miembros del colectivo, sin embargo, con el uso de redes sociales digitales, estas se han vuelto porta voces de información trascendental para llevar a cabo una mejor organización del colectivo así como un poder de adhesión de miles de personas interesadas en la misma o causa que se persigue, así mismo ha permitido el relevo generacional en las organizaciones, ya que miles de jóvenes que diariamente consultan estas plataformas se han identificado por diferentes movimientos y causas que persiguen distintas organizaciones, por tanto, han decidido formar adherirse, lo que ha permitido una mayor difusión de proyectos sociales a través del ciberespacio.

2.2.3 De los modelos de participación social presenciales al ciberactivismo

Existen modelos o formas principales de participación social en el ámbito presencial, es decir, en el espacio real, donde las personas se identifican con el término: militancia, voluntariado, colaboración y activismo.

A continuación, se definirá cada uno de los términos mencionados según el Consejo Vasco del Voluntariado (2015) acorde a su nivel de compromiso:

La militancia es el grado máximo respecto a compromiso ya que asumen su participación en el proyecto como algo propio, además de contar con disponibilidad de tiempo y dedicación total.

El voluntariado es la expresión precisa de la participación social formada por el conjunto de actividades de interés general y carácter solidario, desarrolladas por personas en torno a un proyecto colectivo sin ánimo de lucro. Así mismo, el voluntariado engloba un abanico muy extenso de actividades como: visitar a un enfermo, distribuir información acerca del VIH/SIDA, plantar un árbol, defender los derechos humanos (CIVICUS, IAVE y el programa VNU, 2008).

La colaboración es el tercer nivel de compromiso es el relativo a la figura de la colaboración, que se percibe como un apoyo puntual, muy marcado en el tiempo y en la dedicación, ya que existe una fecha de inicio y un final bien determinado

El activismo social según esta categorización sería el cuarto nivel de compromiso y se define según CIVICUS, IAVE y el programa VNU (2008) como un acto colectivo que une a las personas con un mismo objetivo. Además, que el activismo social genera liderazgo, define áreas de compromiso y moviliza a colectivos a través de acciones para realizar un cambio, es decir, los activistas a través de marchas y movilizaciones tratan de cambiar la realidad social de manera positiva.

Además de las formas principales de participación a las que se ha hecho referencia (militancia, voluntariado, colaboración, activismo), existen otras formas de participación menos habituales, como lo son: el cibervoluntariado y el ciberactivismo, las cuales se consideran como nuevas formas de participación debido a que se gestan desde el Internet donde las redes sociales digitales juegan un poder de transformación y convocatoria que trascienden las barreras de lo local a lo global.

En el caso del cibervoluntariado se puede definir como una forma de voluntariado o colaboración a distancia, en la que la persona realiza tareas generalmente desde su domicilio a través de las ventajas que le ofrecen los medios digitales, sin una participación presencial necesaria o en su mayoría presencial. Las actividades que pueden realizar las personas a través del voluntariado consisten en: traducción de

idiomas, la creación de la comunicación y administración de redes sociales y asesoramiento legal, diseño gráfico,

Finalmente, el ciberactivismo es considerado como una nueva forma de participación social, no presencial, es decir, que no necesariamente se necesita la presencia física de la persona para lograr esta participación, ya que se gesta desde el ciberespacio, ayudado por las Tecnologías de la información que facilitan y masifican las causas y objetivos que persiguen los activistas a través de las plataformas virtuales.

2.3 Política contemporánea

Las redes sociales virtuales, son espacios contemporáneos, que han logrado traspasar todas las actividades de la vida humana, incluye desde la amistad hasta la política, ésta última se ha transformado desde la aparición de estas plataformas, las cuales han creado nuevas formas de participación política tanto en las personas que hacen política como aquellos que opinan de la política.

En este sentido, Internet y toda la gama de redes sociales virtuales abren nuevas formas de participación en el ámbito político que tiempo atrás no eran posible, antes de la convergencia tecnológica, los únicos encargados de visibilizar y dar a conocer lo acontecía en el mundo de lo político a la sociedad eran los medios tradicionales de comunicación, era tan reducido el campo de la participación, que estas minorías estarían representadas por los periodistas, los actores políticos, algunos universitarios e intelectuales. Mientras que las demás personas estarían excluidas en la periferia, sin derecho a opinar o participar o raramente eran tomados en cuenta para alguna encuesta o sondeo político (Portillo, 2004).

Sin embargo, hoy en la sociedad de la información, esto ha cambiado, los ciudadanos están informados y participan a través de los espacios virtuales que ofrece el ciberespacio, estos espacios incitan a participar a través de su rapidez y

horizontalidad que permite comunicarse en tiempo real a los ciudadanos con los políticos e incluso irrumpir en las decisiones que se toman en la política. Es evidente que la política se está reorganizando al llegar al terreno digital, por eso se habla de una política contemporánea (Slimovich, 2016) o también llamada Ciberpolítica (Cotarelo, 2013).

Para Slimovich (2016) el hablar de política contemporánea, es referirse a una digitalización la política, la cual define como “la inserción de lo político en los medios con base en Internet, que se encuadra en una nueva fase de la mediatización” donde las redes sociales virtuales como Facebook o Twitter gestan nuevas formas de comunicación política, las cuales se llevan a cabo en dos procesos que es de suma importancia aclararlos.

Por una parte, están los que hacen política, a los que Slimovich (2016) llama “líderes políticos” donde se forman discursos de líderes políticos en el espacio virtual y los cuales han dado un giro de 180 grados al ingresar a Facebook o Twitter, porque dentro de estas plataformas el ciudadano puede comunicarse con los políticos (y asesores) de manera personalizada, en tiempo real, expresando sus peticiones y necesidades sin necesidad de que exista la figura del periodista o consorcios mediáticos arbitrando ambos polos de la comunicación, es por esta desaparición de la figura del reportero o instituciones radiotelevisivas que se habla de un proceso de desintermediación, y los discursos se dan de ciudadano a político, es decir se crea el vínculo candidato-internauta ciudadano en lugar de candidato-telespectador (Slimovich, 2017).

En México este fenómeno de los discursos de ciudadano a político sin la intervención de la figura del reportero, se observó por primera vez en las elecciones para presidente del 2012, donde México ya era parte del ciberespacio con la erupción y el boom de las redes virtuales, que los candidatos presidenciales tuvieron que designar a un coordinador de redes sociales virtuales que controlará su imagen, información de la campaña y pudiera platicar con los ciudadanos en el terreno virtual

(Rovira, 2014). Además, cabe destacar en este ámbito que los políticos también controlan su propia cuenta de Facebook o Twitter y son ellos los que responden las inquietudes de los ciudadanos.

En torno al siguiente proceso de cómo se lleva a cabo la política en el ciberespacio, es hacer énfasis a los que opinan de la política desde su teléfono móvil, computadora o cualquier dispositivo que tenga acceso a Internet, es decir, los ciudadanos hacen uso de los medios de comunicación con soporte digital que generan nuevas formas de participación política y activistas digitales (Slimovich, 2016).

A través de redes sociales como los Facebook o Twitter el modelo de la comunicación ha cambiado, ya que el sujeto pasivo y receptor ahora se ha visibilizado y ha sufrido un ascenso en su rol de sujeto pasivo a un sujeto activo capaz de participar activamente en las diferentes plataformas, es decir, su discurso es visibilizado en el espacio público donde millones de personas de forma inmediata participan y son parte de esta nueva forma de hacer política a través de los discursos de los mismos ciudadanos que se generan en colectivo en el ciberespacio.

En definitiva, el ámbito político se está transformado con el Internet, con la digitalización, hipertextualidad e interactividad, generando en las redes sociales virtuales nuevas formas de organización y participación política de los ciudadanos (Portillo, 2004) que han dado lugar a la democracia continua. En torno a esto Slimovich (2017) sostiene que cada decisión gubernamental puede originar una “reacción ciudadana virtual” que utiliza las diferentes plataformas virtuales para convocar a los ciudadanos a nuevos movimientos ciudadanos, muchas veces ligados al rechazo y desacuerdo de los gobernantes y situación que atraviesa esa sociedad.

En conclusión, se habla de política contemporánea porque desde la llegada de los medios digitales y el Internet se ha reorganizado la forma de hacer política en dos

procesos: desde los que hacen políticas y los ciudadanos que opinan de la política, esto ha generado nuevas formas de organización y participación política que en el siguiente apartado se hondará en el concepto de participación política.

2. 3.1 Participación política

La digitalización de los medios trajo consigo nuevos lenguajes, así como nuevas formas de participación política en las diversas plataformas como lo son Facebook o Twitter, permitiendo a los ciudadanos visibilizar su opinión en torno a los asuntos públicos que acontecen en su comunidad y sociedad. Definitivamente hoy la toma de decisiones, así como lo que sucede en la esfera pública, ya no es asunto de unos cuantos actores políticos sino todos los ciudadanos que se informan y participan activamente a través de los diversos canales de participación que ofrecen los medios digitales.

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, las redes sociales virtuales abren nuevos canales de participación política no convencionales, por lo cual es importante definir que es la participación política, así como diferenciar entre la participación política convencional y no convencional.

Primeramente “la participación política se ha considerado como una condición necesaria para la legitimación de un sistema democrático porque incluye la posibilidad de que los ciudadanos incidan en el curso de los acontecimientos políticos y en los asuntos de Estado” (Rodríguez, 2016 citando a Verba, 1972).

Bajo esta misma línea Rubio (2012) define a “la participación política como el proceso por el que individuos, comunidades y agentes sociales intervienen en las políticas públicas que les afectan, implicándose en la elección de los representantes que las harán posible” Por lo que como se mencionó anteriormente los medios de comunicación con soporte en Internet están modificando la forma de tradicional de comunicación entre la ciudadanía y los políticos y la propia influencia de su la participación política en lo público.

En concreto, las redes sociales virtuales están cambiando la política en dos procesos: la forma en como los políticos se comunican con los ciudadanos sin intermediarios y por otro lado se han incrementado y mejorado considerablemente las posibilidades de influencia ciudadana en lo político: sondeos de opinión, adhesión a distintas causas, movilizaciones, apoyos para recabar fondos para propuestas y campañas (Slimovich, 2017).

Así mismo la participación política según Delfino y Zubieta 2010 citando a Van Deth la participación política debe de cumplir con los siguientes puntos: a) rol de ciudadanos y no como funcionarios civiles o políticos b) la participación política es entendida como actividad, es decir, una acción c) las actividades definidas como participación política deben ser voluntarias y no producto de una orden impuesta por altos funcionarios o alguna ley d) la participación política se relaciona con el gobierno y la política en el sentido amplio.

Es importante destacar que la participación política se relaciona con la influencia de las decisiones políticas, debido a que las acciones o actividades que se realizan en colectivo buscan influir en el gobierno o el proceso político, alterando los patrones de comportamiento social (Delfino y Zubieta 2010).

Sin embargo, es importante destacar que la participación política se divide en dos tipos: la participación política convencional, se relaciona con las formas tradicionales de participación, relacionado con el voto; y la participación política no convencional, que va más allá de los límites del sistema político tradicional y, en algunas ocasiones, hace oposición a la legalidad constitucional establecida, mediante movilizaciones, boicot y huelgas, entre otras manifestaciones; así mismo estos movimientos sociales que se generan a través de marchas y llamados a cambiar el rumbo de la sociedad durante las últimas décadas ha tenido a los jóvenes como protagonistas de estas luchas por un bien común (Portillo, 2004).

En el mismo tenor Vieira (2014) indica que la participación política no convencional expresa peticiones sociales que difícilmente serían resueltas a partir de las formas tradicionales de participación, ya que se pone en juego un cambio de valores y cambios en los patrones sociales que hacen que cada vez más los ciudadanos se sientan identificados con la participación social y política que se gestan en los espacios virtuales para después ser materializada esta participación en los espacios reales.

Es por ello que, en la actualidad, los ciudadanos se limitan cada vez menos a actividades como acudir a mítines o convencer a otras personas para que voten por un candidato o partido político y es más frecuente el activismo político o movimientos sociales (Delfino y Zubieta 2010).

Así mismos datos cuantitativos sostienen que cada vez los ciudadanos se interesan menos por la participación política convencional, por ejemplo, los resultados de la Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012 indican que el 65 por ciento de las personas tienen poco o nulo interés en la política (ENCUP, 2012). La misma encuesta también demuestra que los mexicanos reportan tener una confianza baja en las figuras políticas e instituciones de gobierno (con una puntuación de 6 en una escala del 0 al 10).

Bajo esta mirada a la participación política es evidente que los ciudadanos no se sienten identificados con la participación política convencional y cada vez es más común el llamado a través de los medios digitales para participar en los asuntos políticos e incluso unirse a un movimiento, huelga o activismo que busque cambiar e influir en las decisiones del Estado, como es el caso de la Primavera Árabe o en México Yo soy 132; movimientos sociales que demuestran que estando unidos a través del poder de Internet se puede cambiar el rumbo de una nación.

2.3.2 Ciberactivismo: una forma de participación política y social

Cuando existe una participación política constante entre los ciudadanos se genera un activismo político, el cual lo define Ávalos (2016) *“como una expresión de participación de actores sociales en la organización, desarrollo y difusión de acciones colectivas, se recrea en una coyuntura de participación e imaginación política”*, es decir los ciudadanos unidos por una misma causa se unen en favor de la misma para lograr una transformación social. La participación social y política se ve materializada en la escena pública a través de marchas, campamentos, caminatas en forma pacífica.

Dentro del activismo el elemento principal es la acción colectiva que logra generar una participación social y política, debido que a través de esta participación social y política se pretende generar un buen funcionamiento de la relación democrática entre gobernados y gobernados.

El activismo político y social también se ha visto beneficiado por las bondades del Internet y las redes virtuales, constituyendo el ciberespacio un megáfono para que todas las personas conozcan la lucha que encabezan. Una vez que el activismo se ve maximizado por Internet y su gama de posibilidades comunicativas se convierte en ciberactivismo donde el llamado a unirse una lucha en contra de las autoridades políticas, desigualdades, pobreza se llevará a cabo por las redes virtuales. Las redes virtuales con su poder de inmediatez, viralización e instantaneidad lograrán que el activismo trascienda las barreras de lo local.

En el entendido que el ciberactivismo es una forma de participación social y político beneficiado por las bondades de Internet. De-Ugarte (2007) define al ciberactivismo como:

“Toda forma de participación social que se da por medio del uso de las TIC, distinguiéndose porque persigue cambiar la situación actual a través de la movilización y la militancia”.

Esta participación social en la Red, también es llamado activismo digital o netactivismo y se refiere al uso normal y no destructivo de Internet debido a que persigue una causa u objetivo en común (Fernández, 2014).

Para que se logre una movilización en el colectivo como menciona De-Ugarte, el llamado se realiza a través de las redes virtuales sociales, ya sea por un video que combine la narración con las imágenes, logrando la indignación y adhesión de miles de personas a la causa, finalmente el llamado se materializa en un espacio público a través de una marcha, caminata o campamento que permita sensibilizar a las autoridades y así lograr un cambio en la situación actual.

Es así, como las redes virtuales tienen un papel determinante y decisivo en el ciberactivismo, ya que desde el interior de éstas se convocaron a miles de personas identificadas con el sentimiento de indignación y rechazo que persigue la causa, es decir, los medios digitales dotan de infraestructura al activismo que le permite organizarse y convocar a los manifestantes en espacios reales (Castells, 2012). Las redes sociales virtuales y de la vida se unen en un mismo objetivo y se masifican con las ventajas que ofrece Internet de participar sin filtros ni restricciones, conectados todos, participando desde su casa compartiendo imágenes, videos y memes que más tarde se materializaron en un espacio real.

Definitivamente, las Tecnologías de la Información y la Comunicación han sido beneficiadas como una estructura de oportunidades para la renovación democrática, por el potencial que albergan para impulsar el ejercicio de una ciudadanía activamente comprometida en los procesos políticos democráticos (Martínez, 2011), hoy en esta sociedad contemporánea los ciudadanos participan

activamente e informados en el ciberespacio, generando movilizaciones a favor de su entorno y logran un empoderamiento ciudadano.

Finalmente, Internet sigue poblándose a pasos agigantados, empoderando a los ciudadanos que usan las plataformas tecnológicas en una participación política y social en busca de una transformación social que impacte a los ciudadanos, esto a sin olvidar que existe una brecha digital que separa a los que tienen la posibilidad de acceder a las tecnologías de la información y aquellos que no lo tienen, así que para que Internet siga funcionando como una herramienta política, el ciberespacio debe seguir creciendo hasta lograr una conexión universal con una sociedad digital informada de los beneficios que con lleva el uso de Internet.

CAPÍTULO III

IDENTIDAD, ACCIÓN COLECTIVA Y MOVIMIENTOS SOCIALES

A partir de los años 70 y 80 el término identidad ha permeado con mayor fuerza en el campo de las ciencias sociales, debido al cambio y transición que enfrentan las sociedades tradicionales a modernas. Es así, como en este proceso de vertiginosos cambios y transformaciones, las ciencias sociales vuelcan su mirada al proceso de variaciones que enfrenta la identidad en los individuos desde diversos escenarios y miradas de las Ciencias Sociales (Giménez, 2010).

La identidad supone un ejercicio de autoanálisis, a través del cual el individuo tiene conciencia de lo que es como persona; sin embargo, como el individuo interactúa con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos. Por ello, el concepto de identidad aparece relacionado con el individuo, siendo las perspectivas filosófica y psicológica las que predominan en los primeros trabajos sobre identidad social.

En este sentido desde la perspectiva psicológica Erick Erickson incorporó el concepto de identidad al campo de las ciencias sociales a mediados del siglo XX empleando el término ego-identidad en sus estudios sobre los problemas que enfrentan los adolescentes y las formas en que pueden superar las crisis propias de esta etapa. Erickson concibe a la identidad, como una percepción que tiene el ser humano de sí mismo y que surge cuando se pregunta ¿quién soy? (Mercado, 2010).

En sociología y antropología se aborda la dimensión colectiva de la identidad, que en las últimas décadas del siglo XX se asocia al estallido de los movimientos sociales, las ONG, las reivindicaciones regionales y las migraciones; por ello, se concibe en relación directa con el discurso de los sujetos y la interacción social, ubicándola en la esfera subjetiva de los actores sociales. En sociología, la identidad

colectiva se concibe como el componente que articula y da consistencia a los movimientos sociales en los trabajos de Alain Touraine y Alberto Melucci. (Mercado, 2010).

Este último enfoque de la identidad colectiva que se asocia con los movimientos sociales, será eje rector en el presente trabajo y se estudiará a profundidad en los siguientes apartados.

Finalmente, con el auge de las tecnologías de la información y comunicación surge una identidad múltiple mediada por un dispositivo tecnológico que le permite al individuo ocultar su identidad real a través de pseudónimos o incluso hacer cambios de género.

3.1 Concepto de identidad individual

La identidad es la capacidad de considerarse a uno mismo como objeto y en ese proceso ir construyendo una narrativa sobre sí mismo. Pero esta capacidad sólo se adquiere en un proceso de relaciones sociales mediadas por los símbolos a través de la cultura; debido a la cultura es la fuente de la identidad, es decir son indisolubles.

Es importante resaltar que, en el nivel individual, *la identidad puede ser definida como un proceso subjetivo y frecuentemente auto-reflexivo por el que los sujetos individuales definen sus diferencias con respecto a otros sujetos mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente estables en el tiempo* (Giménez, 2010)

De esta definición se derivan los siguientes elementos: (1) la permanencia en el tiempo de un individuo de acción (2) concebido como una unidad con límites (3) que lo distinguen de todos los demás individuos, (4) aunque también se requiere el reconocimiento de estos últimos.

A continuación, se explicará cada uno de estos, partiendo de que el individuo necesita una auto-identificación para que exista social y públicamente en los grupos donde interactúa. Por medio de esa auto-identificación el individuo se distingue de otros a través de varios atributos como lo son: el sentido de pertenencia al identificarse con otros colectivos a través de la clase social, los grupos sociales y la etnia; además, existen los atributos particulares, debido a que a través de estos los individuos se identifican pero también se distinguen, entre ellos destaca Giménez, 2010: por su estilo de vida, redes personales íntimas, apego a objetos materiales y la biografía de vida que compartes con los demás.

3.2 Concepto de identidad Colectiva

Como se mencionó anteriormente existen varias miradas disciplinares para el tema de la identidad colectiva, sin embargo, desde las perspectivas sociológicas y antropológicas centran su atención en los actores sociales sobre sí mismos, concibiendo a la identidad como una construcción subjetiva, determinada por el contexto social; por ende, los mecanismos a través de los cuales se construyen la identidad no son los mismos (Mercado y Hernández, 2010).

Por lo tanto, la construcción de la identidad colectiva está relacionada con el proceso de socialización primaria y, especialmente con secundaria, ya que los jóvenes en torno a sus necesidades e intereses propios de su edad, empiezan a integrarse a grupos y colectivos como lo son amigos, clubs deportivos, escuela con facilidad mientras esto no ocurre en la familia (íbid, 2010).

Por esta razón, en las sociedades contemporáneas, la identidad colectiva del sujeto al pertenecer a una diversidad de grupos, resulta ser una elección por parte de los sujetos. En este sentido es importante mencionar que la elección tiene que ver con las metas y aspiraciones que persiga el sujeto; el contexto donde se desenvuelven los distintos grupos juega un papel fundamental en la construcción de la identidad colectiva.

En torno a esto se puede definir a la identidad colectiva como:

La definición que los actores sociales hacen de sí mismos en cuanto que grupo, etnia, nación, en términos de un conjunto de rasgos que supuestamente comparten todos sus miembros y que se presentan, por tanto, objetivados, debido a que uno de los procesos de formación y perpetuación de la identidad colectiva radica precisamente en que se expresa en contraposición a otro u otros, con respecto a los cuales se marcan las diferencias (Mercado y Hernández, 2010 citando a Piqueras, 1996).

Por ende Mercado y Hernández, 2010 conciben cuatro aspectos básicos de la identidad colectiva: Es una construcción subjetiva de los propios sujetos; se expresa en términos de un nosotros en contraposición con los otros; el punto de partida son los rasgos o elementos culturales seleccionados por la propia colectividad, ya que identidad y cultura resultan ser indisociables; la colectividad constituyen su cultura y por ende la identidad es una construcción sociocultural ligada al sentido de pertenencia de ésta misma

Así mismo, como se mencionó anteriormente en antropología y sociología el concepto de identidad colectiva ha venido asociándose a la emergencia de movimientos sociales compuestos por una acción colectiva que según Diani, (2015) para ser considerado un movimiento social requiere compartir las mismas creencias y un mismo sentido de pertenencia al mismo.

En torno a estos nuevos movimientos sociales que se han masificado a partir de la eclosión de la Web 2.0 y se han materializado en escenarios reales, se ha presentado un sentido de pertenencia por los diversos movimientos gestados en Internet, desde un zapatismo, considerado el primer movimiento contemporáneo hasta llegar a un #Yosoy132, en un contexto mexicano. Es así que como eje rector para este presente trabajo de investigación se toma el concepto de identidad colectiva en Melucci, del cual construye el concepto como categoría analítica a partir de una teoría de la acción colectiva.

Partimos de que Melucci define a la identidad colectiva como *“En una definición interactiva y compartida, producida por varios individuos y que concierne a las orientaciones de acción y al ámbito de oportunidades y restricciones en el que tiene lugar la acción”*.

Desglosando esta definición el autor parte de que las acciones colectivas suponen actores colectivos dotados de identidad, porque de lo contrario no se podría explicar cómo adquieren intencionalidad y sentido. Así mismo, las identidades colectivas implican definiciones cognitivas concernientes a las orientaciones de la acción, es decir, a los fines, los medios y el campo de la acción. Sin embargo, el autor añade una consideración importante: estos elementos son incorporados a un conjunto determinado hábitos, prácticas y artefactos culturales, todo lo cual permite a los sujetos involucrados asumir las orientaciones de la acción así definidas como “valor” o, mejor, como “modelo cultural” vulnerable de adhesión colectiva (Giménez, 2010).

Pues bien, como lo menciona Melucci la sociedad contemporánea atraviesa por un exceso de información que provoca la pérdida del sentido de la acción individual y colectiva, por lo cual el movimiento social constituye un proceso de identificación: “el movimiento social asume la configuración de área, de red social en la cual se forma, se negocia o se recompone una identidad colectiva” (Melucci, 1999).

Para el autor los actores colectivos que participan dentro de los movimientos sociales, se encuentran las mismas redes de grupo e individuos que comparte una cultura conflictiva, es decir, demandan los mismos bienes o valores y por ende comparten una misma identidad colectiva (Diani, 2015).

Concluyo con el aporte de Giménez, (2010) el cual argumenta que no pueden existir acciones con sentido sin actores, y estos últimos están dotados de identidad. En este sentido para Giménez los actores sociales son aquellos movimientos sociales o partidos políticos que se encuentran en constante socialización y por tanto nunca

terminan de configurarse así también la identidad de los actores sociales se define por la imagen distintiva que tiene en torno a otros. Por ende, la teoría de los actores sociales se interseca con la de identidad.

3.2 Identidad individual y colectiva

Primeramente, las identidades colectivas se construyen por analogía con las identidades individuales. Esto significa que ambas formas de identidad son a la vez diferentes y en algún sentido semejantes (Giménez, 2010).

En un primer plano, se hablará de la distinción entre identidades individuales y colectivas; ya que ambas están interrelacionadas y se necesitan recíprocamente.

No puede haber identidades individuales sin identidades colectivas y viceversa. Lo que significa que, aunque ciertamente hay una distinción analítica entre las dos, no pueden ser concebidas como entidades que pueden existir por sí mismas sin una referencia mutua. Esto es así porque las personas no pueden ser consideradas como entidades aisladas y opuestas a un mundo social concebido como una realidad externa.

Las identidades personales son formadas por identidades colectivas culturalmente definidas, pero éstas no pueden existir separadamente de los individuos. Esta mutua implicación no debe ocultar, sin embargo, las diferencias entre identidades individuales y colectivas. Existen tres diferencias que son fundamentalmente y tiene relación.

La primera diferencia puede presentarse diciendo que mientras las identidades individuales tienen contenidos psicológicos, las identidades colectivas no pueden describirse en términos psicológicos, es decir carecen de autoconciencia.

La segunda diferencia consiste en que mientras las identidades individuales normalmente tienen un sólo relato identitario más o menos integrado, las identidades colectivas normalmente poseen varios discursos identitarios, donde hoy en la sociedad contemporánea los individuos moldean, interpretan, rechazan, se apropian de tales discursos en su vida diaria y mucho más con el eclosión de las redes sociales digitales se le ha permitido al individuo identificarse con el discurso de su interés (Larrain, 2003).

Existe una tercera diferencia, que afirma que las identidades colectivas no son entidades discretas, homogéneas y bien delimitadas; ya que un movimiento social o partido político no está claramente delimitado como si lo está el cuerpo físico, que presupone la entidad material donde se concreta la identidad individual. En este sentido, es importante mantener la cohesión grupal a través de marchas, eventos que fomenten la unidad del grupo (Giménez, 2010).

En cuanto a las semejanzas que existen entre ambas identidades las identidades colectivas al igual que las individuales también *“tienen la capacidad de diferenciarse de su entorno, de definir sus propios límites, de situarse en el interior de un campo y de mantener en el tiempo el sentido de tal diferencia y delimitación, es decir, de tener una duración temporal”* (Giménez, 2010). En este sentido, los movimientos sociales que se han masificado con el uso de la red, conllevan acciones colectivas que también suponen actores colectivos dotados de identidad que le dan la capacidad de reconocerse y distinguirse de “otros”.

3. 3 Identidad en el ciberespacio

Hablar de identidad en la época que vivimos resulta un tanto conflictivo debido a los constantes cambios a los que nos enfrentamos día, empero nuestro contexto se remontara a lo virtual, puesto que anteriormente se creía que el ciberespacio era un medio empobrecedor de la comunicación hoy se atribuye ser el transformador de identidades, entonces ¿Qué pasa con nuestra identidad en la virtualidad? ¿Qué cambios surge? ¿Qué tienen en común nuestro yo real con nuestro yo virtual?

Varias teorías y autores se han centrado en estudiar la identidad en el contexto virtual, puesto que ha emergido con más fuerza esta temática al observar que millones de usuarios transcurren horas detrás de un monitor. Existen estudios donde el usuario representa en el entorno virtual una personalidad diferente a la de su vida real, como es el caso de los MUD que son una forma sincrónica de comunicación basada en textos, que permite a los jugadores adaptar personajes autodefinidos, originalmente empleados para juegos de rol.

Estos dominios incluyen la descripción de un espacio físico en el cual los usuarios pueden interactuar y adherir rasgos personalizados. Turkle (1997) expone una cultura de la simulación en la que la gente se siente cada vez más cómoda con la sustitución de la propia realidad, a través del ordenador puesto que los usuarios se mueven en el ciberespacio con personajes reales, como ellos, interconectadas a través de la red.

En esta cultura de la simulación la identidad puede ser fluida y múltiple, puesto que al abrir una ventana el usuario puede jugar un rol distinto en cada ventana, donde la vida real se convierte en una ventana más, viviendo una identidad paralela, puesto que existe un equilibrio entre la persona y el personaje. Y es así que a través del anonimato en la realidad virtual puede ser lo que siempre ha deseado ser, esto puede resultar un tanto peligroso y a la vez emocionante puesto que se el usuario tiene la oportunidad de redefinirse totalmente.

Estos juegos de simulación afectan su vida social y emocional debido a que el ordenador se convierte en un segundo yo, ya que el ordenador funge como un segundo que ofrece oportunidades para expresar ideas y diversidad a través de las imágenes que se proyectan en la pantalla.

La autora a la par realiza un recorrido histórico sobre los ordenadores, desde su aparición como una máquina de cálculo, pasando por los años 70 donde la

tecnología era visto como algo frío y lejano del ser humano, posteriormente mediados de los ochenta y principio de los noventa que los ordenadores habían logrado aceptación e intimidad con el ser humano y así es como la autora habla de una cultura del ordenador que ha producido grandes cambios en la sociedad y que esta ha dejado de ser una máquina fría a una extensión del ser humano donde reconstruye su identidad.

Es así como a través de los juegos de roles que las personas pueden jugar con su identidad, porque el ciberespacio les ofrece la posibilidad de reconstruirse a sí mismo las veces que requieren experimentando cosas nuevas y creatividad.

Otra mirada bajo este mismo tema es la Tabachnik (2007) la cual esboza que un crucial sobre impacto social y cultura de las tecnologías de la información es la de la subjetividad e identidad en la virtualidad, puesto que dentro de la virtualidad el sujeto suspende su identidad real para dar paso a una reconfiguración virtual.

Dentro de la teoría de lo virtual se compone con una noción de subjetividad que incluye la alteridad en su propia definición donde se privilegia la fragmentación y la multiplicidad. Bajo el anonimato en las comunidades virtuales el usuario puede alterar su identidad a través de la información o su imagen de perfil a la cual la autora denomina avatar. El autorretrato que construye el sujeto puede ser alterado y los datos ahí presentados pueden ser causantes de la ficción o la imaginación. Así el sujeto construye un personaje (avatar) que resulta ser la composición textual de su seudónimo y su imagen de perfil. Esta imagen de perfil es lo que decide mostrar el usuario en la red, que constituye un juego de ficción donde se deja ver algún rastro de la identidad del sujeto en la vida real (Tabachnik, 2007).

Así mismo otra mirada que me parece importante analizar es la de Hine (2000) la cual rechaza el argumento postmodernista que plantea que en Internet no tiene cabida la identidad y la autenticidad mostrando que los autores de páginas web echan mano de una serie de estrategias para inducir confianza en la información

que se presenta a la audiencia: la representación abierta de la identidad, y su desvanecimiento total.

El desvanecimiento de la identidad, por su parte, implica la presentación de información cual si se tratara de fenómenos independientes de quien los narra. Ambas estrategias apuntan a generar un marco de interpretación para el sitio web en su conjunto. Concluye que no existen criterios públicamente disponibles para evaluar las páginas web, no hay otro modo de juzgar la eficacia de las estrategias para lograr autenticidad de las páginas web.

Finalmente, el aporte de Castells (2001) como pionero en el proceso de cambios de identidad en medio de la revolución tecnológica, el capitalismo y la globalización. El autor menciona que, desde una perspectiva sociológica, todas las identidades son construidas, lo esencial es cómo, desde qué, por qué y para qué, debido a que tienen lugar en un mercado de poder. Considero importante resaltar que menciona que en los espacios virtuales la identidad se construye y a los usuarios se les otorga la posibilidad de construir su otro yo.

En conclusión, se puede hablar de una identidad múltiple a través de los espacios virtuales, como son las redes sociales digitales, donde el individuo tiene la posibilidad de construir su propio yo, es decir, hablamos de una identidad mediada por un dispositivo tecnológico, que permite que el sujeto muestre lo que más le guste de él o desee ser.

3.4 Acercamiento a la Acción social y colectiva en el Activismo

Con el uso de las Tecnologías de la Información la sociedad contemporánea ha cambiado su forma de comunicarse y participar en el ciberespacio, sin duda alguna, el activismo y los movimientos sociales se han visto beneficiado con las bondades que ofreció en un principio la Web 1.0 y aún más con más beneficioso fue el año 2002, el cual marco un hito en las distintas formas de acción colectiva, ya que con

la llegada de las llamadas redes virtuales las marchas, ocupaciones, sociedad civil y organizaciones se vieron potencializadas en la difusión de su causa u objetivo específico a conseguir.

En este apartado se pretende explicar que los movimientos sociales y activismo tienen como elemento principal la acción social, al mismo tiempo, esta misma resulta ser la base de la acción colectiva. Se pretende explicar ambos conceptos desde las bases sociológicas; así mismo, exponer que algunos autores consideran difuso y ambiguo el concepto entre movimiento social y acción colectiva, ya que suelen confundirse en el lenguaje coloquial, sin embargo, ambos forman un engranaje para lograr el fin o la causa específica entre los actores sociales, en consecuencia, a esto, ambos términos serán aclarados a lo largo de este capítulo.

Primeramente, en las ciencias sociales a lo largo de su historia, las grandes teorías sociológicas, tanto clásicas como modernas, han girado en torno a tres cuestiones específicas: cambio social, orden social y acción social, que como menciona Joas y Knöb (2016) se encuentran estrechamente relacionadas debido a que el actuar de los individuos siempre configura órdenes, y estas órdenes cambian a lo largo del tiempo. En torno, a la teoría sociológica clásica, existen dos teóricos clásicos que sentaron las bases sobre la acción social, estos son: Emile Durkheim y Max Weber.

Para los fines de esta investigación, se retomará el concepto clásico de Max Weber sobre acción social debido que se centra en la responsabilidad del individuo sobre su acción mientras que en la teoría de Emile Durkheim la importancia de la acción recae directamente en la sociedad y no en el individuo. En torno a la postura de Max Weber (Weber, 1993) la acción social la define como toda acción que tenga un sentido para quienes la realizan, afectando la conducta de otros, orientándose la acción mencionada por dicha afectación. Respecto a esta definición, se entiende que no toda acción es social, más bien resulta humana, ya que para ser social necesariamente debe estar orientada con un sentido y propósito a otros individuos que lo rodean.

La decisión y elección de los individuos en torno a las acciones que realizan son producto de un proceso de socialización a través de recursos que ha obtenido a lo largo del tiempo como los son: la educación, conocimiento, valores, e información que le permiten actuar a los individuos como individuos autónomos, capaces de producir, recibir e intercambiar información libremente (Martínez, 2014).

Además de estos recursos que el individuo obtiene a lo largo del proceso de socialización, también la constante interacción con los individuos que lo rodean, grupos sociales, asociaciones civiles, fundaciones...etc. permite que el individuo se siga construyendo en torno a sus interés y fines que persigue. Es precisamente estas acciones sociales con sentido dentro de asociaciones civiles con presencia dentro y fuera de las redes virtuales en el Estado de Hidalgo lo que nos interesa en esta investigación, ya que las acciones sociales que se gestan voluntariamente a través de la participación de jóvenes con otros individuos que comparten las misma causa e interés y que resulta ser la base de la acción colectiva (Martínez, 2014).

Entonces, la acción colectiva se puede definir como toda acción conjunta que persigue intereses comunes y que para conseguirlos desarrolla prácticas de movilizaciones concretas (González 2018 citando a Funes y Monferrer, 2003).

Dentro de esta definición se destacan varios elementos, como los son: actores sociales, beneficios, cambio social e intereses, con base en este último se plantean acciones específicas para lograr el interés particular del colectivo.

Desde la mirada constructivista del sociólogo Melucci (Melucci, 1999) la acción colectiva la define como el resultado de intenciones, recursos y límites, con una orientación construida por medio de relaciones sociales dentro de un sistema de oportunidades y restricciones, es decir, cuando los individuos actúan colectivamente crean un “nosotros colectivo” a través de acciones organizadas para un fin específico.

En este actuar colectivo se construyen relaciones sociales donde los individuos construyen su identidad colectiva, ya que sin la identificación con la asociación, movimiento o activismo la causa o fin específico no se concebiría de la misma manera para todos, es decir, a la desigualdad no se le percibiría como tal.

Se puede entonces afirmar que la identidad colectiva es un elemento característico de la acción colectiva, la cual resulta ser el resultado de las acciones compartidas producidas por el grupo involucrado con la causa u objetivo que se persigue. Al interior de una asociación, movimiento o activismo la construcción de la identidad es continua y se desprende de la creación de vínculos sociales con otros integrantes del colectivo (Martínez, 2014). Así mismo, los participantes en una acción colectiva no son motivados sólo por lo que llamaríamos una orientación “económica”, calculando costos y beneficios. Ellos también están buscando solidaridad e identidad (Melucci, 1999) que, a diferencia de otros bienes no son calculables.

Ahora bien, en torno a sus alcances de las acciones colectivas, algunas pretenden sólo manifestarse acerca de un tema en específico mientras otras buscan realizar una acción colectiva con el fin de influir en las instituciones para lograr un cambio, reforma o transformación. Dentro de esta investigación la acción colectiva que nos interesa es aquella participación política y social mediante la cual los individuos, es especial los jóvenes, se organicen e intenten intervenir en temas específicos, no con el fin de transformar por completo la sociedad sino más bien a favor del bienestar social, a lo cual se le denomina activismo social y político.

El activismo, como manifestación de la acción colectiva surge para resolver problemas que afectan el entorno social de los involucrados, la red de activistas surge directamente en relación con problemas específicos, como lo son: medio ambiente, ecología, protección de animales, derechos sociales, problemas sociales y ciudadanos.

El activismo social, por su parte, es relacionado generalmente con asuntos de índole política pues en su esencia conduce a la educación ideológica de los ciudadanos; por ello es ampliamente utilizado en función de la acción colectiva y asume diferentes formas para defender proyectos, enfrentar realidades, combatir situaciones (Reyes y Colás, 2017).

En tanto Reyes y Colás (2007) citando a Jvoshev (2008), considera que el activismo social es una estrategia importante para lograr la participación de los jóvenes en los cambios sociales y el desarrollo. Puede ser determinante en la elaboración de políticas, toma de decisiones, pero también puede promover un cambio social al aportar elementos para la transformación individual, pues hace que las personas que han adquirido una mayor comprensión o conciencia de una situación modifiquen sus ideas, enfoques y conductas, es decir, a través de las acciones colectivas de los activistas, estos son capaces de definirse a sí mismos.

En torno, al nivel de compromiso que asumen los jóvenes dentro del activismo se pueden categorizar como de nivel, bajo medio o alto (Castells, 2014). Además de que la decisión de seguir participando activamente dentro de la comunidad u organización gira en torno a intereses, emociones, cercanía y compromiso que se tiene con el tema. También, es importante mencionar que el resultado del activismo en los individuos según González y Becerra (2016) es el cambio de mentalidad de las personas y transformación de la conciencia que, en ocasiones, puede desencadenar movilizaciones e incluso cambios de leyes.

Ahora bien, con la explosión y masificación de las Tecnologías de la Información de la Comunicación, las cuales se han convertido en herramienta clave en la difusión y creación de estructuras de participación dentro del activismo y movimientos sociales. Bajo este tenor Castells (2012) menciona que *“Es verdad que Facebook y Twitter no causaron las revoluciones, pero sería estúpido ignorar el hecho de que el uso cuidadoso y estratégico de medios digitales para interconectar al público de distintas regiones, junto con las redes de apoyo internacionales, ha dado a los*

activistas nuevas formas de poder que han llevado a algunas de las mayores protestas”.

Podemos concluir, que las Tecnologías de la Información y comunicación, en específico, las redes sociales virtuales han trastocado todas las actividades de la vida humana, generando nuevas formas de participación en estos espacios digitales, permitiendo al ciudadano participar activamente en bien de sus intereses individuales y colectivos, así mismo, generando a partir de estos escenarios virtuales acciones colectivas con un objetivo en común. Sin duda alguna, los medios digitales siguen evolucionando a la par que lo hace la sociedad y la cultura, por lo cual no sabemos cómo evolucionarán, sin embargo, el camino para nuevas formas de participación en el ciberespacio ha sido abierto: el ciberactivismo.

Se puede definir al ciberactivismo como:

El ciberactivismo trata, por tanto, ante todo de difundir un mensaje valiéndose de las nuevas tecnologías aprovechando sus ventajas en cuanto a velocidad, viralidad, horizontalidad. [...] Intenta hacer visibles las problemáticas que no están en la agenda pública, organizar acciones que busquen fortalecer una organización política. [...] Acciones cuyo objetivo principal sea el cambio social y la participación colectiva activa. Es por ello que hoy día, Movimientos Sociales y ciberactivismo, van de la mano (Fernández y Paniagüa, 2007).

En torno al cambio social y acción colectiva, son dos elementos que resultan cruciales para que se lleve a cabo tanto un movimiento social y el ciberactivismo, es por ello que Fernández y Paniagüa (2007) afirman que ambos van de la mano, lo cual se analizará más a fondo en el siguiente apartado.

3. 5 Movimientos Sociales y ciberactivismo

El estudio de los movimientos sociales no puede realizarse al margen de los nuevos espacios surgidos en el ciberespacio, debido, a que las redes sociales virtuales, han permitido ser una herramienta para las movilizaciones, a partir del año 2010 en movimientos como el 15M o Wall Street, donde Internet les permite ser un megáfono a toda la población, incluida jóvenes activistas, políticos y organizaciones de una forma barata y rápida.

En este sentido, es importante definir qué es un movimiento social, ya que, al conceptualizar este término, varios autores coinciden en la dificultad de encontrar un consenso general para este término, debido a que, a pesar de su uso común en la literatura científica, resulta un concepto ambiguo (Fernández y Paniagua, 2007). Como también se mencionó al principio de este capítulo el término movimiento social llega a confundirse y utilizarse como sinónimo de términos como: acción social y protesta social (González, 2018).

Cabe aclarar, que a partir de la acción colectiva viene algún beneficio para el colectivo, ya sea un beneficio ecológico, social, político y que de esta acción se da un primer paso para un movimiento social, se podría distinguir que el movimiento social forma parte de la acción colectiva, es decir son un engranaje, pero no son lo mismo, por ello la importancia de conceptualizar ambos términos en esta investigación.

Ahora bien, varios autores también coinciden en la importancia de resaltar como rasgo contundente de los movimientos sociales, su intervención en el proceso de cambio social. Bajo esta línea de cambio social Pastor (2002) expresa que todo movimiento social se caracteriza por el hecho de surgir en condiciones de conflicto y convertirse en un desafío para a las autoridades o poderes mediante una acción colectiva, no institucionalizada, con la intención de promover cambios en los que participa un número de personas significativo.

Por su parte, Fernández y Paniagüa, (2007) citando a Eyerman y Yamison (1991) los definen como “grupos de individuos reunidos con el propósito común de expresar el descontento sentido subjetivamente de forma pública y de cambiar los que se perciben como los fundamentos sociales y políticos de tal descontento”.

También, como ya se mencionó anteriormente, el eje rector de los movimientos sociales es la identidad colectiva, que según Diani, (2015) para ser considerado un movimiento social requiere compartir las mismas creencias y un mismo sentido de pertenencia al mismo. Bajo este tenor Melucci expone acerca de los actores colectivos que participan dentro de los movimientos sociales, los se encuentran en las mismas redes de grupo e individuos, comparten una cultura conflictiva, es decir, demandan los mismos bienes o valores y por ende comparten una misma identidad colectiva (Diani, 2015).

Otro rasgo de los movimientos sociales es que usa como estrategia el conflicto con el poder, mediante el uso de la acción colectiva y la movilización social (González, 2018), es decir, entre más simpatizantes tenga el movimiento social, más impacto tendrá para el logro de su objetivo.

Se puede afirmar que los movimientos sociales son fuerzas colectivas de cambio que comparten intereses. Y como fuerzas de cambio, necesitan una herramienta o un aliado para que el impacto en la opinión pública sea incontenible, esta herramienta resulta ser la comunicación, que, con la convergencia tecnológica, Internet y las redes sociales virtuales, se han convertido en aliados de los movimientos sociales, los cuales les han permitido obtener más adhesiones al mismo; es por ello que movimientos sociales y ciberactivismo van de la mano.

Entendiendo al ciberactivismo como el conjunto de tecnologías de la comunicación (principalmente Internet y telefonía móvil) que posibilitan comunicaciones más rápidas en los movimientos y difusiones de información a una gran audiencia. (Fernández y Paniagüa, 2007).

Como ya se ha mencionado a lo largo de este estudio, David de Ugarte (2007) define el ciberactivismo como “toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través de boca a boca multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal.”

Afirma, a su vez, que el ciberactivismo no es una técnica, sino que es una estrategia. Según este autor los cibernautas hacemos ciberactivismo cuando publicamos en Facebook o Twitter buscando que los demás cibernautas nos lean y compartan la misma publicación, un meme o un video, también cuando enviamos un e-mail o un SMS a otras personas con la esperanza de que se comparta el mensaje, generando un mega mensaje.

Es así, como en la sociedad de la información, los jóvenes, tienen a la mano herramientas como el Internet y las redes sociales virtuales, que a través de un clic le permiten participar activamente en el cambio social. Logrando que a través de la rapidez e inmediatez que ofrecen estos medios digitales se construya la base para lo que se denominaría una movilización digital. Entonces, es a través de este mega mensaje que se comparte en las plataformas virtuales que se puede llegar al punto máximo del ciberactivismo: la protesta, movilización o marcha en un escenario real, donde se materializa lo que ya se había externado a través de las redes virtuales (Cortes y Garzón, 2017).

En este sentido es importante destacar que no todas las movilizaciones, promovidas por el ciberactivismo conducen a la misma acción, en algunos casos los activistas tan solo se limitarán a mantenerse en terreno virtual, lo que refleja una diferencia entre una minoría ciberactivista y las minorías activistas de los movimientos sociales (Cortes y Garzón, 2017).

Es importante precisar que el ciberactivismo representa una nueva forma de participación social y política que le permite a la sociedad, en específico los jóvenes, nos interesan en este estudio este sector de la población, debido a que son nativos digitales, donde las tecnologías son parte de su cultura y diario vivir.

En esta línea, Internet y las redes sociales virtuales le dan poder a los jóvenes de expresarse en torno a temas que le interesan como lo señala Caldevilla (2009), el joven activista Web 2.0 es un ciudadano interesado en una participación política activa para la que se vale de las diversas herramientas que las Tecnologías de la Información y Comunicación ponen a su disposición para conseguirla. Herramientas como compartir un vídeo, una publicación, realizar sus propias publicaciones, ya que el ciberactivismo se propaga con facilidad a través de los nuevos medios digitales buscando una acción colectiva pacífica dentro y fuera del espacio virtual.

3.6 Movimientos Sociales en la Red

La convergencia tecnológica ha permitido que se creen nuevos canales de comunicación, donde con la llegada de Internet y las redes sociales virtuales, el usuario se ha convertido en el propio protagonista, generando una participación política y social a través del contenido que emite, comparte, publica y comenta en estas plataformas virtuales.

En torno, a todos estos cambios que enfrenta la sociedad de la información, el análisis de los movimientos sociales no se puede dar al margen de los nuevos espacios que ofrece el ciberespacio, es decir, las redes sociales virtuales (Fernández y Paniagüa, 2007).

Debido a su fácil acceso, universalidad de su alcance e inmediatez, Internet junto las redes virtuales se han convertido en la más poderosa herramienta de participación y convocatoria para los movimientos sociales. Es importante señalar que existen dos formas de participación ciudadana al servicio de la democracia en estos canales virtuales: una es la de las administraciones públicas, incentivando a

la sociedad a participar en la toma de decisiones públicas y por el otro lado, la que nos interesa en este estudio es la participación de los ciudadanos organizados en redes colectivas o movimientos sociales con acciones concretas por un fin específico (Fernández y Paniagua, 2007).

Esta participación que se da en redes colectivas o movimientos sociales resulta ser una participación no convencional, ya que como se mencionó en el capítulo anterior los ciudadanos se interesan menos por la participación política convencional. Los ciudadanos se limitan cada vez menos a actividades como acudir a mítines o convencer a otras personas para que voten por un candidato o partido político y es más frecuente el activismo político o movimientos sociales (Delfino y Zubieta 2010).

Bajo esta mirada a la participación política es evidente que los ciudadanos no se sienten identificados con la participación política convencional y cada vez es más común el llamado a través de los medios digitales para participar en los asuntos políticos e incluso unirse a un movimiento, huelga o activismo que busque cambiar e influir en las decisiones del Estado, como es el caso de la Primavera Árabe o en México Yo soy 132; movimientos sociales que demuestran que estando unidos a través del poder de Internet se puede cambiar el rumbo de una nación.

En definitiva, las redes sociales virtuales, se han convertido en aliados estratégicos de estos movimientos sociales, ya que sin Internet y sin estas plataformas no hubieran tenido el mismo eco y el impacto tampoco hubiera sido el mismo.

Hoy estas plataformas e Internet enriquecen los canales de participación política y social, haciendo avanzar el papel de la democracia en terrenos inimaginables, donde ciudadanos y gobernantes trabajan en conjunto por el bien de la sociedad (Fernandez y Paniagua, 2007).

A continuación, se expondrán los movimiento influenciados por las redes virtuales, las cuales tuvieron un papel determinante y decisivo en las marchas y

manifestaciones, ya que desde el interior de éstas se convocaron a miles de personas identificadas con el sentimiento de indignación y rechazo a la dictadura, es decir, los medios digitales dotaron de infraestructura al movimiento que permitieron organizarse y convocar a los manifestantes a las principales plazas de varias ciudades, generando un movimiento híbrido, entre el espacio real y virtual (Castells, 2012).

Las redes sociales virtuales y de la vida se unieron en un mismo objetivo y se masificaron con las ventajas que ofrece Internet de participar sin filtros ni restricciones, conectados todos, participando desde su casa compartiendo imágenes, videos y canciones que más tarde se materializaron en un mismo objetivo e interés.

3.6.1 Zapatismo

La Primavera Árabe resulta ser el parteaguas de los movimientos sociales contemporáneos a nivel mundial que logró encender la chispa de indignación y protesta a nivel global. Este movimiento desde su creación, convocatoria, protestas y acciones en contra del Estado se gestó en la Web 2.0 a través de las redes sociales digitales y logró impactar a México a través del movimiento Yo soy 132, éste también maximizado por la Red.

Sin embargo, es importante mencionar que casi una década antes del 2010, en México existió el primer movimiento activista influenciado por Internet, considerado por varios textos como el origen común de “movimientos de movimientos”: El Zapatismo (Rovira, 2016).

Este movimiento surge a mediados de la década de los noventa, cuando la acción colectiva y los movimientos sociales se empezaban a apoderar de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que les permitieron irrumpir en el

escenario de la participación política y social ciberculturalmente activa en ese momento de la historia.

A continuación, se presenta la historia y contexto del estallido zapatista, posteriormente el impacto que tuvo Internet en este movimiento, así como la penetración de Internet que tenía México en 1994 y finalmente los medios digitales, de los cuales se hizo valer este movimiento para lograr el impacto que tuvo no sólo a nivel local sino mundial.

Todo comenzó a partir de 1984, en el Sureste mexicano, se empezó a conformar una organización clandestina integrada mayoritariamente por indígenas, cuyo elemento primordial era el rechazo al Estado mexicano (Díaz, 2015). Durante diez años conformaron un grupo altamente politizado y al mismo tiempo conformaron un brazo armado: el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN).

El primero de enero de 1994, fecha en que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre México, Canadá y Estados Unidos, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) tomó las poblaciones de San Cristóbal de las Casas, Ocosingo, Margaritas, Altamirano, Oxchuc y Chanal en el estado de Chiapas, declarándole así la guerra al Estado mexicano, al mismo tiempo dio a conocer sus peticiones en la Declaración de la Selva Lacandona: trabajo, tierra, alimentación, vivienda, salud, educación, independencia, democracia, justicia y paz (Díaz, 2015).

Desde su aparición pública en 1994, el zapatismo desarrolló un proceso de “alta interactividad” a través de su página web oficial creada a finales de marzo del mismo año por un joven estadounidense, así como por listas de correo y la labor de varios reporteros intrépidos que se introducían en la selva para conocer la verdadera versión de los zapatistas, debido a que la estrategia del gobierno mexicano se basaba en controlar y manipular la información a través de la televisión y el radio así como el privilegio a ciertos reporteros (Rovira, 2016).

Es así como partir del levantamiento armado del 1 de enero de 1994, que por sus características se convirtió en un evento mediático global, grupos diversos de la sociedad mexicana y de otros países se manifestaron en solidaridad con el ejército zapatista. En México, participaron y se movilizaron contra la guerra trabajadores, estudiantes, intelectuales, artistas, organizaciones campesinas, grupos indígenas, ONG, militantes de base de partidos políticos, sindicatos, etc.: estos sectores presionaron al gobierno mexicano para que se sentara a negociar la paz y que participaba en la lucha por la democratización de México, tras décadas de gobiernos del Partido Revolucionario Institucional (Rovira, 2016).

Entonces, a partir del llamado libertador del ejército zapatista una ola de movilización global surgió en apoyo a los pueblos indígenas de Chiapas. Y de forma espontánea, una red global de solidaridad y unidad se formó con nodos en todo el mundo, apropiándose del entonces nuevo vehículo de comunicación: Internet.

Cabe destacar que no fue el EZLN quien llamó a una red de apoyo nacional e internacional y en ocasiones se ha dicho que el subcomandante Marcos estaba conectado a Internet llamando a la solidaridad. Lo que es cierto es que en la selva de Chiapas no había en aquel entonces ni siquiera luz eléctrica, ya no digamos Internet (Rovira, 2016). Los teléfonos celulares no existían y la comunicación de larga distancia en las comunidades zapatistas, se realizaban por medio de mensajeros o, en algunos casos, en radios bidireccionales de pila (Schulz, 2014).

Dentro de México, el impacto de Internet era reducido debido al bajo índice de penetración y poca importancia en comparación a los medios impresos tales como La Jornada, dedicados a cubrir los eventos desde una perspectiva independiente del Estado. Sin embargo, Internet desempeñó un papel importante en la labor de atraer públicos más allá de las fronteras de México. Aunque los medios de comunicación ocasionalmente ofrecían reportajes noticiosos sobre el levantamiento zapatistas en países transnacionales, los sitios web y listas de correo electrónico en

Internet proporcionaban información mucho más amplia (Shultz, 2014). Cabe señalar que la información que los simpatizantes zapatistas subían a la red no encontró versión oficial que la refutara, ya que la Presidencia de la República no tuvo página web hasta septiembre de 1996. (Rovira, 2016).

En definitiva, el auge del zapatismo coincidió con el desarrollo de Internet. La fuerza de la red de activismo en favor de los zapatistas consistió en mostrar la potencia de las tecnologías digitales para tejer vínculos políticos, propiciar la participación política y social, así como el apoyo mutuo entre movimientos sociales.

3.6.2 De la Primavera Árabe al Yosoy132

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han impulsado la participación social y política en todo el mundo, sin importar las brechas digitales, se han hecho escuchar voces en todo el mundo a través de las bondades de Internet.

Los movimientos sociales con la potencia de las redes sociales comenzaron en África y sus efectos fueron vistos en todo el mundo gracias a las redes sociales digitales. Es así, como en el año 2012 en un momento político decisivo en México surge el movimiento #Yo soy 132, el cual fue difundido desde las redes sociales virtuales.

Así mismo han surgido movimientos en la red como todos somos Ayotzinapa, por mencionar algunos, los cuales han tenido su inicio y convocatoria desde las redes sociales digitales. Hoy las personas no necesitan ser activistas para ser convocadas a participar en las calles, sino que, a través de un clic, imagen, vídeo se sensibilizan con la causa y son convocadas por la causa, todos con un fin específico.

A continuación, se hará un recorrido por los principales movimientos en el mundo que han sido que han sido potencializados por los efectos de las redes sociales virtuales, comenzado con la Primera Árabe en el año 2010 y desembocando en el #Yo soy 132 en México en el 2012.

El inicio de los movimientos contemporáneos del siglo XXI que desatarían una cadena de olas de esperanza y unidad en todo el mundo, sucedió en un lugar inimaginable, donde tal vez nadie lo esperaba y que sería un hito para el comienzo de gritos de esperanza colectivos no sólo en África sino de manera global. El lugar Sidi Buzid, una pequeña ciudad humilde ubicada en el centro de Túnez donde el 17 de diciembre de 2010 a las 11:30 de la mañana, Mohamed Buazizi, vendedor ambulante de Sudi Buzid, se sacrificaría quemándose frente al Palacio de Gobierno de dicha ciudad, ante el decomiso de su puesto de frutas por la policía local, ya que él se negó a ser parte de la corrupción y fue humillado por éstos. Mohamed Buazizi muere en el hospital de Túnez el 3 de enero de 2011 y es conocido como el padre de la revolución tuneciana (Castells, 2012).

Este sacrificio de Mohamed Buazizi, fue el parteaguas para que horas más tarde de su inmolación, cientos de jóvenes que habían sido víctimas del mismo atropello que él sufrió acudieran a manifestar su indignación ante las mismas puertas del Palacio de Gobierno. Esta primera protesta es grabada en vídeo por el primo de Mohamed Buazizi y publicada en Youtube.

En días sucesivos se inician manifestaciones espontáneas por todo el país a través de las distintas plataformas virtuales se relata la brutal represión policial contra los jóvenes tunecinos. Al menos 147 personas son asesinadas durante los últimos días del año 2010 y los primeros de 2011. La comunicación a través de Facebook, Youtube y Twitter, junto con la ocupación de las plazas más emblemáticas de las principales ciudades crearon un movimiento híbrido que precipitó la huida del dictador Ben Alí a Arabia Saudí el 14 de enero de 2011, donde el gobierno francés le negó su apoyo.

Este movimiento híbrido estuvo compuesto por una fuerte cooperación y participación social de la clase profesionalista, sin embargo, los jóvenes universitarios sin trabajo que oscilaban entre 20 y 30 años fueron los que tuvieron el papel más activo a través de sus redes virtuales y redes de la vida compartiendo un mismo objetivo: la destitución de la dictadura y unas elecciones libres. Finalmente, el objetivo de esta protesta se vio cristalizado el 23 de octubre de 2011 con el triunfo del partido islamista moderado Ennahda (Castells, 2012).

Es así como este movimiento en Túnez, conocido como Primavera Árabe dio pauta a un nuevo sistema democrático que inspiró a otros países a unirse y ser escuchados gracias a la participación social de los ciudadanos de Túnez que al sentirse identificados con la causa lograron compartir este sentimiento de indignación con sus redes sociales de la vida, entre ellos amigos, familiares y vecinos y que a su vez fue viralizada y expandida por las bondades de Internet y sus múltiples plataformas digitales para que en otros lugares también se levantarán en un mismo grito, un grito de esperanza.

Egipto, el fin de una dictadura

La chispa de indignación que nació en Túnez se propago hasta Egipto, en donde se vivía una situación similar a la de Túnez, Hosni Mubarak llevaba casi treinta años en el poder, ejerciendo una dictadura donde había opresión, injusticia, desempleo y condiciones desfavorables para el pueblo. Sin embargo, después de varios intentos fallidos de derrocamiento, la suerte de Egipto estaba a punto de cambiar, pues en tan sólo 18 días el dictador Mubarak fue destronado por la revolución del 25 de enero de 2012 (Castells, 2012).

Pero, ¿Cómo comenzó todo? El pueblo egipcio hartó de los dudosos resultados de las elecciones del 2005 y 2010 comenzó con diversas protestas políticas de la cual surgió el Movimiento Juvenil 6 de abril, este movimiento creó un grupo de Facebook que rápidamente consiguió setenta mil seguidores. Éste y diversos grupos surgieron

para invitar a todo el país a través de Facebook a manifestarse el 25 de enero en la plaza Tahrir, día que fue elegido por ser la fiesta de la policía nacional, en contra de la dictadura de Mubarak y de la violencia y atropellos policiales que habían sufrido por más de tres décadas.

Túnez, represento para Egipto el referente para combatir el miedo de derrocar una dictadura de casi 30 años y fue entonces que lograron compartir y encender el entusiasmo por iniciar una revuelta, siguiendo el ejemplo de Túnez, 6 jóvenes se sacrificaron para protestar en contra de la subida de precios.

Este movimiento también compartía la característica con el de Túnez de convocar y movilizar al país a través de las redes sociales y en especial Facebook, un vídeo de llamamiento y convocatoria a la plaza Tahrir que se viralizó rápidamente fue el de Asmaa Mafhouz, una mujer de 26, estudiante de Empresariales en la Universidad de El Cairo, la cual declaraba:

Cuatro egipcios se han prendido fuego [...] ¡Demostrad un poco de dignidad! Yo, que soy una chica, voy a ir a la plaza Tahrir y estaré allí sola con mi pancarta[...]. Hago este vídeo para daros un mensaje sencillo: Vamos a Tahrir el 25 de enero[...]. Si os quedáis en casa, merecéis todo lo que os pase y seréis culpables ante vuestro país y vuestro pueblo. Bajad a la calle, enviad SMS, postearlo en la red, que la gente lo sepa (Castells, 2012).

Este video de Asmaa fue subido por alguien a Youtube y rápidamente se difundió por todo el país y el mundo. Este vídeo es considerado el inicio de la revolución en Oriente Próximo. Fue así como a través de las redes virtuales los amigos, familiares, vecinos, diversos grupos sociales se enteraron del inicio de la revolución en contra de la dictadura.

Llegó el 25 de enero del 2012 y miles, cientos de personas se reunieron en la Plaza del Cairo, Tahrir, que significa liberación en donde resistieron los actos de violencia policiacos y lograron ocupar la plaza, siendo esta plaza el espacio público de la revolución.

Las redes virtuales jugaron un papel estelar en este movimiento pues permitió difundir el movimiento en todo el mundo a través de los videos que se compartían en tiempo real a través de Facebook y Youtube. Así mismo en Twitter los individuos y activistas participan creando los tuits más influyentes de la revuelta. El uso de las redes sociales fueron claves para la destitución de Mubarak.

Este movimiento egipcio siguió el mismo modelo de conexión entre las convocatorias del ciberespacio y la ocupación del espacio urbano, en este caso fue la plaza de Tahir donde se exigió y se logró tras 18 días de protestas y oraciones la destitución de la dictadura militarizada de Mubarak.

Otros países árabes a través de la rápida propagación de los vídeos, imágenes, narraciones se vieron contagiados por este modelo: convocatoria en redes virtuales, conexión horizontal en el espacio y llamamiento a ocupar un espacio territorial, todos con el objetivo de implantar un nuevo proceso democrático.

Occupy Wall Street, un llamado de unidad

A lo amplio de la historia, los movimientos sociales pretenden generar un cambio social y generalmente surgen de una crisis en las condiciones de vida que hace que a la mayoría de la gente tenga desconfianza de sus autoridades políticas y hace insostenible el día (Castells, 2012). Estas condiciones se dieron en Estados Unidos después de la crisis financiera del 2008-2011, ya que en la mayoría los habitantes pensaban que la estructura económica débil y desestructurada que había quedado con la crisis sólo favorecía a los ricos.

Ante este panorama el presidente Barack Obama agobiado por las profundas consecuencias que había dejado la crisis olvido sus promesas de campaña de darle un vuelco a la democracia estadounidense.

El pueblo estadounidense tras este cuadro que falta de oportunidades, lucha de clases y estragos económicos ocupó el 17 de septiembre la calle de la idea de Wall Street, la calle más emblemática del distrito financiero de Nueva York. Este llamado de unidad surge en voz de diferentes colectivos: sobre todo a través del blog de la revista contracultural Adbusters, por una parte, y mediante los mensajes de grupos ciberactivistas como AmpedStatus y Anonymous, por otra. Lo que comenzó siendo una manifestación de unas 1.000 personas en Wall Street se convirtió en pocos días en ocupaciones espontáneas en diferentes zonas de Nueva York y en otras ciudades de Estados Unidos.

Se había formado un gran movimiento convocado por medios digitales y con espacios públicos dotados de Internet para convocar a asambleas, un lema identificaba al colectivo con el mundo: “Somos el 99%”, haciendo referencia a que el 1% de la población, está tomando las decisiones económicas, políticas y sociales y que afecta al resto de la población, por ende, existía una desigualdad de clases.

El movimiento Occupy Wall Street o también conocido como #occupywallstreet utilizó una estructura horizontal sin líderes, comunicados todos y enlazados por los nodos de Internet e incluso en las ocupaciones construyeron su propia red de Internet. Para la comunicación entre ellos y con el mundo usaron las principales redes virtuales comerciales (Facebook, twitter y Youtube), sin embargo, la plataforma referente de este movimiento fue “Tumblr”, que resulta ser un poderoso medio narrativo, donde los integrantes del movimiento narraban sus historias día a día, logrando humanizar al movimiento porque es *“este movimiento se trata de narraciones, sobre cómo las políticas económicas del país nos han expulsado de los colegios, nos han ahogado en deudas, han retrasado las jubilaciones permanentemente y han separado a las familias”* (Castells, 2012).

El movimiento no tenía un objetivo específico, más bien tenía varios en beneficio de ese 99% de la población, que había sido víctima de los abusos del poder, ellos centraban su crítica en el capitalismo financiero y en su influencia en el gobierno, no en el capitalismo en sí. Finalmente, el logro esencial de este movimiento según Castells: encender la esperanza de que otra vida es posible y un cambio de la comunidad para el futuro.

Movimiento #Yosoy132

Todo comienza en el año 2012, en un año lleno de la efervescencia política electoral, ya que en México sería un año de elecciones, sin embargo, este año electoral sería muy distinto a sexenios pasados, pues las redes virtuales habían irrumpido con fuerza en México, y no sólo los medios tradicionales (prensa, radio y TV) dieron cuenta de lo sucedido en estas elecciones, ante tal situación aparecieron los coordinadores de redes virtuales de cada candidato a la presidencia (Rovira, 2014).

Cabe destacar que para 2012 según cifras de AMIPCI el número de usuarios ya supera los 40 millones, que equivale a 14% de incremento respecto a 2011. En esta misma línea comunicativa es de suma importancia destacar que el contexto mediático antes de la llegada de las redes virtuales estaba controlado por el monopolio privado Televisa-Televisión Azteca en alianza con la elite política y donde los usuarios no participaban ni social ni políticamente en la opinión que las televisoras afirmaban sobre lo que sucedía en México (Rovira, 2014).

A continuación se narrará el suceso que dio origen a este movimiento en México, primeramente, el candidato a la presidencial de la coalición “Compromiso por México” (conformado por los partidos PRI y PVEM) Enrique Peña Nieto acepta la invitación de la Universidad Iberoamericana en el marco del Foro Buen Ciudadano que organiza la misma institución, el entonces candidato acepta la invitación, pues

jamás imaginó que en una escuela de clase alta los jóvenes lo cuestionarían y los despedirían en medio de abucheos y empujones.

Entonces llegó el día, el 11 de mayo del 2012 en el auditorio “José Sánchez Villaseñor” de la Universidad Iberoamericana, en el marco del Foro del Buen ciudadano Enrique Peña Nieto presentó su plataforma política y al final de su conferencia, un grupo de estudiantes lo cuestionó sobre el caso Atenco, haciendo énfasis a lo que ellos consideraban un mal desempeño como gobernador del Estado de México. Peña contestó que asumía el uso de la fuerza pública para restaurar el orden y la paz del Estado, ante tal respuesta los jóvenes encolerizados despidieron al candidato bajo consignas que lo descalificaban e incluso éste tuvo que esconderse en el baño mientras se trazaba una nueva ruta para su salida (García, 2016).

El acontecimiento suscitado fue videograbado por varios estudiantes y dichos vídeos se publicaron en las redes sociales. En las principales cadenas televisivas del país, así como muchos periódicos nacionales se argumentaba que los jóvenes que habían asistido a la presentación de Peña Nieto, no eran estudiantes de la Ibero sino más bien grupos porriles que intentaban alterar el orden.

Ante estas difamaciones, el 14 de mayo del 2012, un grupo de 131 jóvenes publicaron un vídeo en Youtube en dónde mostraban las credenciales que los avalaban como estudiantes de la Universidad Iberoamericana. Seis horas después de su publicación, el video había sido reproducido por 21 mil 747 usuarios de esa red social. Una vez publicado y viralizado dicho video, distintas expresiones en las redes sociales mostraban su apoyo a los 131 estudiantes con la frase #YoSoy132 (García, 2016). Rápidamente, se abrió la ventana de los 131 estudiantes difamados por los medios y se sumaron las personas como una bola de nieve que no dejaba de crecer que querían ser el siguiente número: 132.

El llamado en las redes virtuales se había hecho y el movimiento se desbordó el 23 de llamado, en la Estela de Luz en la Ciudad de México con una marcha hacia distintas plazas emblemáticas, entre ellas, el Zócalo, Ángel de la Independencia y Televisa; miles de personas acudieron al llamado con un mismo objetivo, hacer un llamado a los consorcios de la industria mediática en el país, exigiendo la democratización de los medios de comunicación y unas elecciones limpias. Este movimiento se caracterizó por no tener líderes, comunicación por medios digitales y marchas en todo el país e incluso se unieron grupos activistas como Anonymous y mexicanos en el extranjero (Rovira, 2014).

Así mismo, #Yosoy132 se difumino pasados los comicios del 2012, tras logros importantes como lograr un tercer debate transmitido por YouTube, también se convirtieron en observadores electorales de este proceso y lo más importante lograr se logró una profundización democrática y participación colectiva de cientos de jóvenes que buscaban una transformación para México

Finalmente, es importante destacar que el año 2012, de manera global había sido testigo de varios movimientos revisados anteriormente, gestados en lo virtual y con repercusiones reales, algunos de ellos: Primavera Árabe, 15M y Occupy Wall.

APARTADO METODOLÓGICO

Este proyecto de investigación comenzó con una inquietud sobre la participación social de los jóvenes hidalguenses en Facebook y como ésta logra definir su identidad y que, durante el proceso académico de la Maestría en Ciencias Sociales, se ha consolidado a través de los seminarios impartidos en este proceso formativo. Cada uno de estos seminarios académicos ha permitido la construcción de este trabajo de investigación. A continuación, se realiza un breve recorrido de cómo ha sido la edificación de este proyecto desde el planteamiento del problema hasta el presente apartado metodológico.

Como se menciona al inicio de este apartado, la idea de este proyecto no era clara, sino más bien confusa y ambigua, es entonces, que a la luz de la consulta bibliográfica se logra delimitar el tema para la construcción del planteamiento del problema que resulta ser el punto de partida de esta tesis, ya que como menciona Iglesias y Cortés (2004) en el planteamiento del problema se logra afinar y estructurar formalmente la idea de investigación.

Es importante mencionar, que la revisión bibliográfica ha permitido un acercamiento más claro del objeto de estudio, por esta razón, es este trabajo de revisión literaria se ha reconstruido en diferentes ocasiones el planteamiento del problema, ya que a medida que el investigador se sumerge en las diversas teorías se da una ruptura epistemológica que permite acercarse con más claridad al problema de investigación y esto genera volver a regresar al punto de partida.

Una vez construido el planteamiento del problema, se formula el objetivo de investigación, el cual es definir la participación social/política de los jóvenes hidalguenses en Facebook y cómo esta participación logra definir su identidad. Este objetivo general propone el para qué de esta investigación, ya que este proyecto busca primeramente identificar a jóvenes activistas que se sientan atraídos con una causa en específico, es decir, que persigan un fin común. Así mismo, se han

especificado las preguntas de investigación, a las cuales se pretenden dar respuesta a través de la metodología expuesta en este apartado.

Posteriormente, se justificó el porqué de esta investigación en un programa de ciencias sociales. Así mismo, se ha realizado una exhaustiva revisión teórico-conceptual con la recomendación del cuerpo académico experto en el tema del ciberactivismo, posteriormente, esta revisión de postulados en fuentes primarias y secundarias se sistematizó en los capítulos que conforman la presente tesis y que le dan cuerpo al marco teórico. Estas investigaciones y teorías han permitido un acercamiento científico y rupturas epistemológicas de la participación de los jóvenes en las redes sociales digitales y como ésta logra definir su identidad, así mismo, la construcción de categorías analíticas que se definen y se conceptualizan a lo largo de los capítulos del marco teórico.

Es así como después, de seguir una serie de pasos para una investigación científica que cumpla con el rigor y lineamientos que estipula un programa académico de excelencia perteneciente al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) se presenta el siguiente apartado el cual describe las herramientas metodológicas que servirán para obtener información sobre la participación política y social de jóvenes ciberactivistas hidalgüenses a través de sus perfiles en Facebook.

A lo largo de este apartado se intenta utilizar una metodología de corte cualitativo utilizando algunas herramientas cuantitativas que ayudarán a robustecer el proceso metodológico. Así mismo, se justificará la importancia y pertinencia de la etnografía virtual en esta investigación, así como la observación participante y entrevista como técnicas idóneas para intentar acercarme a mi objeto de estudio. Posteriormente, se intenta describir, detalladamente, el proceso de construcción de esta metodología.

La interacción en esta investigación se realizará en todo momento a través de Facebook, que resulta ser la red social digital favorita en todo México y que además los jóvenes resultan ser el sector predominante en usar esta red social digital. En

un primer momento para acercarme a los jóvenes ciberactivistas, se realizó un mapeo de las Asociaciones Civiles en el Estado de Hidalgo que cuentan con un perfil o páginas de Facebook, de las cuales según el DIF HIDALGO existen 197 organizaciones civiles activas, cuyo objetivo es trabajar en favor de los sectores vulnerables de la población.

En un segundo momento, de esta investigación se observarán, se elegirán y se seleccionarán, bajo los criterios teóricos y conceptuales que ayudarán a dar respuesta a la pregunta de investigación, las páginas de Facebook de las Asociaciones Civiles en el Estado de Hidalgo que sean activas en compartir contenidos y que además vinculen a jóvenes en sus actividades tanto en terreno virtual como real.

Es así, como al realizar las primeras observaciones en las páginas de Facebook de las Asociaciones Civiles en el Estado de Hidalgo, da cuenta que “SEIINAC”, organización dedicada a la promoción, defensa e investigación de los Derechos Humanos, premia la participación activista de sus miembros, en su mayoría jóvenes, a través de una fotografía del joven activista, reconociendo el rubro donde él o ella participa (feminismo, género, derechos humanos) activamente. A través de esta observación se pretende realizar un análisis de los perfiles de Facebook de estos jóvenes activistas.

Justificación metodológica

En este sentido, el presente apartado metodológico, plantea primeramente la importancia y pertinencia del uso de la etnografía virtual como método idóneo para el análisis de la participación política y social en Facebook.

Con la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida diaria, la participación política y social ha llegado a adquirir una nueva dimensión, la virtualidad, al abrirse nuevos canales y formas de participación en las plataformas

Web 2.0. Como menciona Mosquera, (2008) este arribo tecnológico representa el momento crucial en el estudio de fenómenos sociales que ha permitido un cambio en el proceso de investigación, adoptando una nueva manera para que el investigador se sumerja en el estudio de la identidad y ciberactivismo.

En este marco de cambios paradigmáticos, la Etnografía⁵ requiere una reconfiguración de sus conceptos y la adaptación de sus principios básicos al estudio de la participación social y política mediada por las tecnologías digitales, principalmente representadas por Internet.

La elección, de utilizar la etnografía virtual me permitirá como investigador de las ciencias sociales acercarme a mi objeto de estudio y dar respuesta a mis preguntas de investigación, las cuales son las siguientes: ¿Cómo la participación social logra construir la identidad de los jóvenes de Hidalgo cuando interactúan con otros a través de publicaciones en Facebook? ¿Cuáles son los niveles de interactividad de los jóvenes de Hidalgo en Facebook? ¿Qué tipo de prácticas socioculturales realizan los jóvenes de Hidalgo cuando interactúan con otros a través de Facebook? ¿Existe una cultura ciberactivista en los jóvenes de Hidalgo?

Por ello es importante destacar que la investigación no se encuentra inmerso en un proceso antropológico sino más bien el objeto de estudio se encuentra mediado a través de la tecnología, de allí la importancia de no realizar tan sólo una etnografía sino agregar la variante de etnografía virtual como una metodología dentro del enfoque cualitativo.

Como se mencionó anteriormente, la etnografía virtual es una variante o una reconfiguración de la etnografía antropológica, que, debido a la llegada de las tecnologías de información y comunicación, se empezó a cambiar las formas de hacer investigación. Sin embargo, antes de definir a la etnografía virtual es menester mencionar que la etnográfica antropológica en palabras de Meneses y Cardozo

⁵ Herramienta metodológica de aproximación parcial sin integración que constituye una técnica idónea para acercarse a los procesos de relación, tipos usuarios, comportamientos y dinámicas de la comunidad virtual.

(2014) *“es una metodología fundamental de la investigación socio antropológica, a través del uso de la observación participante como técnica, en la cual el investigador se integra en los procesos sociales que estudia para obtener una información primaria, con interlocutores válidos y con el objetivo de comprender sus estructuras de significación”*.

Con base a esta definición es importante destacar que Meneses y Cardozo (2014) conciben que la etnografía en escenarios digitales conserva los rasgos metodológicos de la etnografía antropológicos, es decir, puede hacerse etnografía de colectivos mediados por las tecnologías digitales como Internet usando las técnicas tradicionales básicas como la observación participante con la variante que el investigador deberá sumergirse en un contexto virtual que se complementa con el real.

En esta investigación se partirá del concepto teórico de Hine (2004) sobre etnografía virtual, la cual la define como un método cualitativo de aproximación parcial sin integración que constituye una técnica idónea para acercarse a los procesos de relación, tipos de usuarios, comportamientos y dinámicas de la comunidad virtual como lo es la participación política y social en Facebook, debido a que permite al investigador sumergirse en las olas del ciberespacio y comprender a través de una mirada objetiva los fenómenos de participación que se gestan a través de las tecnologías de la Información y Comunicación.

Como se mencionó anteriormente, en la Etnografía virtual, se habla de un método mediado por dispositivos tecnológicos que no son sólo instrumentos, sino que estos a través de la mediación transforman las prácticas, hábitos y participación de los jóvenes y tienen efectos en la práctica etnográfica (Ardèvol y Vayreda, 2002). Así mismo, Meneses y Cardozo (2014) mencionan que Facebook y toda la gama de plataformas virtuales que existen han incluido en las relaciones interpersonales elementos que en cierta forma han hecho cambiar la manera en que la gente se

relacione, participe y opine, y ha demandado nuevos enfoques de las metodologías clásicas de investigación para poder estudiar dichas relaciones y prácticas.

Por estas razones justifico el uso necesario de una etnografía virtual en el campo del ciberespacio, ya que estas nuevas formas de participación mediadas por la tecnología, principalmente por las redes sociales virtuales, son generadoras de cultura, la cibercultura, la cual se localiza en un espacio virtual o ciberespacio, sin tiempo cronológico ni territorio y habitado por cibernautas o internautas que principalmente resulta ser jóvenes.

Lugar de la investigación

El lugar donde se llevará a cabo el estudio etnográfico virtual sobre la participación de los jóvenes en Hidalgo será la red social digital más popular en todo el mundo, Facebook, la cual según la Asociación Mexicana de Internet (2017) el 95% de los cibernautas en todo el país utilizan esta plataforma virtual y que como sector predominante del uso de esta plataforma se encuentra los jóvenes de una edad de 12 a 34 años.

Además, Castells (2014) afirma que Facebook resulta ser un espacio contemporáneo, que ha logrado traspasar todas las actividades de la vida humana, incluye desde la amistad hasta la política, ésta última se ha transformado desde la aparición de estas plataformas, las cuales han creado nuevas formas de participación política tanto en las personas que hacen política como aquellos que opinan de la política.

Dentro de Facebook se tejen relaciones de acciones colectivas entre jóvenes que invitan a la participación a través de compartir una imagen, crear contenidos o publicar un texto, por lo tanto es importante destacar que este estudio sobre redes sociales que se gestan en entornos virtuales parte de una teoría de redes sociales desde un enfoque sociológico donde Ávalos (2014) menciona que “Las redes

sociales siempre han existido” desde la prehistoria, empero el concepto “red social” surge en la época contemporánea y diversos investigadores han estudiado el concepto y efectos sociales de las redes sociales desde diversas miradas disciplinares y conceptuales.

Primeramente, los antecedentes de la teoría de redes sociales según Pérez (2014) se remontan al siglo XX con la teoría Gestalt a los que se suman la sociometría de Jacob Moreno, así como los planteamientos previamente hechos en la teoría de grafos. Posteriormente la antropología estructural-funcionalista suma su análisis de grupos y subgrupos empleando representaciones gráficas llamados sociogramas. Sin embargo, se identifican un mayor énfasis en los estudios de las redes sociales desde la sociología.

Con base en esta revisión, difícilmente puede hablarse de una teoría unificada en torno a las redes sociales, más bien se trata de un fenómeno social, que ha dado lugar a diversos acercamientos conceptuales y empíricos para su estudio, cada uno destacando los aspectos pertinentes desde su disciplina. De esta manera, existe una diversidad de definiciones de lo que en principio puede ser entendido como una red social. Por ejemplo, dentro de la sociología, para Lozares (1996) se trata de un “conjunto bien definido de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc., que están vinculados unos a otros a través de una o un conjunto de relaciones sociales”.

Ahora bien, una vez explicada la teoría de las redes sociales, es menester definir que Facebook según De Ugarte (2007) es un sitio de redes sociales digitales que permite a sus usuarios presentarse a sí mismos en un perfil online, acumular “amigos” quienes pueden publicar comentarios las páginas de cada uno, y ver los perfiles de otros. Los miembros de la red social también pueden unirse a grupos virtuales basados en intereses comunes, seguir páginas de su interés; además, de colocar información de tipo personal como es: empleo, relaciones sentimentales, familia y lugar de residencia. Esta herramienta incluye diversos servicios.

En este sentido, Internet y Facebook abren nuevas formas de participación en el ámbito político y social que antes de la convergencia tecnológica, no hubiera sido posible. Sin embargo, hoy en la sociedad de la información, esto ha cambiado, los ciudadanos están informados y participan a través de los espacios virtuales que ofrece el ciberespacio, estos espacios incitan a participar a través de su rapidez y horizontalidad que permite comunicarse en tiempo real a los ciudadanos con los políticos e incluso irrumpir en las decisiones que se toman en la política a través de acciones colectivas con un beneficio específico para la sociedad.

Cultura política en Hidalgo

Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación se pretende definir la participación de los jóvenes ciberactivistas en el estado de Hidalgo, por ende, es de vital importancia explicar el contexto social-económico que se presenta en el estado de Hidalgo, así como la cultura política que permea en la entidad federativa.

Primeramente, una de las características generales de Hidalgo, en la encuesta intercensal de INEGI 2015, es la condición de pobreza en que vive la mayoría de los 2' 858, 359 habitantes distribuidos en sus 84 municipios. Según Vargas (2006) en Hidalgo existen los indicadores de bienestar social más bajos del país. Las estadísticas negativas del desarrollo lo viven las mujeres, los niños, los ancianos y los indígenas. Las causas de la pobreza, tienen su origen en una afincada estructura de explotación económica y de dominación que ha beneficiado a unos pocos.

Algunos indicadores de pobreza que ilustran las carencias estructurales son los siguientes: más del 23.4% de la población carece de drenaje en sus viviendas, 37.4% no tiene agua entubada y de 23% que no tenía luz eléctrica en 2006 ahora sólo el 1.5% no cuenta con este servicio (INEGI, 2015).

Así mismo, Hidalgo está ubicado dentro de los seis estados de mayor pobreza en el país, y cuyos indicadores: alta emigración de la fuerza laboral, bajo crecimiento poblacional, dispersión e incomunicación de miles de comunidades rurales, desempleo, bajos salarios, y analfabetismo que muestran la desigualdad social que se vive en el estado (Vargas, 2006).

Después de presentar el contexto social-económico que se vive en el estado de Hidalgo, es menester, presentar la cultura política que se existe dentro de la entidad. Por tanto, se entiende por cultura política “un conjunto de actitudes, percepciones y opiniones que muestran la cultura cívica de una sociedad” (Vargas 2002 citando a Almond y Verba, 1980). En este sentido, una sociedad rural, como lo es Hidalgo, con dificultades de comunicación geográfica-cultural y hondos contrastes socioeconómicos, progresaron estructuras de dominación tradicional que jugaron el rol de intermediación política como los cacicazgos y las familias burocráticas, que hasta hoy son dominantes, y persisten como la base de la distribución y la organización del poder local.

El sistema político local, por lo tanto, se desarrolló a través de la centralización del poder en pequeños grupos y se definió por la falta de apertura y de pluralismo en las instituciones sociales y políticas y por la presencia de un sistema de partido dominante, que hasta 1988 obtenía votaciones de 90% de los votos; posteriormente derivó en un contexto de abstencionismo e incredulidad, así como en la actual baja constante de votos del PRI. Todo lo anteriormente mencionado refleja una baja cultura política que se manifiesta en una baja participación, una débil sociedad civil y en un alto abstencionismo (Vargas, 2006).

Tras una baja participación convencional a partir de mediados de los años setenta aparece una serie de movimientos que irrumpieron en la esfera política en el Estado de Hidalgo donde inminentemente para esas fechas la población era priista. Estos movimientos sociales cuestionaban la imagen hegemónica del partido y los grupos

de poder, sin embargo, dada la baja cultura participativa de los hidalguenses en este tipo de acciones, éstas se perdieron en el anonimato (Vargas, 2006).

Como una cronología de los movimientos sociales en el estado de Hidalgo Pablo Vargas (2006) realiza un recorrido por los principales movimientos en la entidad desde los años setenta con la lucha campesina; en los años ochenta con los obreros y la lucha sindical, seguido de los años noventa y el fortalecimiento de la sociedad civil. Hasta llegar a 2005 con la creación del poder ejecutivo del Consejo consultivo ciudadano y que e 2006 obtiene sus estatus de organismo descentralizado creando así la Red de Organizaciones de la Sociedad y el Estado de Hidalgo.

Actualmente en el estado de Hidalgo existen numerosas asociaciones civiles y organismos que se encargan de apoyar iniciativas surgidas desde la base de la sociedad hidalguense, sin embargo, aún la presencia de la sociedad civil es poca numerosa, ya que existen municipios donde no existen asociaciones ciudadanas, sin embargo, gracias a la presencia de los redes sociales digitales, se ha podido llegar a más personas que deseen participan como actores sociales y ser escuchadas en las situaciones y problemáticas que le aqueja a su población en específico.

Aproximación a la categoría joven desde el punto de vista biológico y social

La juventud actual se encuentra experimentando cambios sociales, económicos, educativos, y culturales con mayor velocidad en comparación a generaciones pasadas, lo cual le ha brindado una gran oportunidad a la comunicación, educación y diversas formas de participación en espacios reales y virtuales. Por tanto, en la sociedad contemporánea se han dado las condiciones para que los jóvenes se vuelvan visibles como actores sociales para ellos mismos y para la sociedad (Reguillo, 2007) una nueva forma de participación de los jóvenes, donde ellos son los protagonistas de este siglo y apoyan a un fin específico es el ciberactivismo.

Dentro de este apartado me interesa definir a los sujetos de investigación, que son los jóvenes, ya que, no es algo nuevo, que especialistas, círculos oficiales y la población en general, reconoce que México es un país joven. Ello se debe a que, según el último censo de población, en 2010, arrojó que la población entre 12 y 29 años representa una tercera parte de la población del país, es decir, poco más de 36 millones de personas.

Además, de que anteriormente se han presentado cifras donde los jóvenes son los cibernautas que más utilizan las redes sociales, ya que según la Asociación Mexicana de Internet (2017) los cibernautas 12 a 17 años representan un 21% de la población que más utiliza las redes sociales; seguido del rango de 18 a 24 y 24 a 30 años ambos con 18%.

Ante estas cifras, es importante destacar el concepto biológico de juventud, es un término que permite identificar el periodo de vida de una persona que se ubica entre la infancia y la adultez, ya que de acuerdo a la Ley del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), este oscila entre los 12 a los 29 años, no obstante, también tiene que ver con un conjunto de características heterogéneas que se tratan de enlistar.

Primeramente, Craig, (1997) expone que casi todos los jóvenes son más fuertes, saludables y fértiles de lo que fueron o llegarán a ser. También, tienen más vigor y han definido una identidad y unas pautas sexuales que han de durar toda la vida. En la juventud la mayoría de los hombres y las mujeres disfruta del auge de su vitalidad, fuerza y resistencia.

Casi todas las culturas reconocen este vigor físico y esperan que las jóvenes tengan hijos. La fuerza física, el funcionamiento orgánico, los tiempos de reacción, las habilidades motoras y otras capacidades físicas están a su máximo entre los 25 y los 30 años, después de los cuales disminuyen lenta pero significativamente. A lo largo de todo este período la mayoría de las capacidades y habilidades físicas se

mantienen a niveles funcionales si se ejercitan con regularidad. Los índices de muerte en la juventud son menores que en cualquier otro período adulto.

Ahora bien, en cuanto a la concepción de joven desde un enfoque social es importante que según Bernal y Dettmer (2014) es vista desde una construcción cultural que responde a diferentes momentos históricos, donde la gente hoy en día considera a los jóvenes como un grupo social específico, homogéneo y uniforme, sin embargo, desde una perspectiva sociológica hablar de juventud implica referirse a un grupo social heterogéneo, con orígenes sociales diversos, con orígenes sociales diversos, que habitan en distintos espacios geográficos y con expectativas diversas.

En este sentido, los jóvenes que interesan a esa investigación son los jóvenes que realizan activismo dentro del estado de Hidalgo y en específico dentro de la red social digital Facebook.

Siguiendo, con la mirada sociológica del concepto joven la sociedad occidental contemporánea ha construido la categoría "joven" como un sujeto social que constituyen un universo social cambiante y discontinuo. En torno a la configuración y clasificación del sujeto joven en este momento contemporáneo Regillo (2007) destaca a la tecnología como una dimensión de suma importancia que permite definir al sujeto joven, ya que frecuente ellos la usan dando acceso a ciertos bienes simbólicos.

Así mismo, esta autora, menciona que los jóvenes no tienen una existencia autónoma, ya que se encuentran inmersos en un entramado de grupos sociales, como lo son: políticos, fundaciones, niños y demás grupos.

Propuesta metodológica

A continuación, se enlistan y se describen los pasos y herramientas metodológicas que me permitirán contestar mi pregunta de investigación: ¿Cómo la participación social logra construir la identidad de los jóvenes de Hidalgo cuando interactúan con otros a través de sus publicaciones en Facebook?

1ra. Etapa de la Investigación	<ol style="list-style-type: none">1. Observación empírica2. Acerca de los perfiles de Facebook.3. Búsqueda en Facebook: pasos para la búsqueda
2da. Etapa de la Investigación	<ol style="list-style-type: none">4. Selección de perfiles5. Justificación de la selección de los perfiles6. Niveles de participación bajo una temporalidad de diciembre a febrero
3ra. Etapa de la Investigación	<ol style="list-style-type: none">7. Descripción de las categorías analíticas8. Elaboración de tabla con las categorías analíticas observadas

1.-Observación

Tanto en la etnografía antropológica como en la etnografía virtual su técnica por excelencia es la observación participante, ya que permite al investigador sumergirse en contexto reales como virtuales, en esta investigación particularmente se tomó a Facebook como una fuente de datos, que al ser la red social digital en México me permitió primeramente hacer un mapeo de las Fundaciones con perfiles activos dentro de la plataforma Facebook, que gracias a la hiperconectividad las páginas y

perfiles dentro de Facebook, la búsqueda de fundaciones se realizó con facilidad, ya que las páginas relacionadas se van enlazando unas a otras (García, 2016).

La decisión de hacer una búsqueda dentro de páginas de Fundaciones, deriva de encontrar perfiles de jóvenes que hagan ciberactivismo desde su perfil de Facebook. Es por ello que a través de estas observaciones empíricas y la hiperconectividad de la red social Facebook se encontró con la Fundación que “SEIINAC”, organización dedicada a la promoción, defensa e investigación de los Derechos Humanos, distingue la participación activista de sus miembros, en su mayoría jóvenes, a través de una fotografía del joven activista, reconociendo el rubro donde él o ella participa (feminismo, género, derechos humanos) activamente.

A través de esta observación se pretende realizar un análisis de los cinco perfiles de Facebook jóvenes activistas.



<https://www.facebook.com/seiinac/photos/a.1544427279121950/2283979831833354/?type=3&theater>

2.- Acerca de los perfiles de Facebook.

Dentro de Facebook se consideran tres tipos de usuarios: páginas oficiales, perfiles de personas y grupos. Para efectos de esta investigación se utilizaron las páginas oficiales de fundaciones en un primer momento para obtener perfiles de jóvenes activistas en el estado de Hidalgo.

A continuación, se definirán ambos tipos de usuarios de acuerdo al Manual de Facebook.

Páginas oficiales: Están diseñadas para que empresas y personas públicas se creen con fines específicos y, a diferencia de los grupos, no contienen foros de discusión ya que se enfocan en promocionar marcas o personalidades. Una página oficial sólo da tres opciones: Información, Publicaciones relacionadas y Wikipedia.

Perfil de usuario: Están diseñados para representar a personas físicas en Facebook y necesitas tener un perfil personal para poder crear grupos y páginas. Esta opción es la que más usuarios utilizan para compartir con todos sus amigos la información que gusten. Por sus características, te permite generar un espacio personalizado y subir fotografías, videos, o bien, hacer publicaciones de tu vida diaria.

3.-Búsqueda en Facebook

Los pasos para la búsqueda de perfiles de jóvenes activistas dentro del estado de Hidalgo fue la siguiente:

Primeramente, se realizó un mapeo de fundaciones hidalguenses con presencia en Facebook.

Posteriormente, a través de la hiperconectividad de Facebook se enlazaron distintas fundaciones y se logró observar que en la Fundación “SEIINAC”, organización dedicada a la promoción, defensa e investigación de los Derechos Humanos, premia

la participación activista de sus miembros, en su mayoría jóvenes, a través de una fotografía del joven activista, reconociendo el rubro donde él o ella participa (feminismo, género, derechos humanos) activamente. A través de esta observación se pretende realizar un análisis de los perfiles de Facebook de estos jóvenes activistas.

También se observaron eventos que organiza la fundación, para captar otros perfiles interesados en temas de participación social, que no necesariamente contribuyeran institucionalmente con la fundación.

Seguido de, entrar al perfil de cada uno de estos jóvenes y observar si realmente ellos hacen ciberactivismo desde su perfil personal, es decir, apoyan una causa específica a través de compartir una publicación.

4.-Selección de perfiles

El primer filtro para la selección de perfil, fue necesario que fueran jóvenes hidalguenses que participaran institucionalmente o voluntariamente con la Fundación que “SEIINAC”, “Ddeser Hidalgo” y “Marea Verde Hgo” También, se encontraron jóvenes que tenían que participaron eventos a favor de una causa específica que la misma sociedad civil convoca a través de las redes sociales digitales.

Posteriormente se verifico que los jóvenes desde su presentación en Facebook se identificarán como activistas de un tema en específico (derechos humanos, feminismo, defensor de los animales).

Así mismo, se observó que los jóvenes hicieran activismo desde su propio perfil a través de compartir una publicación, evento social o crear su propio contenido.

Se encontraron aproximadamente 13 perfiles de jóvenes que realizan ciberactivismo desde su perfil, sin embargo, por temporalidad y propósitos de esta investigación, se seleccionarán los siguientes cinco perfiles que cumplen con todas las características que requiere este trabajo:



<https://www.facebook.com/CeecyFdz>



https://www.facebook.com/diana.aviles.14?fref=pb&hc_location=profile_browser

Rodríguez Betsuly

Inicio Crear



Rodríguez Betsuly
(Bett)

Agregar a amigos Mensaje

Biografía Información Amigos 3 amigos en común Fotos Más

¿CONOCES A BETSULY?

Para ver lo que comparte con sus amigos, envíale una solicitud de amistad. [Agregar a amigos](#)

3 amigos en común

Presentación

ACTIVISTA, FEMINISTA, con pleno conocimiento de los DERECHOS HUMANOS en específico los DSyR.

Vive en Pachuca de Soto

Rodríguez Betsuly
3 h

Ante la situación reprochable de retirar el recurso con el que operan los refugios en los estados por parte del ejecutivo federal, URGE la intervención de las entidades mediante Congreso del Estado de Hidalgo para la asignación de recursos extraordinarios, la vida y seguridad de las mujeres depende de esos recursos Taliana Ángeles Moreno Susy Angeles Corina Martínez Los

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011417998214>

50 AÑOS



Danito López
(Fanny Galindo)

Agregar a amigos Seguir Mensaje

Biografía Información Amigos 1 amigo en común Fotos Más

¿CONOCES A DANITO?

Para ver lo que comparte con sus amigos, envíale una solicitud de amistad. [Agregar a amigos](#)

1 amigo en común

Presentación

Humano polipolar, único y complejo

Danito López actualizó su foto de portada.
14 de enero a las 18:33

<https://www.facebook.com/dannygal.hsh>



5.-Justificación de la selección de perfiles

Es importante mencionar, que se encontraron perfiles en su mayoría de jóvenes activistas, por lo que el universo de la población en un primer momento era de 13 jóvenes que colaboran institucionalmente y voluntariamente con la fundación; además de encontrar otras personas que les interesa los eventos de la fundación y que les interesaba asistir eventos que organizaba la Fundación como es la Rodada por la violencia de género en Pachuca el pasado 26 de noviembre de 2018.

Se verificaron los perfiles de los jóvenes seleccionados, sin embargo, dos de ellos excedían la edad de los 12 a 29 años que según Ley del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) es la edad que identifica a un joven biológicamente, por lo que estos dos perfiles fueron desechados.

En un siguiente momento, se observó que es lo que estos jóvenes compartieran publicaciones de manera pública, ya que una de las características de ciberactivismo es su fácil propagación, por ende, para llegar y ser visto por un gran número de usuarios en la red de ser compartido de manera pública.

Finalmente se justifica la selección de estos cinco perfiles debido a que cumplen con criterios especificados desde la elaboración del marco teórico, como es la participación constante en las redes sociales digitales, ciberactivismo en sus perfiles y en algunas ocasiones en el espacio real, así como ser usuarios que se identifican con la causa que persiguen.

6.- Niveles de participación bajo una temporalidad de diciembre a febrero

Una vez seleccionado los perfiles de los jóvenes activistas que cumplen con los requerimientos de esta investigación se observará el contenido que comparten bajo una temporalidad del 15 de diciembre hasta finales del mes de febrero.

En este tiempo se observará que tan frecuente hacen publicaciones sobre el tema que les impacta (feminismo, derechos humanos, derechos de los niños y niñas, promoción de los derechos sexuales).

Así mismo, se realizarán una base de datos con capturas de pantallas que muestren el contenido que más destaque, para poder ser analizado a la luz de las teorías revisadas en la siguiente fase de la investigación.

7.-Descripción de las categorías analíticas

A lo largo de este apartado se ha expuesto que la metodología a utilizar es de corte cualitativo, por lo que esta se basa en el uso de categorías. Se denominan categorías analíticas según López (2002). a cada uno de los elementos o dimensiones de las variables investigadas y que van a servir para clasificar o agrupar según ellas las diversas unidades.

A continuación, se realiza la descripción de las categorías analíticas que se utilizarán en esta investigación:

Nombre de perfil: Los nombres de usuario son parte del perfil público y pueden facilitar que otras personas te encuentren en Facebook. A menudo el nombre de usuario es una variación del nombre del usuario, como maria.garcia33 o mariagarcia3 (Facebook, 20018). Cada persona elegí el nombre de perfil que deseé, es decir, el usuario a través de sus perfiles se idéntica bajo un nombre, datos de identificación y fotografía, construyendo su propio “avatar”.

Presentación: Es el cuadro de información pública que permite que todos los visitantes de tu página Facebook conozcan tus intereses, lugar de trabajo, estudios, relaciones ciudad natal, edad y sexo. Además, que permite que el usuario se autopresente a todos sus amigos y visitantes en Facebook.

Edad: Destaco este rubro, ya que mis sujetos de edad son jóvenes que oscilan entre los 12 a los 29 años. Por ende, la información que ofrece la página de la Fundación entorno a estos jóvenes ciberactivistas y las imágenes de su perfil corroboran que efectivamente son jóvenes y pueden ser sujetos de estudio de esta investigación.

Dónde participan (fundación): Los jóvenes activistas seleccionados para esta investigación, participan socialmente con la Fundación “SEIINAC” algunos son miembros activos de la fundación y otros simplemente siguen la página a través de Facebook, ya que se interesan en el contenido que la fundación emite.

Es importante definir que una fundación según Del Campo (2007) *“es una organización constituida sin fines de lucros por una o más personas y a la que éstas dotan de un patrimonio a fin de que la entidad lo emplee para perseguir fines de interés general”*.

Es importante mencionar, que según el Consejo Vasco de Participación (2016) la participación social no necesariamente se organiza en una estructura formal como es el caso de los movimientos sociales, sin embargo, existen ventajas de agruparse

dentro de una organización formal (Asociación, fundación) ya que se permiten compartir valores e intereses que se quieren transmitir a la demás población.

Resulta importante destacar que, en esta investigación, no es el objetivo estudiar a la Fundación “SEIINAC” “Ddeser Hidalgo” y “Marea Verde”, sino más bien, a través de la página esta Fundación se pudo primeramente rastrear y después enlazar con los perfiles de jóvenes interesados con el activismo dentro del Estado de Hidalgo, es decir, la página de Facebook de la fundación fungió como fuente de datos para obtener perfiles en Facebook de jóvenes ciberactivistas.

Dentro de los perfiles que se seleccionaron para esta investigación, se pueden encontrar con jóvenes dedicados al activismo en temas como: feminismo, derechos sexuales y derechos de los niños y niñas.

Causas: Los cinco perfiles que se ocupan en esta investigación, se interesan por causas, las cuales según Suazo y Martínez (2011) definen que las causas en el ciberactivismo se convierten en acciones sociales en las cuales varias personas se unen para conseguir un mismo objetivo.

Las causas que se identificaron que les interesa a los jóvenes ciberactivistas seleccionados son las siguientes: feminismo, derechos sexuales e identidad de género y derechos de los niños y niñas. A continuación, se explicarán cada uno de estas causas de los ciberactivistas seleccionados:

- a) En la causa del feminismo en las redes sociales digitales, las ciberactivistas feministas han encontrado un espacio más inclusivo e igualitario, ya que a través de su acción en la red comparten intereses y sensibilizan a la demás población que se sienta identificada con la misma causa que ellas persiguen. A través de este llamado, ya sea por imágenes, publicaciones, eventos, se tejen comunidades virtuales que posibilitan la denuncia de desigualdades, la

organización de campaña que apelan a un mundo más igualitario para cada de las mujeres que a través de la historia de los años ha sido discriminada.

- b) Respecto a la causa de la orientación sexual e identidad de género, se ha creado desde hace algunas décadas un movimiento social que lucha por la aceptación universal de los distintos miembros que forman parte de este movimiento llamado LGTB (lesbianas, gais, bisexuales y transexuales). Es por ello que Internet y las redes sociales les han permitido a los jóvenes activistas identificados con el movimiento LGTB expresarse a través de sus publicaciones, discursos, imágenes y videos sin ninguna restricción o filtro, ya que esta comunidad constantemente sufre agresiones y discriminación, sin embargo, las redes sociales digitales, les ha permitido, crear comunidades virtuales con todas aquellas personas que se sientan identificados con su lucha.
- c) Finalmente, otra causa que le apasiona a los activistas seleccionados es los derechos de niñas y niños, que al ser un sector vulnerable constantemente se encuentran violentada su integridad física y psicológica, por lo que a través de las redes sociales digitales se crean espacios que protegen y sensibilizan a la demás población de la importancia de velar por los derechos de las niñas y niños.

Los jóvenes activistas seleccionados emiten contenido relacionado con el tema de su interés, además, que en su mayoría emiten contenido de manera pública, ya que buscan que el contenido se propague por las redes sociales y de igual manera ayudan a difundir imágenes, publicaciones, vídeos y eventos de su interés. Es importante mencionar, que específicamente se observan los discursos escritos que publican los jóvenes activistas a favor de la causa que persiguen, ya sea de creación propia o que comparten de alguna otra página o perfil.

Así mismo, los eventos de su interés donde el ciberactivismo se vuelva activismo al concretizarlo de manera real en un espacio público. Todo lo observado se compilará en una base de datos de imágenes en un periodo de febrero a marzo de 2019.

En el proceso de desarrollo del análisis de este proyecto, surgieron desde el punto de análisis de la etnografía virtual las siguientes categorías que servirán para completar el presente apartado:

- 1.- El uso del escenario digital
- 2.- Procesos de relación
- 3- Tipos de usuarios
- 4.- Comportamientos y la participación política y social
- 5.- Prácticas y hábitos ciberculturales en los jóvenes
- 6.- Relaciones sociales

Para el análisis de datos se realiza la siguiente propuesta:

Primeramente, se presenta un cuadro general que incluye los datos generales de los jóvenes ciberactivistas, tales como: nombre del perfil, como se presentan los jóvenes activistas en su Facebook, el sexo, la edad y la causa con la que ellos se sienten identificados (Tabla 1).

Nombre del Perfil	Presentación en Facebook	Sexo	Edad	Causa
Cecilia Fernández Ortiz	La revolución será feminista o no será	Femenino	-----	Derechos de la mujer
Diana Aviles	-----	Femenino	25 años	Derechos de la mujer
Rodríguez Betsuly	Activista feminista, con pleno conocimiento de los DH es específico los DSyR.	Femenino	_____	Derechos humanos en específico los derechos sexuales y reproductivos

Danito López	Humano polipolar, único y complejo	Masculino	30 años	Orientación sexual e identidad de género
Yoltic Aguilar	Adolescente Promotor y Defensor de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes desde 2008	Masculino	-----	Derechos de los niños, niñas y adolescentes

Tabla 1: Datos de identificación de los jóvenes ciberactivistas.

Posteriormente, se realizó una clasificación de los jóvenes ciberactivistas acorde a la causa que persiguen. Se logró identificar que el perfil de dos jóvenes activistas coincide con el mismo objetivo sobre la lucha de los derechos de la mujer. Así mismo, se identifican otras causas como: derechos sexuales y derechos de los niños (Tabla 2).

Causa	Categoría	Tipo	Nombre del Perfil de Facebook
Derechos de las mujeres	ciberactivismo	Participación social	Diana Aviles Cecilia Fernández
Derechos sexuales e identidad de género	ciberactivismo	Participación social	Danito López Rodríguez Betsuly
Derechos de los niños, niñas y adolescentes	ciberactivismo	Participación social	Yoltic Aguilar

Tabla 2. Identificación de las causas

A continuación, se presenta las capturas de pantalla sobre la observación realizada en una temporalidad diciembre 2018 a febrero 2019 en los perfiles de Facebook de los jóvenes ciberactivistas, las cuales permiten darse cuenta que las causas presentadas en algunos casos han derivado en acciones sociales en favor del objetivo que persiguen, así mismo, esta participación social en el tema que le interesa ha llevado al joven a mostrar su identidad tanto en el espacio virtual como

en el real, ya que sin temor a ser restringido, los jóvenes dan a conocer su causa a través de publicaciones, imágenes, e incluso son parte de eventos en el espacio real con el fin de que otras personas se puedan sentir parte de la misma causa.

Nombre del perfil: Cecilia Fernández



Cecilia Fernández Ortiz
4 de septiembre de 2018 · 🌐

👍❤️ 2

🔗 Compartir

<https://www.facebook.com/CeecyFdz>

Cecilia Fernández Ortiz
12 de diciembre de 2018 · 🌐

"Los movimientos de mujeres, sus luchas, sus consignas y movilizaciones lideran la batalla por los derechos humanos. Las marchas que piden por aborto legal y Justicia, las que gritan contra los femicidios y los abusos, las que se oponen a las tiranías, las que demandan igualdad, las que piden trabajo han estado encabezadas por mujeres."

#Sevacaer 🍀🍀🍀🍀



CLARIN.COM

Informe de Amnistía: 2018, el año marcado por las luchas de las mujeres en todo el mundo

<https://www.facebook.com/CeecyFdz>

Nombre del perfil: Diana Aviles



Diana Aviles

11 de febrero a las 13:24 · 🌐

Yo amo mi cuerpo, yo me cuido!, 💜❤️😘
Son bien bonitas



YOUTUBE.COM

Yo amo mi cuerpo, Yo me cuido

Camapaña organizada por la Red de mujeres y hombres que promueven los derechos sexuales y reproductivos en el estado de Hidalgo....



👍❤️ 8

1 vez compartido

<https://www.facebook.com/diana.aviles.14>



Diana Aviles compartió una publicación.

1 de febrero a las 19:51 · 🌐



<https://www.facebook.com/diana.aviles.14>

Nombre del perfil: Rodríguez Betsuly



Rodríguez Betsuly compartió una publicación.

Ayer a las 06:28 · 🌐

Quieren hablar de acciones rumbo a la justicia social? El acceso al aborto legal, seguro y gratuito en Hidalgo es una deuda con las Mujeres.



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011417998214>



Marea Verde Hgo está con Flor Ibarra y Carmina Orta.

20 de febrero a las 22:22 · 🌐

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011417998214>



Rodríguez Betsuly compartió una publicación.

13 de febrero a las 14:06 · 🌐

Hoy hasta las tres de la tarde en plaza independencia en el reloj de Pachuca, pruebas rápidas para detectar VIH, condones femeninos y masculino, píldoras de anticoncepción de emergencia y mucha información Secretaría de Salud de Hidalgo #TransgeneroHidalgo Ddeser Hgo

Día Internacional del Condón



Usarlos, es una acto de AMOR PROPIO



Ddeser Hgo

13 de febrero a las 13:20 · 🌐

Me gusta esta página

El autocuidado es una decisión personal. Recuerda que existen condones internos y externos, los cuales son gratuitos en cualquier unidad de salud.

No dejes en manos de otras personas lo que quieres que pase con tú cuerpo.

#DiaInternacionalDelCondón

Nombre del perfil: Danito López



Danito López está con Almis Nay P Martinez.

2 de octubre de 2018 · 🌐

Si al ver esta imagen y nada viene a tu mente, consciencia... Algo pasa con la memoria, la disidencia...

A cincuenta, y a cuatro años... Muchos ya han nublado de sus mentes estos hechos...

#Niperdón #Niolvido #Nuncamás #43Ayotzi #68MovEstudiantil



👍👎👏 35

120 veces compartido

<https://www.facebook.com/dannygal.hsh>



Danito López 😊 se siente agradecido y bendecido.

8 de noviembre de 2018 · 🌐

Las y los espero mañana... En #Polideportivo #UAEH antes de las 3 de la tarde.

En: Ciudad del Conocimiento, Pachuca-Tulancingo Km. 4.5, Carboneras, 42184 Hgo.



👍👎👏 35

6 comentarios 18 veces compartido

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir



Lolh Canul Apenas me enteré que dan una materia llamada "sexualidad responsable"... Qué bueno que vas para allá.

Me gusta · Responder · 15 sem



Nkáoul Louída Excelente 🎵 1

Me gusta · Responder · 15 sem

Nombre del perfil: Yoltic Aguilar

 **Yoltic Aguilar** actualizó su foto del perfil. 9 de enero · 🌐

#PortosDerechosdeNiñasNiñosyAdolescentes

📷: Emily Daniela



👍❤️ 114 4 comentarios

🔗 Compartir

 **Lilian Estañol Corona** Te echamos todas las porras Yoltic 🙌🙌🙌
6 sem 1

<https://www.facebook.com/yoltic.aguilar.mx>

Después, de realizar una observación de los perfiles de los jóvenes activistas bajo una temporalidad diciembre 2018 a febrero 2019 se explicarán las siguientes categorías, las cuales como ya se mencionó anteriormente surgen de este análisis etnográfico que se ha llevado desarrollando a lo largo de este proyecto.

1.- El uso del escenario digital

Las redes sociales digitales son escenarios alternativos que posibilitan la interacción social, donde un grupo de personas se involucran con un mismo objetivo o causa generan a través de relaciones comunicativas-dialógicas una comunidad virtual o redes ciudadanas. Estas comunidades virtuales se tejen en el ciberespacio creando una nueva cultura de participación que empoderar al usuario al participar dentro de estos espacios digitales.

Esta participación social de los ciudadanos/usuarios se puede generar a través de organizaciones formalmente constituidas y no formalmente constituidas. Como se mencionó anteriormente, en esta investigación se mapeo las organizaciones formalmente constituidas dentro del Estado de Hidalgo con presencia en redes sociales digitales y en específico aquellas que utilicen la red social digital Facebook. Por lo que durante el desarrollo de esta investigación se les preguntó a algunas Organizaciones sociales en el estado de Hidalgo ¿Por qué utilizan Facebook para darse a conocer?

“Usamos Facebook por el nivel de influencia que tiene hoy día, además de la cantidad de usuarios que tiene. Hay algunas personas que también usan Twitter o instagram, pero casi todos tenemos Facebook y es por eso que es la que elegimos” (Marea Verde Hgo, 2019).

“Porque en esta red, Facebook, hay grupos de personas a las que nos interesa llegar” (Ddeser Hidalgo, 2019).

“Utilizamos Facebook con tres objetivos principales: informar a la comunidad que nos sigue sobre lo que estamos haciendo e invitamos a eventos; también como un espacio de denuncia de los temas prioritarios en derechos humanos y finalmente como un canal de comunicación con la población” (SEIINAC, 2019).

Ante las aseveraciones que comparten las fundaciones más el abordaje teórico de este proyecto, podemos concluir que Internet juntamente con las redes sociales digitales abren nuevas posibilidades comunicativas que primeramente le permiten a las organizaciones sociales y jóvenes activistas participar libremente en el ciberespacio sin filtros ni restricciones, cabe resaltar que estas participaciones tienen impacto tanto en lo virtual como en lo real, ya que como menciona Lévy (1997) la frontera entre lo real y lo virtual cada vez resulta más borrosa.

Así mismo Internet es un espacio de autonomía donde se puede seguir una lucha, ideología o causa empoderando al usuario/ciudadano a favor de los intereses que persigue, ya que sus múltiples bondades le permiten comunicarse en tiempo real con otras personas sin importar espacio geográfico, es decir, Internet no sólo aloja a las organizaciones sociales, sino que les brinda el espacio propicio para su desarrollo. También, se forma una comunidad virtual con personas que piensan similarmente y a través de comentarios o publicaciones se adhesiones a una misma causa (derechos humanos, derechos de la mujer, derechos sexuales...) formando redes de relaciones personales en el ciberespacio.

Finalmente, se concluye que Facebook es la red social favorita no sólo en el mundo, sino en México y por ende también en el estado de Hidalgo, ya que por sus beneficios y los cambios sociales que estamos viviendo, instituciones gubernamentales, instituciones no gubernamentales y personas han decidido emigrar a Facebook, ya que como menciona Castells (2014) todas las actividades humanas se desarrollan en estas plataformas virtuales que han abierto nuevos escenarios digitales que hacen posible visibilizar el contenido que se quiera transmitir a toda la sociedad en general.

2.- Procesos de relación

A través del proceso etnográfico realizado a los jóvenes ciberactivistas se observa que su participación activista la realizan a través de sus publicaciones, imágenes y eventos que comparten a través desde su perfil de Facebook y dentro de esta plataforma se tejen diversas relaciones entre ellos, a lo que surge la siguiente pregunta durante el presente trabajo ¿Qué procesos de relación genera este tipo de participaciones en Facebook?

Primeramente, se logró observar que los jóvenes comparten en su mayoría publicaciones, imágenes, vídeos, invitaciones a eventos, notas periodísticas de la causa que les apasiona (derechos de la mujer, derechos sexuales, derechos de los niños) de manera pública, es decir, su objetivo es que no sólo la red de amigos que tiene en su plataforma virtual se entere de su participación, sino que llegue a toda la sociedad en general que acceda a Facebook a través del efecto red.

Es importante mencionar que en Facebook se tejen amistades entre conocidos y desconocidos, ya que como menciona De Ugarte (2007) las redes sociales consisten en la creación de vínculos entre las personas para cumplir distintos fines, a través de lazos que se dan a través de esta sociabilización mediada por un dispositivo tecnológico. Estos lazos de amistad se aumentarán a través del efecto red, es decir, entre más miembros tiene la red de usuarios más valor tiene para un no miembro pertenecer a ella.

También se menciona que Facebook es la red social con más usuarios en todo el mundo, es por ello que las asociaciones civiles y jóvenes activistas deciden mostrarse este escenario digital, ya que el efecto red le permite llegar a más y más usuarios, dar a conocer sus causas y adhesiones de usuarios que se sientan identificados con sus objetivos y formen parte de su comunidad virtual.

Así mismo, como menciona (García, 2016) gracias a la hiperconectividad de las páginas y perfiles dentro de Facebook, es decir, que las páginas y perfiles que tienen relación se van enlazando unas a otras les permite a los jóvenes activistas replicar con gran facilidad sus publicaciones, eventos, vídeos y relacionarse con otras causas que persiguen el mismo objetivo.

En definitiva, las bondades que posee las plataformas virtuales, como Facebook, les da las herramientas a los activistas para mostrarse en el ciberespacio con una facilidad de propagación y generando nuevas posibilidades de participación, así como llegar a audiencias más grandes sin ninguna restricción.

3.- Tipos de usuarios

Los usuarios constituyen uno de los principales elementos que conforman el sentido de las redes sociales digitales, debido a que el papel activo de los cibernautas supone una de las principales modificaciones que ha traído consigo las nuevas tecnologías y el Internet. Es a través de las plataformas virtuales se ofrece un proceso de comunicación mediado por el ordenador, menos homogéneo y más disperso, pues en cuestión de minutos una noticia, una publicación o un meme atraviesa el mundo, logrando conectar a millones de personas que siguen el fenómeno de forma activa, pues estas plataformas les permiten distribuirlo, modificarlo, comentarlo o simplemente seguirlo.

En cuanto a este proceso de comunicación que ha tenido una resignificación con la llegada de los medios digitales como menciona López (2005) en estos escenarios virtuales ya no hay distinción entre emisor y receptor puesto que existe un intercambio recíproco entre emisor y receptor, surgiendo así lo que se le conoce como *prosumer*, es decir, usuarios muy activos que contribuyen con distintas aportaciones a la Red, bien creando sus propios contenidos, o participando en la ampliación, selección, distribución, edición o modificación de contenidos ajenos.

Sin embargo, el *prosumer* no es el único tipo de usuario que surge dentro del ciberespacio, ya que según Martínez (2005) se pueden clasificar según el rol que desempeñan en su relación que desempeñan con los contenidos en usuarios lectores y usuarios productores que en realidad son *prosumer*.

Los usuarios lectores son aquellos que se conectan y realizan principalmente actividades de búsqueda, de consulta y de lectura de determinados contenidos, pero que no contribuyen con sus propias aportaciones a la Red. Pese a ello, no pueden ser considerados usuarios pasivos, ya que pasan gran cantidad de tiempo desplazándose en el ciberespacio a través de enlaces y páginas.

En cuanto esta clasificación de los usuarios que presenta Martínez (2005) y los jóvenes activistas observados durante este proceso se logró identificar que en su mayoría los activistas no crean sus imágenes, sino más bien la comparten de las páginas de otras fundaciones a las que siguen o con las que participan.

En su mayoría, cuando los jóvenes activistas comparten una imagen o vídeo realizan una ampliación de éste, ya que lo editan compartiendo su propio punto de opinión con la causa que lo identifica. Esto es posible gracias a que el mensaje, que se transmite, resulta ser bilateral y democratizado, es decir, existe una homogenización ya que el mensaje se construye entre los miles de usuarios que utilizan Facebook y les interesa seguir la causa. De esta forma no sólo existe un mensaje sino una resignificación de todos aquellos que lo quieren dar a conocer logrando viralizarlo con rapidez y convirtiéndolo en un mega mensaje, una ventaja más de las redes sociales al lograr involucrar a todos los usuarios en ese mensaje.

El mensaje que comparten los usuarios de las redes virtuales, tiene su retroalimentación al instante, pues una ventaja que ofrece las redes sociales es la inmediatez con la que viaja la información, por eso en cuestiones de segundos a través de las notificaciones que ofrecen estas plataformas podemos contestar este mensaje y lograr una retroalimentación inmediata.

En cuanto a la retroalimentación que reciben los jóvenes activistas por su publicación, se observa que hay personas que nuevamente comparte el mensaje, logrando que este se replique y llegue a más y más personas. En cuanto a los comentarios, en su mayoría son de apoyo por labor que realizan, así como de identificación con la causa que se persigue. Sin embargo, muchas publicaciones que se realizan se pueden encontrar sin ningún comentario.



ALDIANOTICIAS.MX

Seiinac diseñó herramienta para crear programas municipales de protección a menores - Al Día Noticias



66

5 comentarios 9 veces compartido



Me gusta



Comentar



Compartir



Leyla Chávez Arteaga ¡Ustedes hacen gran trabajo! ¡Son admirables!

Me gusta · Responder · 1 sem



1



Diana Aviles respondió · 1 respuesta



Ghoster Lmk ¡Felicidades! 🥳👏👏 1

Me gusta · Responder · 1 sem



Piitre PraLo Muchas felicidades Flaquita 🍌🍌🍌🍌 1

Me gusta · Responder · 1 sem



Reyna López Felicidades Seiinac. Ustedes si que trabajan con profesionalismo, compromiso y coherencia.

Me gusta · Responder · 5 d



1

<https://www.facebook.com/diana.aviles.14>

Finalmente, el canal es medio por donde viaja el mensaje, en el caso de esta investigación son las redes virtuales, las cuales han logrado convertirse en boom desde su llegada por las posibilidades que le ofrece al activismo digital de defender la causa con la que se siente identificado cada joven y resulta ser el canal idóneo para su fácil replicación.

Cabe destacar que atravesamos un momento de oportunidad, que no se tuvo en otros tiempos, donde la comunicación es inmediata y masiva, donde los usuarios

tienen la posibilidad de controlar la información logrando una mayor difusión de sus mensajes. Las redes digitales han roto las barreras del tiempo y del espacio, generando una nueva forma de comunicación imprescindible en la vida.

Estas plataformas digitales cumplen con informar a cualquier persona que este conecta a Internet a través de un ordenador o dispositivo móvil, al igual que entretienen, unen vidas, difunden causas, crean comunidades, son punta de lanza para detonar movimientos y ciberactivismo.

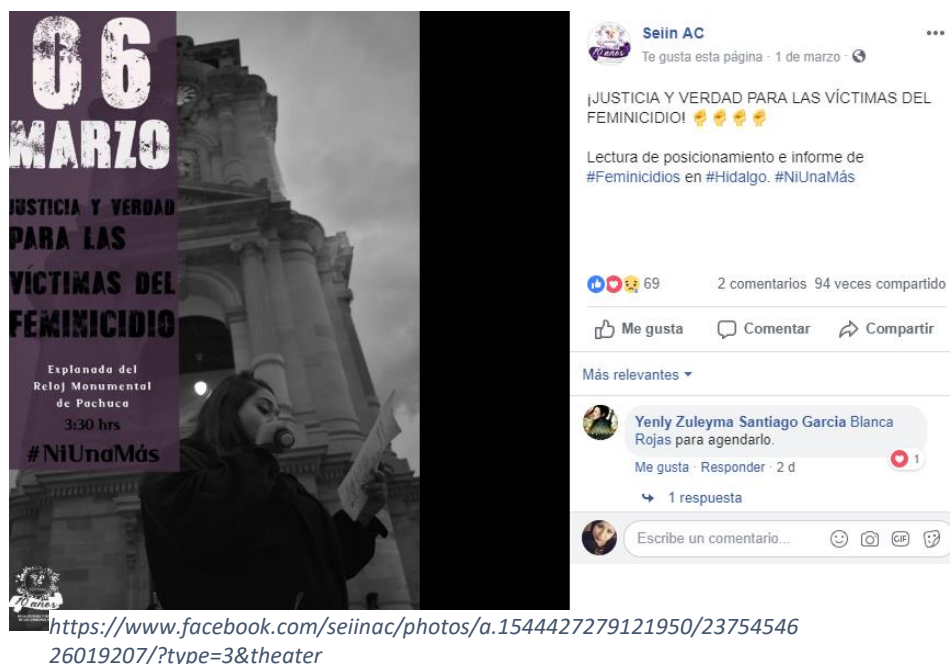
4.- Comportamientos y la participación política y social

Internet y las redes virtuales han abierto nuevas formas y canales de participación a los usuarios, logrando crear ciudadanos más activos en lo que acontece a su alrededor e incluso dirigir su participación en la Red a favor de un cambio social y político. Una nueva forma de participación dentro de las plataformas virtuales es el ciberactivismo, cuya actividad trasciende la dimensión geográfica, convocando movilizaciones desde el ciberespacio y teniendo repercusiones reales y favorables en el ámbito social, político y económico de los ciudadanos.

Según De Ugarte (2007) los cibernautas hacen ciberactivismo cuando publicamos en Facebook o Twitter buscando que los que los demás cibernautas nos leen y compartan la misma publicación, un meme o un video, también cuando enviamos un e-mail o un SMS a otras personas con la esperanza de que se comparta el mensaje, generando un mega mensaje. Entonces, es a través de este mega mensaje que se comparte en las plataformas virtuales que se puede llegar al punto máximo del ciberactivismo: la protesta, movilización o marcha en un escenario real, donde se materializa lo que ya se había externado a través de las redes virtuales (Cortes y Garzón, 2017).

En cuanto a los perfiles de los jóvenes ciberactivistas se puede observar claramente que Cecilia Fernández, Diana Aviles y Rodríguez Betsuly comparten invitaciones a

eventos sobre la lucha que persiguen (derechos de las mujeres y derechos reproductivos) donde el activismo llega a su punto máximo a través de una protesta, caminata o rodada ciclista. Este híbrido entre el terreno virtual y real Castells (2012) lo denomina el tercer espacio, un espacio que se construye a través de las interacciones entre el espacio de los flujos y el espacio de los lugares reales.



Es así como este punto máximo de movilizaciones se lleva a cabo en plazas emblemáticas, y en el caso de Pachuca, Hidalgo se observó que los llamados que se han hecho a través de Facebook se materializan en el Reloj Monumental y Plaza Juárez, ambas son las dos plazas más emblemáticas de la bella capital Hidalguense.

Se observa que los activistas y asociaciones civiles hacen llamados a través de eventos e imágenes a favor de causas como: ni una más, a favor del aborto y derechos sexuales donde a través de la fácil difusión que tiene Facebook llega a miles de personas que se identifican con la causa que persiguen y finalmente se reúnen en un espacio público como los ya mencionados.

Cuando se llevan a cabo estas marchas, rodadas o caminatas convocadas a través de Facebook se logra juntar a un número de personas que se identifican con la misma causa se genera tanto una acción colectiva que comparte la misma identidad donde un grupo de individuos reunidos con el propósito común de expresar el descontento sentido subjetivamente de forma pública y de cambiar los que se perciben como los fundamentos sociales y políticos de tal descontento y que según Diani, (2015) comparte las mismas creencias y un mismo sentido de pertenencia al mismo.

Bajo este tenor Melucci expone acerca de los actores colectivos que participan dentro del activismo los se encuentran en las mismas redes de grupo e individuos, comparten una cultura conflictiva, es decir, demandan los mismos bienes o valores y por ende comparten una misma identidad colectiva (Diani, 2015).

Es importante mencionar, que los jóvenes activistas observados durante esta investigación se identifican con la causa que persigue y lo expresan a través de su presentación general en Facebook al autodenominarse como: “Activistas” de la causa que defienden y ser parte de esas marchas y protestas en el espacio real y virtual. Así mismo, las publicaciones que comparten presentan un descontento con un problema social que atañe a la sociedad actual y que según González y Becerra (2016) a través de compartir publicaciones, convocatorias en el activismo que realizan buscan el cambio de mentalidad de las personas y transformación de la conciencia que, en ocasiones, puede desencadenar movilizaciones e incluso cambios de leyes.

Por último, es importante destacar que no todas las movilizaciones, promovidas por el ciberactivismo conducen a la misma acción, en algunos casos los activistas tan solo se limitarán a mantenerse en terreno virtual (Cortes y Garzón, 2017).

En conclusión, las redes sociales digitales les han permitido a los jóvenes activistas participar activamente en las luchas sociales que los identifican y de las cuales se siente parte, ya que lo expresan tanto en su Facebook a través de publicaciones,

vídeos y convocatorias que se materializan en marchas, rodadas, caminatas en plazas emblemáticas de la ciudad de Pachuca, Hidalgo esperando lograr un cambio de conciencia en todas personas que observan lo que comparten y en el Estado.

5.- Prácticas y hábitos ciberculturales en los jóvenes

Los jóvenes son los usuarios que más pasan tiempo frente a un dispositivo tecnológico, ya que al ser nativos digitales que han nacido en medio de pantallas táctiles, velocidad en la conexión y no conciben el día sin Internet, su día a día la pasan entre ventanas y clics en los medios virtuales combinando la vida real como una ventana más.

Dado que todos los cibernautas, en su mayoría jóvenes, pasan más de un tercio de su vida mediados por un dispositivo tecnológico que traspasa todo evento y actividad humana ha emergido una nueva cultura digital o también llamada cibercultura.

Donde en medio de esta revolución cibercultural, Lev Manovich (2005) afirma que la computadora y lo digital dejó de ser un instrumento tecnológico para convertirse en un filtro de cultura.

Esta cultura ha modificado hábitos y prácticas, debido a que todo lo que se ve en las redes sociales digitales: imágenes, videos, memes, música, publicaciones es cultura digital y según Lévy (1997) no es posible entender las tecnologías separadamente de la sociedad y la cultura, ya que es producto de un sistema social y cultural.

Entonces, se puede afirmar que todo lo que observan, crean y comparten los jóvenes a través de Facebook es cibercultura, la más grande mutación de la cultura, donde todos están conectados a través de nodos y se puede aportar contenido libremente en el ciberespacio.

Es así, como los jóvenes activistas al compartir imágenes, videos y publicaciones de la lucha que persiguen son parte de sus hábitos y prácticas ciberaculturales, ya que el uso de estos elementos es parte de las actividades que realizan diariamente, ya que en su mayoría los jóvenes publican contenido diariamente, entre 4 y 6 veces al día. Al realizar publicaciones diariamente, en cualquier lugar, ya forma parte de sus hábitos diarios, ya que se identifican con las redes sociales digitales, por ser parte de la sociedad de la información y construyen colectivamente el ciberespacio que les da la posibilidad de ejercer su opinión sin ninguna restricción.

Por último, mencionar que los hábitos y prácticas ciberaculturales irán evolucionando a la par que lo hace la tecnología y la sociedad, ya que estos procesos se siguen definiendo y van de la mano.

6.- Relaciones sociales

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, es verdad, que las redes sociales siempre han existido donde se ha tejido una cultura, sin embargo, anteriormente estas redes estaban mediadas por la cercanía física o quizá por una afinidad consanguínea o ideológica, pero con la llegada de Internet se generan nuevos lazos sociales sin importar las fronteras físicas a través de los medios digitales permeando nuevas prácticas y hábitos ciberaculturales.

Castells (2014) llama a esta nueva forma de relacionarse: la sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de Internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales.

Así mismo Castells que Facebook le da la posibilidad a los cibernautas no sólo de socializar con sus familiares o amigos cercanos, sino de interactuar masivamente, fortaleciendo la comunicación entre millones de usuarios que usen esta red social digital con los cuales comparten intereses u objetivos comunes.

Es así, como los jóvenes activistas comparten sus publicaciones con el fin de que su causa se conecte con una y otra persona que se sienta identificada por el mismo objetivo que persigue, donde también los activistas han replicado la información y la han ampliado o modificado, debido a que Facebook le da la posibilidad a través de sus diversas herramientas de poder hacerle cambios a una publicación ya elaborada con el fin de extenderse y encontrar a más personas que compartan la misma ideología.

En este momento contemporáneo las posibilidades comunicativas que presentan las redes sociales digitales, generan un proceso participativo e interactivo vital para la organización de los jóvenes activistas a favor de una causa social (Larrondo, 2005). Así mismo Internet permite al joven activista ser parte de la cultura de la autonomía donde se le permite participar social y políticamente libremente en el ciberespacio, explotando sus habilidades de creadores de contenido para defender la causa que persiguen y así generar conciencia entre las personas que integran su red social.

En definitiva, las redes sociales digitales son nuevos canales de participación que les ha permitido a los jóvenes activistas compartir eventos, publicaciones, vídeos, notas periodísticas sobre la causa que persiguen y a través de estas prácticas y hábitos ciberculturales que realizan de manera cotidiana defiende la lucha con la que se identifican, es decir, a través del contenido que emiten en Facebook dejan ver que son parte de esa causa que los apasiona y buscan generar un cambio de conciencia en todos aquellos que los ven y escuchan. Además, Facebook resulta ser el espacio idóneo para dar a conocer su causa, ya que todas las ventajas que posee le permiten replicar la información rápidamente y permite fortalecer su red social.

ANÁLISIS ETNOGRÁFICO VIRTUAL

Después, de realizar la observación de los perfiles de los jóvenes activistas bajo una temporalidad diciembre 2018 a febrero 2019 se explicarán las siguientes categorías, las cuales como ya se mencionó anteriormente surgen de este análisis etnográfico que se ha llevado desarrollando a lo largo de este proyecto.

1.- El uso del escenario digital

Las redes sociales digitales son escenarios alternativos que posibilitan la interacción social, donde un grupo de personas se involucran con un mismo objetivo o causa generando a través de relaciones comunicativo-dialógicas una comunidad virtual o redes ciudadanas. Estas comunidades virtuales se labran en el ciberespacio creando una nueva cultura de participación que empoderan al usuario al participar dentro de estos espacios digitales.

Esta participación social de los ciudadanos/usuarios se puede generar a través de organizaciones formalmente constituidas y no formalmente constituidas. Como se mencionó anteriormente, en esta investigación se mapeo las organizaciones formalmente constituidas dentro del Estado de Hidalgo con presencia en redes sociales digitales y en específico aquellas que utilicen la red social digital Facebook. Por lo que durante el desarrollo de esta investigación se les preguntó a algunas Organizaciones sociales en el estado de Hidalgo ¿Por qué utilizan Facebook para darse a conocer?

“Usamos Facebook por el nivel de influencia que tiene hoy día, además de la cantidad de usuarios que tiene. Hay algunas personas que también usan Twitter o instagram, pero casi todos tenemos Facebook y es por eso que es la que elegimos” (Marea Verde Hgo, 2019).

Facebook interface showing a message conversation with Marea Verde Hgo. The header includes a search bar, the name "Marea Verde Hgo", and navigation options "Inicio" and "Crear". The profile information states "A 533 personas les gusta esto, incluidos Georgina Ortega y un amigo" and "Sitio web de salud y bienestar".

The message history includes:

- 26 FEB 2019 11:31: "Hola, buenos días. Realizó una investigación escolar sobre el activismo en redes sociales digitales, es por ello que me gustaría hacerles la siguiente pregunta: ¿Por qué utilizan facebook para darse a conocer a los demás? De antemano, muchas gracias y ojalá me pudieran responder."
- 27 FEB 2019 23:27: "Hola Eli! Gracia.apor acercarte. Te contamos que usamos FB por el nivel de influencia que tiene hoy día, además de la cantidad de usuarios que tiene. Hay algunas personas que también usan Twitter o instagram, pero casi todos tenemos FB y es por eso que es la que elegimos 😊"
- 28 FEB 2019 12:11: "muchísimas gracias por su respuesta"

The bottom of the interface shows a text input field "Escribe un mensaje..." and a row of icons for attachments, GIFs, emojis, voice recording, photo, and thumbs up.

<https://www.facebook.com/messages/t/MareaVerdeHgo>

<https://www.facebook.com/messages/t/ddeserh>

Facebook interface showing a message conversation with Ddeser Hgo. The header includes a search bar, the name "Ddeser Hgo", and navigation options "Inicio" and "Crear". The profile information states "A 4.1 mil personas les gusta esto, incluidos Saya Ct y 10 amigos" and "Organización no gubernamental (ONG)".

The message history includes:

- 26 FEB 2019 11:40: "Hola, buenos días. Realizó una investigación escolar sobre el activismo en redes sociales digitales, es por ello que me gustaría hacerles la siguiente pregunta: ¿Por qué utilizan facebook para darse a conocer a los demás? De antemano, muchas gracias y ojalá me pudieran responder."
- 27 FEB 2019 00:32: "Si en 24 hrs no respondemos tus mensajes nos puedes enviar mensaje de Wass..7712022796"
- 27 FEB 2019 08:11: "Porque en esta red hay grupos de personas a las que nos interesa llegar."

The bottom of the interface shows a text input field "Escribe un mensaje..." and a row of icons for attachments, GIFs, emojis, voice recording, photo, and thumbs up.

“Porque en esta red, Facebook, hay grupos de personas a las que nos interesa llegar” (Ddeser Hidalgo, 2019).

“SEIINAC de manera institucional tiene varias redes sociales: Facebook Youtube, Instagram e Twitter. El Youtube lo utilizamos principalmente para subir videos institucionales o producciones que hemos realizado. Además, porque se ha vuelto una herramienta para subir comprobaciones de proyectos. Por ejemplo: si una financiera nos da recurso, si nos pide una evidencia en vídeo, nos pide únicamente la liga de Youtube, este es como una forma.

Actualmente el equipo está preparando una estrategia de poder grabar videos de manera más constante como tipo youtuber, para ver si esto puede tener también una influencia en las redes sociales. Pero principalmente los utilizamos porque existe un mundo virtual, además, del activismo social existe un activismo virtual, que si bien no tiene las mismas características del activismo cotidiano, que pueden ser: marchas, platones, actividades de poner el cuerpo.

En este mundo virtual se ponen las palabras, aunque muy limitadas como en el caso de Twitter o en el caso de Facebook, que puedes poner grandes cantidades de textos, pero permite que puedes dar ideas muy concretas, muy completas sobre las demandas en particular.

Te pongo el ejemplo de las ciberacciones ahora que se están haciendo por el asunto de las estancias infantiles o el tema del recorte a las asociaciones civiles, entonces han salido hashtag que puedes ver en los timelines, y que prácticamente con el hecho de poner el hashtag lo vuelve trendytopic, y eso implica que hay tendencia en Twitter.

En el caso de Facebook lo utilizamos con tres objetivos principales: informar a la comunidad o nuestros seguidores sobre lo que estamos haciendo. Publicamos los eventos que vamos a realizar, publicamos boletines de prensa, publicamos las

actividades que realizamos en lo cotidiano. También es un espacio de denuncia, hemos buscado colocar las efemérides más importantes para ir denunciando la situación, la agenda, nuestros temas prioritarios, cuáles son las demandas que tiene “SEIINAC” en particular o los asuntos que está tratando y que quiere que impacte en la definición de política pública.

Finalmente ser un canal de comunicación con la población, en este caso muchas personas que nos siguen en Facebook nos mandan mensaje directo para solicitar asesoría, para referirnos algún caso, denuncia o para que nos sumemos en con algunas actividades con ellos y ellas.

Nos parece que estas son las tres principales funciones de porqué utilizamos el Facebook, pero principalmente porque vivimos en un mundo actualmente virtual, donde gran parte de las información o gran parte de las cosas suceden, suceden en el asunto virtual. Por ejemplo, si un político o un funcionario dice algo u opina algo por medio de las redes sociales puedes refutar eso que está diciendo. Y se pueden seguir conversaciones completas, luchas completas, de ideologías desde luego o de posturas o críticas las puedes seguir por el Internet, puedes en tiempo real saber que, diciendo, que esta opinando cierta persona sobre un tema. Por eso creo que esto es lo que nos permite el activismo virtual” (SEIINAC, 2019).

Ante las aseveraciones que comparten las fundaciones más el abordaje teórico de este proyecto, se afirma que Internet juntamente con las redes sociales digitales abren nuevas posibilidades comunicativas que primeramente le permiten a las organizaciones sociales y jóvenes activistas participar libremente en el ciberespacio sin filtros ni restricciones, cabe resaltar que estas participaciones tienen impacto tanto en lo virtual como en lo real, ya que como menciona Lévy (1997) la frontera entre lo real y lo virtual cada vez resulta más borrosa.

Así mismo Internet es un espacio de autonomía donde se puede seguir una lucha, ideología o causa empoderando al usuario/ciudadano a favor de los intereses que

persigue, ya que sus múltiples bondades le permiten comunicarse en tiempo real con otras personas sin importar espacio geográfico, es decir, Internet no sólo aloja a las organizaciones sociales, sino que les brinda el espacio propicio para su desarrollo.

Internet y la Web han evolucionado a la par que lo hace la sociedad, donde el mundo avanza a pasos agigantados, al igual que las demandas sociales, siendo Internet una tecnología horizontal que permite al ciudadano participar en asuntos sociales y políticos desde su casa o en cualquier lugar con acceso a Internet. Es verdad, que en México existe una brecha digital, sin embargo, el ciberespacio crece a pasos agigantados, convirtiéndose en un espacio de lucha para todos aquellos que quieran alzar la voz y unirse a una causa de lucha.

También, dentro del ciberespacio se forma una comunidad virtual con personas que piensan similarmente y a través de comentarios o publicaciones se adhesiones a una misma causa (derechos humanos, derechos de la mujer, derechos sexuales...) formando redes de relaciones personales en el ciberespacio. Es importante mencionar que Facebook es la red social favorita no sólo en el mundo, sino en México y por ende también en el estado de Hidalgo, ya que por sus beneficios y los cambios sociales que estamos viviendo, instituciones gubernamentales, instituciones no gubernamentales y personas han decidido emigrar a Facebook, ya que como menciona Castells (2014) todas las actividades humanas se desarrollan en estas plataformas virtuales que han abierto nuevos escenarios digitales que hacen posible visibilizar el contenido que se quiera transmitir a toda la sociedad en general.

2.- Procesos de relación

A través del proceso etnográfico realizado a los jóvenes ciberactivistas se observa que su participación activista la realizan a través de sus publicaciones, imágenes y eventos que comparten a través desde su perfil de Facebook y dentro de esta

plataforma se entrelazan diversas relaciones entre ellos, a lo que surge la siguiente pregunta durante el presente trabajo ¿Qué procesos de relación genera este tipo de participaciones en Facebook?

Primeramente, se logró observar que los jóvenes comparten en su mayoría publicaciones, imágenes, vídeos, invitaciones a eventos, encuestas y notas periodísticas de la causa que les apasiona (derechos de la mujer, derechos sexuales, derechos de los niños) de manera pública, es decir, su objetivo es que no sólo la red de amigos que tiene en su plataforma virtual se entere de su participación, sino que llegue a toda la sociedad en general que acceda a Facebook a través del efecto red.

A continuación, se observa como la activista Diana Aviles comparte una encuesta sobre la despenalización del aborto, elaborada por El independiente, ampliando la encuesta con una redacción propia, la cual dice: “A ver Hidalguenses...” de esta manera, ella hace una invitación a conocer la opinión de los ciudadanos sobre este tema que a ella le interesa y con el cual se identifica por ser mujer y por defender el derecho de las mismas.



The image shows a screenshot of a Facebook post. At the top, it says "Diana Aviles compartió una publicación." followed by "11 de marzo a las 16:26". The main text of the post is "A ver Hidalguenses...". Below this is a poll from "El Independiente De Hidalgo" created on "11 de marzo a las 12:43". The poll question is "¿Está a favor de la despenalización del aborto?" with the hashtag "#encuesta". There are two options: "Sí" and "No". Below the options, it says "Esta encuesta finaliza en 2 días" and "865 votos". At the bottom of the post, there are 5 likes and 5 shares. The interaction buttons "Me gusta", "Comentar", and "Compartir" are visible at the very bottom.

<https://www.facebook.com/diana.aviles.14>

También se observó como las y los activistas invitan a sus seguidores y todos aquellos cibernautas que observen su perfil a los eventos en los cuales ellos van a participar, esto a través de imágenes, como es el caso de la activista Rodríguez Betsuly que comparte el evento de la fundación Yo te creo. Realizando el cartel publicitario con su propia redacción, la cual dice: “Allá nos vemos!! Y nos incorporamos a la marcha” con una intención de convencer, persuadir e invitar a los cibernautas a que participen en la presentación titulada “El espejo de la violencia” y posteriormente incorporarse a la marcha, todas actividades que se promueven con motivo del día internacional de la mujer. Definitivamente, se puede constatar que el llamado se realiza por Facebook, pues su fácil difusión permite realizar un ciberactivismo que concluya en el terreno real.

Rodríguez Betsuly compartió una publicación.
6 de marzo a las 19:42 · 🌐

Allá nos vemos!!
Y nos incorporamos a la marcha

**¡VIVAS NOS QUEREMOS!
¡NI UNA MENOS!**

Yo te creo

**Yo Te Creo A.C.
Por una niñez libre de
violencias sexuales**

Invitamos a todos los medios
de comunicación, actores
fundamentales en el cambio
social a la presentación
“El Espejo de la Violencia”

8 de Marzo | 16:50 hrs.
**Auditorio Ramón Noble, dentro del
Centro Cultural del Ferrocarril**

Es momento de cambiar el discurso. Ayúdanos a visibilizar la violencia machista.

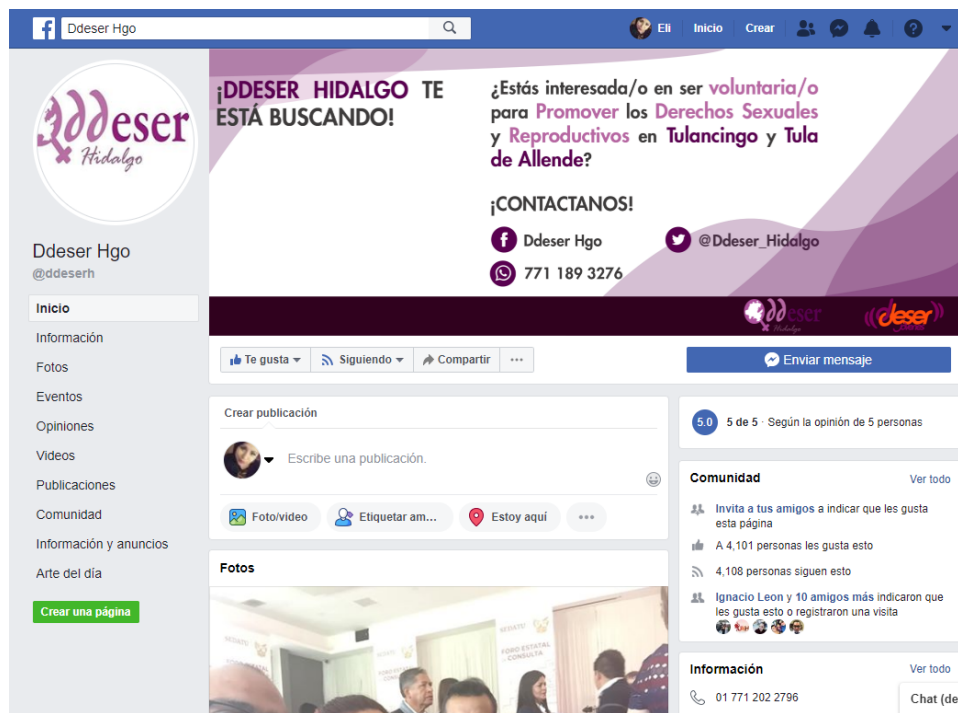
QRED
Asociación
Cambio y Justicia
Cambio y Justicia
Danza & Neurodiversidad
Creando

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011417998214>

De la misma manera es importante mencionar que en Facebook se traman amistades entre conocidos y desconocidos, ya que como menciona De Ugarte (2007) las redes sociales consisten en la creación de vínculos entre las personas para cumplir distintos fines, a través de lazos que se dan a través de esta sociabilización mediada por un dispositivo tecnológico. Estos lazos de amistad se aumentarán a través del efecto red, es decir, entre más miembros tiene la red de usuarios más valor tiene para un no miembro pertenecer a ella.

También se menciona que Facebook es la red social con más usuarios en todo el mundo, es por ello que las asociaciones civiles y jóvenes activistas deciden mostrarse este escenario digital, ya que el efecto red le permite llegar a más y más usuarios, dar a conocer sus causas y adhesiones de usuarios que se sientan identificados con sus objetivos y formen parte de su comunidad virtual.

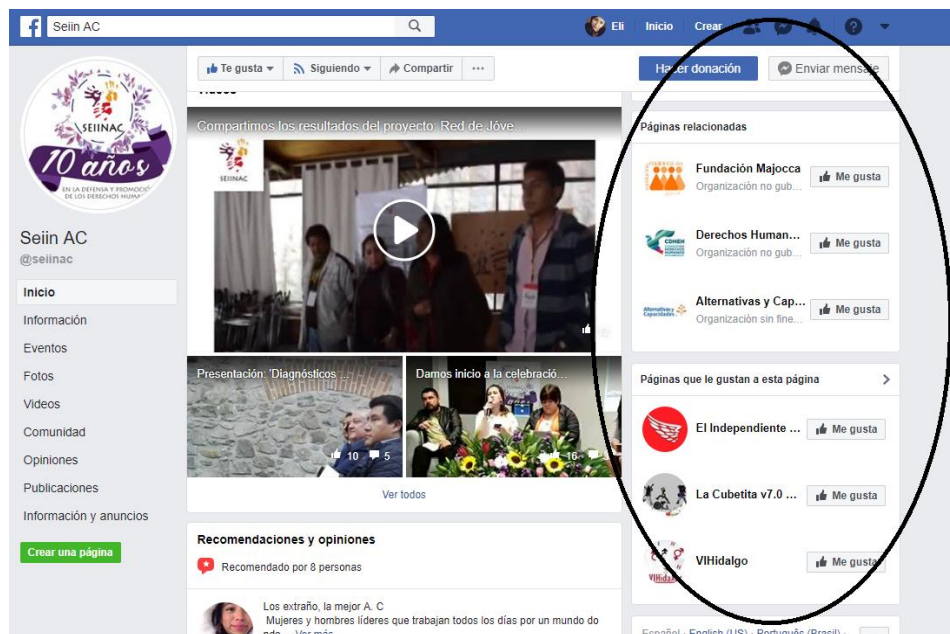
En la siguiente imagen se observa como la Fundación “Ddeser Hidalgo” busca voluntarios y promotores de los derechos sexuales, invitando a través de sus distintas redes sociales digitales (Facebook, Twitter y WhatsApp) a que todas las personas de su comunidad virtual se unan a la causa que ellos persiguen. La comunidad de Facebook de esta fundación es de 4, 108 personas que forman parte de esta comunidad, sin embargo, al estar de manera pública y ser su imagen de portada hace la invitación a todo el público en general, teniendo como intención comunicativa que llegue a una audiencia más amplia que se sienta identificado con el tema de derechos humanos.



<https://www.facebook.com/ddeserh/>

Así mismo, como menciona (García, 2016) gracias a la hiperconectividad de las páginas y perfiles dentro de Facebook, es decir, que las páginas y perfiles que tienen relación se van enlazando unas a otras les permite a los jóvenes activistas replicar con gran facilidad sus publicaciones, eventos, vídeos y relacionarse con otras causas que persiguen el mismo objetivo.

A continuación, se muestra como en la página de “SEINAC” se observan páginas relacionadas con otras fundaciones y organizaciones civiles que convergen con los mismos objetivos que ellos en Hidalgo y México. Así mismo se enlazan a través de la hiperconectividad páginas que le gustan a la Fundación. Es así como a través de estas sugerencias de búsqueda Facebook se vinculan a través de los mismos intereses y causas y permite al investigador etnográfico hacer búsquedas de otras páginas o perfiles relacionados con el tema de interés.



<https://www.facebook.com/seiinac/>

En definitiva, las bondades que posee las plataformas virtuales, como Facebook, les da las herramientas a los activistas para mostrarse en el ciberespacio con una facilidad de propagación y generando nuevas posibilidades de participación, así como llegar a audiencias más grandes sin ninguna restricción.

3.- Tipos de usuarios

Los usuarios constituyen uno de los principales elementos que conforman el sentido de las redes sociales digitales, debido a que el papel activo de los cibernautas supone una de las principales modificaciones que ha traído consigo las nuevas tecnologías y el Internet. Es a través de las plataformas virtuales se ofrece un proceso de comunicación mediado por el ordenador, menos homogéneo y más disperso, pues en cuestión de minutos una noticia, una publicación o un meme atraviesa el mundo, logrando conectar a millones de personas que siguen el fenómeno de forma activa, pues estas plataformas les permiten distribuirlo, modificarlo, comentarlo o simplemente seguirlo.

En cuanto al proceso de comunicación, éste ha tenido una resignificación con la llegada de los medios digitales, debido a que como menciona López (2005) en estos escenarios virtuales ya no hay distinción entre emisor y receptor puesto que existe un intercambio recíproco entre emisor y receptor, surgiendo así lo que se le conoce como *prosumer*, es decir, usuarios muy activos que contribuyen con distintas aportaciones a la Red, bien creando sus propios contenidos, o participando en la ampliación, selección, distribución, edición o modificación de contenidos ajenos.

Sin embargo, el *prosumer* no es el único tipo de usuario que surge dentro del ciberespacio, ya que según Martínez (2005) se pueden clasificar según el rol que desempeñan en su relación que desempeñan con los contenidos en usuarios lectores y usuarios productores que en realidad son *prosumer*.

Los usuarios lectores son aquellos que se conectan y realizan principalmente actividades de búsqueda, de consulta y de lectura de determinados contenidos, pero que no contribuyen con sus propias aportaciones a la Red. Pese a ello, no pueden ser considerados usuarios pasivos, ya que pasan gran cantidad de tiempo desplazándose en el ciberespacio a través de enlaces y páginas.

En cuanto esta clasificación de los usuarios que presenta Martínez (2005) y los jóvenes activistas observados durante este proceso se logró identificar que en su mayoría los activistas no crean sus imágenes, sino más bien la comparten de las páginas de otras fundaciones a las que siguen o con las que participan.

En su mayoría, cuando los jóvenes activistas comparten una imagen, nota periodística o vídeo realizan una ampliación de éste, ya que lo editan compartiendo su propio punto de opinión con la causa que lo identifica. Esto es posible gracias a que el mensaje, que se transmite, resulta ser bilateral y democratizado, es decir, existe una homogenización ya que el mensaje se construye entre los miles de usuarios que utilizan Facebook y les interesa seguir la causa. De esta forma no sólo existe un mensaje sino una resignificación de todos aquellos que lo quieren dar a

conocer logrando viralizarlo con rapidez y convirtiéndolo en un mega mensaje, una ventaja más de las redes sociales al lograr involucrar a todos los usuarios en ese mensaje.

A continuación, se observa como la activista Cecilia Fernández Ortiz comparte la nota periodística de elaboración propia por el sol de Tijuana sobre el aumento de asesinatos en Tijuana. Se muestra y se aclara que no es creación propia suya la nota periodística, sin embargo, la amplía con su propio punto de vista sobre el acontecimiento en cuestión de género que a ella le interesa e identifica. El poder un cibernauta opinar sobre algo que publico un medio periodístico es algo que anteriormente no se podía realizar, sin embargo, las redes sociales digitales han dado a los usuarios nuevas relaciones dialógicas y participativas en estos escenarios alternativos.



<https://www.facebook.com/CececyaFdz>

Además, el mensaje que comparten los usuarios de las redes virtuales, tiene su retroalimentación al instante, pues una ventaja que ofrece las redes sociales es la inmediatez con la que viaja la información, por eso en cuestiones de segundos a

través de las notificaciones que ofrecen estas plataformas podemos contestar este mensaje y lograr una retroalimentación inmediata.

En cuanto a la retroalimentación que reciben los jóvenes activistas por su publicación, se observa que hay personas que nuevamente comparte el mensaje, logrando que este se replique y llegue a más y más personas. En cuanto a los comentarios, en su mayoría son de apoyo por labor que realizan, así como de identificación con la causa que se persigue. Sin embargo, muchas publicaciones que se realizan se pueden encontrar sin ningún comentario.



<https://www.facebook.com/diana.aviles.14>

Finalmente, el canal es el medio por donde viaja el mensaje, en el caso de esta investigación son las redes virtuales, las cuales han logrado convertirse en boom desde su llegada por las posibilidades que le ofrece al activismo digital de defender la causa con la que se siente identificado cada joven y resulta ser el canal idóneo para su fácil replicación.

Cabe destacar que atravesamos un momento de oportunidad, que no se tuvo en otros tiempos, donde la comunicación es inmediata y masiva, donde los usuarios tienen la posibilidad de controlar la información logrando una mayor difusión de sus mensajes. Las redes digitales han roto las barreras del tiempo y del espacio, generando una nueva forma de comunicación imprescindible en la vida.

Estas plataformas digitales cumplen con informar a cualquier persona que este conecta a Internet a través de un ordenador o dispositivo móvil, al igual que entretienen, unen vidas, difunden causas, crean comunidades, son punta de lanza para detonar movimientos y ciberactivismo.

4.- Comportamientos y la participación política y social

Internet y las redes virtuales han abierto nuevas formas y canales de participación a los usuarios, logrando crear ciudadanos más activos en lo que acontece a su alrededor e incluso dirigir su participación en la Red a favor de un cambio social y político. Una nueva forma de participación dentro de las plataformas virtuales es el ciberactivismo, cuya actividad trasciende la dimensión geográfica, convocando movilizaciones desde el ciberespacio y teniendo repercusiones reales y favorables en el ámbito social, político y económico de los ciudadanos.

Según De Ugarte (2007) los cibernautas hacen ciberactivismo cuando publicamos en Facebook o Twitter buscando que los demás cibernautas nos lean y compartan la misma publicación, un meme o un video, también cuando enviamos un e-mail o un SMS a otras personas con la esperanza de que se comparta el mensaje, generando un mega mensaje. Entonces, es a través de este mega mensaje que se comparte en las plataformas virtuales que se puede llegar al punto máximo del ciberactivismo: la protesta, movilización o marcha en un escenario real, donde se materializa lo que ya se había externado a través de las redes virtuales (Cortes y Garzón, 2017).

En cuanto a los perfiles de los jóvenes ciberactivistas se puede observar claramente que Cecilia Fernández, Diana Aviles y Rodríguez Betsuly comparten invitaciones a eventos sobre la lucha que persiguen (derechos de las mujeres y derechos reproductivos) donde el activismo llega a su punto máximo a través de una protesta, caminata o rodada ciclista. Este híbrido entre el terreno virtual y real Castells (2012) lo denomina el tercer espacio, un espacio que se construye a través de las interacciones entre el espacio de los flujos y el espacio de los lugares reales.



<https://www.facebook.com/seiinac/photos/a.1544427279121950/2375454626019207/?type=3&theater>

Es así como este punto máximo de movilizaciones se lleva a cabo en plazas emblemáticas, y en el caso de Pachuca, Hidalgo se observó que los llamados que se han hecho a través de Facebook se materializan en el Reloj Monumental y Plaza Juárez, ambas son las dos plazas más emblemáticas de la bella capital Hidalguense.

En la siguiente imagen se muestra a la activista Cecilia Fernández siendo parte de llamados que se han gestado en Facebook y han terminado en el terreno real, en este caso en Plaza Juárez, en apoyo a la legalización del aborto, tema que

actualmente está causando muchas marchas, reuniones, foros en el activismo no sólo en Hidalgo sino en todo México.



<https://www.facebook.com/CeecyFdz>

También se muestra que los activistas y asociaciones civiles hacen llamados a través de eventos e imágenes a favor de causas como: ni una más, a favor del aborto y derechos sexuales donde a través de la fácil difusión que tiene Facebook llega a miles de personas que se identifican con la causa que persiguen y finalmente se reúnen en un espacio público como los ya mencionados.

Cuando se llevan a cabo estas marchas, rodadas o caminatas convocadas a través de Facebook se logra juntar a un número de personas que se identifican con la misma causa se genera tanto una acción colectiva que comparte la misma identidad donde un grupo de individuos reunidos con el propósito común de expresar el descontento sentido subjetivamente de forma pública y de cambiar los que se perciben como los fundamentos sociales y políticos de tal descontento y según Diani, (2015) comparte las mismas creencias y un mismo sentido de pertenencia al mismo. Bajo este tenor Melucci expone acerca de los actores colectivos que participan dentro del activismo los se encuentran en las mismas redes de grupo e

individuos, comparten una cultura conflictiva, es decir, demandan los mismos bienes o valores y por ende comparten una misma identidad colectiva (Diani, 2015).

Es importante mencionar, que los jóvenes activistas observados durante esta investigación se identifican con la causa que persigue y lo expresan a través de su presentación general en Facebook al autonombrarse como: “activistas” de la causa que defienden y ser parte de esas marchas y protestas en el espacio real y virtual. En la siguiente imagen se observa como la activista Rodríguez Betsuly en su presentación pública en Facebook se describe de la siguiente forma “ACTIVISTA, FEMINISTAS, con pleno conocimiento de los DERECHOS HUMANOS en específico los DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS”. Se infiere que Betsuly se siente plenamente identificada con el activismo y ciberactivismo que realiza tanto en Facebook como en el terreno real, ya que a lo largo de sus publicaciones se observa su participación en diferentes eventos y marchas de su interés.



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011417998214>

Así mismo, las publicaciones que comparten presentan un descontento con un problema social que atañe a la sociedad actual y que según González y Becerra

(2016) a través de compartir publicaciones, convocatorias en el activismo que realizan buscan el cambio de mentalidad de las personas y transformación de la conciencia que, en ocasiones, puede desencadenar movilizaciones e incluso cambios de leyes.

Por último, es importante destacar que no todas las movilizaciones, promovidas por el ciberactivismo conduce a la misma acción, en algunos casos los activistas tan solo se limitarán a mantenerse en terreno virtual (Cortes y Garzón, 2017).

En conclusión, las redes sociales digitales les han permitido a los jóvenes activistas participar activamente en las luchas sociales que los identifican y de las cuales se siente parte, ya que lo expresan tanto en su Facebook a través de publicaciones, vídeos y convocatorias que se materializan en marchas, rodadas, caminatas en plazas emblemáticas de la ciudad de Pachuca, Hidalgo esperando lograr un cambio de conciencia en todas personas que observan lo que comparten y en el Estado.

5.- Prácticas y hábitos ciberculturales en los jóvenes

Los jóvenes son los usuarios que más pasan tiempo frente a un dispositivo tecnológico, ya que al ser nativos digitales que han nacido en medio de pantallas táctiles, velocidad en la conexión y no conciben el día sin Internet, su día a día la pasan entre ventanas y clics en los medios virtuales combinando la vida real como una ventana más.

Dado que todos los cibernautas, en su mayoría jóvenes, pasan más de un tercio de su vida mediados por un dispositivo tecnológico que traspasa todo evento y actividad humana ha emergido una nueva cultura digital o también llamada cibercultura.

Donde en medio de esta revolución cibercultural, Lev Manovich (2005) afirma que la computadora y lo digital dejó de ser un instrumento tecnológico para convertirse en un filtro de cultura.

Esta cultura ha modificado hábitos y prácticas, debido a que todo lo que se ve en las redes sociales digitales: imágenes, videos, memes, música, publicaciones es cultura digital y según Lévy (1997) no es posible entender las tecnologías separadamente de la sociedad y la cultura, ya que es producto de un sistema social y cultural.

Entonces, se puede afirmar que todo lo que observan, crean y comparten los jóvenes a través de Facebook es cibercultura, la más grande mutación de la cultura, donde todos están conectados a través de nodos y se puede aportar contenido libremente en el ciberespacio.

En la siguiente imagen se observa a Yoltic Aguilar, activista que defiende los derechos de la infancia y la adolescencia, compartiendo a través de su Facebook su participación en el evento de la Fundación Red de jóvenes políticos de las Américas-Hidalgo. Esta participación social activa con la cual Yoltic se siente identificado la comparte en su Facebook, plataforma que usa diariamente para compartir sus ideales como parte sus hábitos y prácticas que se han impregnado a su cultura como individuo que forma parte de la sociedad de la información, donde todo está conectado por la tecnología, y al compartir una foto, imagen es parte de las actividades diarias que realizan los jóvenes activistas.



<https://www.facebook.com/yoltic.aguilar.mx>

Es así, como los jóvenes activistas al compartir imágenes, videos y publicaciones de la lucha que persiguen son parte de sus hábitos y prácticas ciberculturales, ya que el uso de estos elementos es parte de las actividades que realizan diariamente, ya que en su mayoría los jóvenes publican contenido diariamente, entre 4 y 6 veces al día. Al realizar publicaciones diariamente, en cualquier lugar, ya forma parte de sus hábitos diarios, ya que se identifican con las redes sociales digitales, por ser parte de la sociedad de la información y construyen colectivamente el ciberespacio que les da la posibilidad de ejercer su opinión sin ninguna restricción.

También, mencionar que los hábitos y prácticas ciberculturales irán evolucionando a la par que lo hace la tecnología y la sociedad, ya que estos procesos se siguen definiendo y van de la mano.

6.- Relaciones sociales

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, es verdad, que las redes sociales siempre han existido donde se ha tejido una cultura, sin embargo, anteriormente estas redes estaban mediadas por la cercanía física o quizá por una afinidad consanguínea o ideológica, pero con la llegada de Internet se generan nuevos lazos sociales sin importar las fronteras físicas a través de los medios digitales permeando nuevas prácticas y hábitos ciberculturales.

Castells (2014) llama a esta nueva forma de relacionarse: la sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de Internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales.

Así mismo Castells que Facebook le da la posibilidad a los cibernautas no sólo de socializar con sus familiares o amigos cercanos, sino de interactuar masivamente, fortaleciendo la comunicación entre millones de usuarios que usen esta red social digital con los cuales comparten intereses u objetivos comunes.

A continuación, se observa la comunidad de la Fundación "SEIINAC" que tiene un total de 5, 776 seguidores y que el ciberespacio le da la posibilidad de seguir incrementado sus seguidores, a manera de seguir dando a conocer sus ideales, ya que como menciona Lévy (1997) el ciberespacio invita a todos a ser parte de él, se expande rápidamente y no se vislumbra una sobrepoblación en este terreno virtual.



<https://www.facebook.com/seiinac/>

Los jóvenes activistas comparten sus publicaciones con el fin de que su causa se conecte con una y otra persona que se sienta identificada por el mismo objetivo que persigue, donde también los activistas han replicado la información y la han ampliado o modificado, debido a que Facebook le da la posibilidad a través de sus diversas herramientas de poder hacerle cambios a una publicación ya elaborada con el fin de extenderse y encontrar a más personas que compartan la misma ideología.

En este momento contemporáneo las posibilidades comunicativas que presentan las redes sociales digitales, generan un proceso participativo e interactivo vital para la organización de los jóvenes activistas a favor de una causa social (Larrondo, 2005). Así mismo Internet permite al joven activista ser parte de la cultura de la autonomía donde se le permite participar social y políticamente libremente en el ciberespacio, explotando sus habilidades de creadores de contenido para defender la causa que persiguen y así generar conciencia entre las personas que integran su red social.

En definitiva, las redes sociales digitales son nuevos canales de participación que les ha permitido a los jóvenes activistas compartir eventos, publicaciones, vídeos, notas periodísticas sobre la causa que persiguen y a través de estas prácticas y hábitos ciberculturales que realizan de manera cotidiana defiende la lucha con la que se identifican, es decir, a través del contenido que emiten en Facebook dejan ver que son parte de esa causa que los apasiona y buscan generar un cambio de conciencia en todos aquellos que los ven y escuchan. Además, Facebook resulta ser el espacio idóneo para dar a conocer su causa, ya que todas las ventajas que posee le permiten replicar la información rápidamente y permite fortalecer su red social.

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las principales conclusiones recogidas en el presente proyecto de investigación, las cuales abarcan un recorrido por las diferentes categorías teóricas, que se consolidaron a través de un recuento del capitulado que da cuenta del esfuerzo teórico, posteriormente un trabajo práctico que se vislumbró en la metodología y análisis permitiendo dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas desde el inicio de este trabajo sobre identidad y ciberactivismo en jóvenes hidalguenses en la red social digital Facebook.

Este proyecto tiene su base en seis categorías teóricas: Internet y la cultura de autonomía, la hiperconectividad, el usuario *prosumer*, ciberactivismo e identidad, cibercultura y relaciones sociales. Todas estas categorías se han definido a lo largo del marco teórico y observado en el análisis etnográfico virtual realizado a jóvenes activistas hidalguenses. A continuación, se presentan las principales conclusiones obtenidas en cada una de estas categorías.

Desde la llegada de Internet y la World Web Wide la comunicación evolucionó a pasos agigantados cambiando el esquema de comunicación entre los cibernautas, primero llegó la Web 1.0 a la vida de los usuarios generando una convergencia tecnológica que dio paso a la Web 2.0 y con ella un paradigma participativo en donde los usuarios y las redes se entrelazan para crear el ciberespacio, un espacio para la lucha de ideales y causas por defender.

Teóricos como Castells, Hine o Lévy han sido pioneros en los estudios de Internet desde un enfoque cultural consideran a Internet como una herramienta que forma parte de la vida de las personas en donde todos los sectores de la población han sido trastocados por cambios que se han generado desde su llegada, pero principalmente los jóvenes al ser nativos digitales, son los usuarios que más se han empoderado de esta herramienta.

Internet sigue cambiando la estructura social, cultura y tecnológica y la seguirá cambiando, pues esta tecnología sigue en constante cambio, a la par que la sociedad evoluciona ésta también lo hará. Este proceso de cambios que ha presentado Internet ha dado paso a una nueva cultura, la cultura de la autonomía.

Antes de la llegada de Internet los medios tradicionales eran los encargados de influir en la percepción del público, sin que los usuarios tuvieran derecho a réplica en asuntos de la vida política y social. Sin embargo, esto cambió con la digitalización y el uso constante de Internet, ya que esta herramienta favorece la cultura de la autonomía permitiendo a los usuarios interactúan con las instituciones de la sociedad, con libertad de expresión, sin restricción ni sumisión. Es aquí donde el usuario puede participar libremente en la toma de decisiones de las políticas públicas, gestionar servicios, convertirse en productor y coautor del contenido que se publica en la Red, participar activamente en un movimiento político, activismo social y alimentar la Red de manera colectiva (Castells, 2014).

Es así, como los activistas que se observaron durante el trabajo etnográfico al ser cibernautas jóvenes que pasan grandes cantidades de tiempo en la Red, se empoderan de esta herramienta, se vuelven más autónomos con el uso cotidiano y constante de esta tecnología que les permite expresar sus causas u objetivos a través de escenarios alternativos como lo son las redes sociales digitales. Así mismo las Fundaciones y asociaciones civiles tienen presencia en estos escenarios, ya que les permite visibilizar su discurso a toda la comunidad virtual que los sigue, así como seguir sumando más voluntarios y cibernautas que se sientan identificados con las causas que pretenden.

Los y las activistas usan Internet y las redes sociales digitales para dar a conocer su discurso sobre los valores que persiguen, siendo Internet una tecnología de libre uso con una intención de comunicación global, el poder de las redes sociales digitales sostenidas por Internet les permite replicar su mensaje a todas aquellas personas que busquen la misma causa, empoderándose a través de la autonomía

que Internet les da participar en la construcción de discursos en torno al tema que les apasiona (derechos humanos, derechos sexuales, feminismo).

En definitiva, Internet y las redes sociales digitales han abierto la posibilidad de participar a los jóvenes activistas defendiendo su lucha, compartiendo su ideología a través de todos los nodos y redes que tiene Internet sin importar las barreras geográficas ni el tiempo. Alimentando ese gran universo llamado ciberespacio a través de sus aportaciones y valores donde buscan concientizar a la gente a través del ciberactivismo que realizan día a día en el perfil de Facebook que los identifica como ciberactivistas.

A raíz del boom que tiene Internet y las redes sociales digitales todas las actividades humanas, como lo son: ventas, amistades, política han migrado a estos escenarios digitales, sin ser la excepción las fundaciones y organizaciones civiles que realizan activismo social y político, las cuales promueven sus eventos, foros y valores que la une con la sociedad. A través de esta investigación se les preguntó a algunas asociaciones como lo son: “SEIINAC”, “Ddeser Hidalgo” y “Marea Verde Hgo” el motivo de tener presencia en Facebook, por lo que ambas coinciden en que este escenario digital les permite llegar a más personas, así como dar a conocer sus actividades que realizan.

En este mismo sentido, al tratar de identificar jóvenes activistas dentro del estado de Hidalgo, las fundaciones con presencia en Facebook sirvieron como fuente de datos, ya que a través de la hiperconectividad que muestra Facebook te enlaza a perfiles o páginas similares en la búsqueda lo que permitió buscar más fundaciones y activistas que participaran dentro de ellas y que además realizaran ciberactivismo propio desde su perfil de Facebook.

Es así como se puede afirmar, que Facebook es un escenario alternativo donde se crea una comunidad virtual tanto para las fundaciones como para los jóvenes activistas donde se comparten vínculos, interacciones y relaciones que no tienen lugar en un espacio físico sino en un espacio virtual sostenido por Internet. Es en

este este escenario digital que se comparten valores, intereses comunes, causas particulares y afinidades.

Así mismo, los perfiles de activistas seleccionados se observaron durante una temporalidad de diciembre 2018 a febrero 2019 a través de Facebook, donde se pudo constatar que poseen ciertas características ya que opinan, refutan o critican las conversaciones de otras instituciones gubernamentales a través del proceso dialógico que les permite las redes sociales digitales, debido a que el cambio del proceso comunicativo permite al usuario ser tanto emisor como receptor del contenido que emite.

Es importante destacar que Slimovich (2016) destaca que las redes sociales digitales han abierto nuevas formas de participación en el ámbito político, en específico en dos procesos: por un lado se habla del papel de “los líderes políticos” que inciden con sus discursos en Facebook o Twitter sin necesidad de un intermediario y la otra forma, que es la que se hace énfasis en este trabajo, es donde los cibernautas opinan de la política desde su teléfono móvil, computadora o cualquier dispositivo que tenga acceso a Internet, es decir, los ciudadanos hacen uso de los medios de comunicación con soporte digital que generan nuevas formas de participación política y activistas digitales.

A través de redes sociales digitales, como los Facebook o Twitter, el modelo de la comunicación ha cambiado, ya que el sujeto pasivo y receptor ahora se ha visibilizado y ha sufrido un ascenso en su rol de sujeto pasivo a un sujeto activo capaz de participar activamente en las diferentes plataformas, es decir, su discurso es visibilizado en el espacio público donde millones de personas de forma inmediata participan y son parte de esta nueva forma de hacer política a través de los discursos de los mismos ciudadanos que se generan en colectivo en el ciberespacio.

En este sentido, se habla de un usuario *prosumer* que resultan ser cibernautas muy activos que contribuyen con distintas aportaciones a la Red, bien creando sus

propios contenidos, o participando en la ampliación, selección, distribución, edición o modificación de contenidos ajenos.

En resultado de este usuario *prosumer* se logró identificar durante el trabajo etnográfico virtual que en su mayoría los jóvenes activistas no crean sus imágenes, sino más bien la comparten de las páginas de otras fundaciones a las que siguen o con las que participan.

Así mismo, cuando los jóvenes activistas comparten una imagen, nota periodística o vídeo realizan una ampliación de éste, ya que lo editan compartiendo su propio punto de opinión con la causa que lo identifica. Esto es posible gracias a que el mensaje, que se transmite, resulta ser bilateral y democratizado, es decir, existe una homogenización ya que el mensaje se construye entre los miles de usuarios que utilizan Facebook y les interesa seguir la causa. De esta forma no sólo existe un mensaje sino una resignificación de todos aquellos que lo quieren dar a conocer logrando viralizarlo con rapidez y convirtiéndolo en un mega mensaje, una ventaja más de las redes sociales al lograr involucrar a todos los usuarios en ese mensaje.

En cuanto a las fundaciones observadas, en su mayoría ellas si crean sus imágenes, eventos, publicaciones, sin embargo, también comparten publicaciones que les interesa dar a conocer y que les impacta en sus demandas y objetivos que persiguen. Ya que como mencionó LA Fundación “SEIINAC”, publican en Facebook las demandas que tienen en particular y que quiere que impacte en la definición de política pública.

Entonces se puede aseverar que las redes sociales digitales están visibilizando el discurso de los jóvenes activistas y fundaciones, generando nuevas formas participación, que permite incidir directamente en la política generando cambios en la sociedad. Estas nuevas formas de participación social y política mediadas por un dispositivo tecnológico que busca ser replicada con rapidez a través de un vídeo, publicación, imagen y que busca compartir una causa con la sociedad recibe el nombre de ciberactivismo.

Cuando un cibernauta participa constantemente en las redes sociales digitales a través de compartir imágenes, vídeos, notas periodistas, invitaciones a eventos con el fin de replicar la causa que le apasiona y con ello la búsqueda de concientizar a las personas realiza ciberactivismo, ya que lo realiza desde un entorno virtual como lo es Facebook para que pueda en muchas veces llegar a la máxima expresión del ciberactivismo que es una movilización o una marcha.

En el caso de esta investigación se seleccionaron a cinco jóvenes activistas, los cuales se les eligió por el alto número de publicaciones que comparten diariamente, así mismo lo realizan de manera pública desde su perfil, con la intención de que su causa se replique de manera inmediata por las redes de amigos y todo aquel que se quiera sumar a la causa que persigue.

Se observó durante esta investigación que los jóvenes activistas seleccionados siguen causas como: derechos humanos, derechos de los niños, niñas y adolescentes, derechos sexuales y reproductivos y feminismo. Dentro de los perfiles de los jóvenes activistas observados se logró constatar que en más de una ocasión ellos realizaron el llamado de convocatoria a través de un evento, imagen, vídeo para concentrarse en un espacio real, una plaza emblemática de Pachuca como lo es el Reloj Monumental o Plaza Juárez.

El ciberactivismo llega a su punto máximo a través de estas marchas y movilizaciones que convergen tanto en el espacio virtual de Facebook como en el terreno real de una marcha o movilización en Plaza Juárez o el Reloj Monumental. Este híbrido entre el terreno virtual y real Castells (2012) lo denomina el tercer espacio, un espacio que se construye a través de las interacciones entre el espacio de los flujos y el espacio de los lugares reales.

Cuando se llevan a cabo estas marchas, rodadas o caminatas convocadas a través de Facebook se logra juntar a un número de personas que se identifican con la misma causa se genera tanto una acción colectiva que comparte la misma identidad

donde un grupo de individuos reunidos con el propósito común de expresar el descontento sentido subjetivamente de forma pública y de cambiar los que se perciben como los fundamentos sociales y políticos de tal descontento y según

Diani, (2015) comparte las mismas creencias y un mismo sentido de pertenencia al mismo. Bajo este tenor Melucci expone acerca de los actores colectivos que participan dentro del activismo los se encuentran en las mismas redes de grupo e individuos, comparten una cultura conflictiva, es decir, demandan los mismos bienes o valores y por ende comparten una misma identidad colectiva (Diani, 2015).

Es importante mencionar, que los jóvenes activistas observados durante esta investigación se identifican con la causa que persigue y lo expresan a través de su presentación general en Facebook al autodenominarse como: “activistas” de la causa que defienden y ser parte de esas marchas y protestas en el espacio real y virtual. Como menciona Tabachnik (2007) el sujeto construye un personaje (avatar) que resulta ser la composición textual de su seudónimo y su imagen de perfil. Esta imagen de perfil es lo que decide mostrar el usuario en la red, que constituye un juego de ficción donde se deja ver algún rastro de la identidad del sujeto en la vida real.

Así mismo, las redes sociales digitales, otorgan la posibilidad de construir su propio yo, es decir, una identidad mediada por un dispositivo tecnológico, que permite que el cibernauta que muestre lo que más le guste de él, en este tenor, en su mayoría se presentan los jóvenes como activistas comprometidos con la lucha que persiguen dejando ver a la comunidad de Facebook que son parte de una lucha tanto en el espacio virtual como en el real.

También, se demostró a través del trabajo etnográfico que los activistas se sienten plenamente identificada con el activismo y ciberactivismo que realizan en Facebook, ya que a lo largo de sus publicaciones se observa su participación en diferentes eventos y marchas de su interés buscando que más cibernautas escuchen su causa, se unan a ella y logren concientizar a la sociedad pachuqueña. Es por ello

que se puede afirmar que su participación política y política en Facebook define su identidad digital y colectiva, ya que cuando se unen en una marcha, caminata o evento se identifican con el colectivo que persigue la misma lucha y valores.

Los dos grandes impactos que ha traído consigo Internet según Castells (2014) son los movimientos sociales y la democracia, que sin duda estos han sido posibles gracias al ciberactivismo que se logró a través de un vídeo ya se en la Primavera Árabe o en el #Yosoy132 en México, lo cual le permitió a todo el mundo que estaba enlazado con Internet conocer las luchas y ser parte de ellas, gracias a las bondades de las redes sociales digitales.

El estar conectados, las 24 horas a través de los dispositivos móviles ha dado paso a la cibercultura, que es para Lévy (1997) la mutación más grande de la cultura y donde ésta junto con la tecnología y la sociedad no se pueden separar. Así mismo, Lev Manovich (2005) afirma que la computadora y lo digital dejó de ser un instrumento tecnológico para convertirse en un filtro de cultura. Esta cultura ha modificado hábitos y prácticas, debido a que todo lo que se ve en las redes sociales digitales: imágenes, videos, memes, música, publicaciones es cultura digital.

La Asociación Mexicana de Internet (2018) afirma que los cibernautas, en su mayoría jóvenes pasan conectados 8 horas 12 minutos a Internet, donde su principal actividad es el uso de las redes sociales digitales y donde además el 64% de los cibernautas coinciden que están conectados las 24 horas desde su dispositivo tecnológico. Ante estas cifras no se puede negar que la tecnología es parte del sistema social, donde los hábitos y prácticas culturales se han trasladado a un entorno virtual, donde la realidad resulta ser una ventana más.

Los jóvenes según las estadísticas y diversos estudios son los usuarios que más pasan tiempo frente a un dispositivo tecnológico, ya que al ser nativos digitales que han nacido en medio de pantallas táctiles, velocidad en la conexión y no conciben el día sin Internet, su día a día la pasan entre ventanas y clics en los medios virtuales

combinando la vida real como una ventana más. Dado que todos los cibernautas, en su mayoría jóvenes, pasan más de un tercio de su vida mediados por un dispositivo tecnológico que traspasa todo evento y actividad humana han generado cambios en los hábitos y prácticas de un par de décadas atrás a las que ahora presenta.

Los hábitos y prácticas ciberculturales que se observaron en los jóvenes activistas son: el compartir una imagen de la causa que defienden, un vídeo de un hecho indignante, un vídeo donde ellos participan en una convocatoria, notas periodísticas sobre mujeres, derechos humanos, eventos a convocatorias que ellos re-comparten a través de su perfil de Facebook. Esto se logra gracias a que con la cibercultura los cibernautas se convierten en actores sociales preparados para utilizar los dispositivos tecnológicos que nos acercan a nuevos universos en el ciberespacio con los cuales nos encontramos conectados de forma permanente con otras personas que también siguen la misma lucha y causa.

Por lo mencionado anteriormente, a diversas actividades, como hábitos y prácticas, se les ha agregado el prefijo ciber, obedeciendo a todo lo que se lleva a cabo a través de Internet. Es decir, se habla de ciberprácticas y ciberhábitos mediados por un dispositivo tecnológico, donde los jóvenes los dentro de su quehacer cotidiano, en cualquier parte del día y lugar navegan en el ciberespacio combinándolo con su vida real. La tecnología es parte de su entorno social y cultural, no se puede separar, está presente y lo seguirá estando. Cabe destacar que ésta seguirá cambiando a la par que lo hace la sociedad y lo hace la cultura.

Así mismo, las redes sociales siempre han existido donde se ha tejido una cultura, sin embargo, anteriormente estas redes estaban mediadas por la cercanía física o quizá por una afinidad consanguínea o ideológica, pero con la llegada de Internet se generan nuevos lazos sociales sin importar las fronteras físicas a través de los medios digitales permeando una cultura digital.

Castells (2014) llama a esta nueva forma de relacionarse: la sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de Internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales. Así mismo Castells que Facebook le da la posibilidad a los cibernautas no sólo de socializar con sus familiares o amigos cercanos, sino de interactuar masivamente, fortaleciendo la comunicación entre millones de usuarios que usen esta red social digital con los cuales comparten intereses u objetivos comunes.

En definitiva, se afirma en este trabajo de investigación, que las redes sociales digitales han revolucionado la forma de comunicarse y relacionarse, también le han permitido al activismo que sólo se realizaba en las calles se haya trasladado al espacio virtual, permitiendo maximizar la causa y lograr grandes movimientos sociales que se han creado desde estos espacios virtuales. Además, con la cibercultura el ciberactivista decide acorde a los valores que persigue aquella información que desea difundir y a la cual le quiere dar transcendencia entre su círculo social virtual

También, las redes sociales digitales son nuevos canales de participación que les ha permitido a los jóvenes activistas compartir eventos, publicaciones, vídeos, notas periodísticas sobre la causa que persiguen y a través de estas prácticas y hábitos ciberculturales que realizan de manera cotidiana defiende la lucha con la que se identifican, es decir, a través del contenido que emiten en Facebook dejan ver que son parte de esa causa que los apasiona y buscan generar un cambio de conciencia en todos aquellos que los ven y escuchan. Además, Facebook resulta ser el espacio idóneo para dar a conocer su causa, ya que todas las ventajas que posee le permiten replicar la información rápidamente y permite fortalecer su red social.

Finalmente, después de un esfuerzo teórico-práctico, bajo las directrices de una metodología cualitativa se demostró que los jóvenes ciberactivistas observados a lo largo de este trabajo ciberetnográfico se sienten plenamente identificados con las

causas que defienden, haciendo visible su participación social y política en sus perfiles de Facebook con publicaciones, imágenes, vídeos, notas periodísticas buscando que se propaguen en el ciberespacio. Los jóvenes observados defienden sus luchas, su ideología e intereses en estos espacios contemporáneos a través de su participación que forma parte de sus hábitos y prácticas ciberculturales, ya que para ellos se ha vuelto cotidiano expresarse en las plataformas virtuales, en cualquier lugar y desde un dispositivo tecnológico que les permita defender la causa que persiguen y generar conciencia entre las personas que integran su red social.

BIBLIOGRAFÍA

Alberich y Espadas (2011). Asociacionismo, Participación Ciudadana y Políticas Locales: planteamiento teórico y una experiencia práctica en Jaén. *Alternativas, Cuadernos de Trabajo Social*, nº 18. Universidad de Alicante.

Alberich y Espadas (2014). Democracia, participación ciudadana y funciones del trabajo social. *Global Social Intervention Research*. Pp. 3-30.

Ardèvol, E.; Bertrán, M.; Callén, M.; Pérez, C. (2002). "Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea". *Athenea Digital*, pp. 72-92.

Asociación Mexicana de Internet, (2016). Hábitos de los usuarios de Internet en México 2016. Recuperado el 01 de marzo de 2017, en https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf

Asociación Mexicana de Internet, (2018). Hábitos de los usuarios de Internet en México 2016. Recuperado el 01 de marzo de 2018, en https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2018.pdf

Ávalos, K. (2014). Relaciones sociales en las redes sociales. En *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural*. Conaculta, Primera Edición. México. Pp. 37-48.

Bonvín, M. (2006). *Medios de comunicación: historia, lenguaje y características*. Aula octaedro, Barcelona.

Caldevilla, D. (2009). La política se introduce en las redes sociales. En *Pensar la Publicidad*, Volumen III, número 2, pp. 31-48. Madrid.

Castells, M. (2006). *Lia Sociedad Red: Una visión Global*. Madrid: Alianza, 2006.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Editorial Alianza. Madrid.

Castells, M. (2014). *El impacto de Internet en la sociedad: una perspectiva global*. Consultado en <https://www.bbvaopenmind.com/articulo/el-impacto-de-Internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/?fullscreen=true>

Cortes, D. y Garzón, T. (2017). El ciberactivismo en las revoluciones posmodernas. *Revista de Estudios en Seguridad Internacional*, Vol. 3, No. 1, pp. 103-125.

Craig, J. (1997). *Desarrollo psicológico*. México: Prentice Hall

De-Ugarte, D. (2007). *El poder de las Redes*. Grupo Cooperativo de las Indias.

Diani, M. (2015). Revisando el concepto de movimiento social, ENCRUCIJADAS. *Revista Crítica de Ciencias Sociales*, N° 9, pp. 1-16.

Díaz, A. (2015). El movimiento YoSoy 132 en el espejo zapatista. Hacia un mundo donde quepan todos los mundos. En *Reconstruyendo la Historia. Movimientos estudiantiles: memorias, ecos y olvidos*. UAEH. Pp. 109-133.

Encuesta Intercensal en Hidalgo 2015. Consultado el 28 de febrero de 2017

Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas, (2012). Consultado el 15 de junio de 2017.

Encuesta nacional de la Juventud en Hidalgo, (2010). Consultado el 28 de febrero de 2017.

Fernández, J. (2012). Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. Vol. 188. Pp. 632-639.

Fernández, M y Paniagüa (2007). *El poder de las redes sociales en la política y en los movimientos sociales*. Pp. 2-26. Málaga.

Flores, S. (2014). Las mil y una oportunidades de las redes sociales. En *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural*. Conaculta, Primera Edición. México. Pp. 23-36.

Galeano, C. *Modelos de Comunicación*, Ed. Macchi Buenos Aires 1997 143 pp.

García, M. (2016). *Etnografía virtual, exploración del campo y estudios de área*. Universidad Computense de Madrid, España, pp. 1-20.

Giménez. G. (2010). *Cultura, identidad y proceso de individualización*. En *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*. UNAM.

González, M., Becerra, M. y Yañez, M. (2016). *Ciberactivismo: nueva forma de participación para estudiantes universitarios*. *Revistar Comunicar*. N° 46, v. XXIV, pp. 47-56.

González, R. (2018). *Movimientos Sociales y Políticas Públicas: los impactos de los centros sociales okupados en Cataluña y Madrid (1984-2014)*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC

Iglesias y Cortés (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación*. Universidad Autónoma del Carmen, pp. 8-30.

Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE). Consultado el 31 de noviembre en <https://www.gob.mx/imjuve>.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). *Censo de Conteo y vivienda en 2010*. Recuperado el 31 de mayo de 2017, en <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=13>

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Editorial Paídos.

Joas y Knöb (2016). *¿Qué es teoría social? En teoría social contemporánea*, pp. 11-28. España.

K. Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Edit. El ateneo, Buenos Aires, Argentina.

Larrain, J. (2003). *El concepto de identidad*. *Revista FAMECOS*. N° 12. Pp. 30-42.

Larrondo, A. (2005). La interactividad como aliada del público: estímulo democrático y nuevos retos para la participación en los medios digitales. Editorial Servei de Publicacions de la Universitat de València. Pp. 333-360.

Lévy, P. (1997). Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. [Informe al Consejo de Europa]. Prólogo: Manuel Medina. Barcelona: Rubí; México: Anthropos Universidad Autónoma Metropolitana.

Lévy, P. (1999). ¿Qué es lo virtual? Editorial Paidós. Barcelona

López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. Revista de Educación, pp. 167-179.

Manovich, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Editorial Paidós Ibérica.

Manual de Facebook. Consultado el 9 de diciembre de 2018 en <http://www.aeped.es/sites/default/files/manual-facebook.pdf>

Martínez, L. (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red. En Ecosistema Digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. Editorial Servei de Publicacions de la Universitat de València. Pp. 269-332.

Martínez, V. (2014). El proceso de integración de los ciberactivistas mexicanos en Facebook durante 2012. El caso de Anonymous y los indignados en México. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

McQuail, Denis. (2000) Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Paidós.

Melucci, A. (1999). Acción colectiva, vida cotidiana y democracia. El Colegio de México.

Meneses, T. y Cardozo, J. (2014). La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, pp. 93-103.

- Mercado, A y Hernández, O. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva, Convergencia. Revista de Ciencias Sociales. N1 53. Pp. 229-251.
- Mosquera (2008). De la etnografía antropológica a la etnografía virtual. Revista Fermentum. Pp. 532-549
- Negroponte, N. (2000). El mundo digital. Ediciones B. Barcelona.
- Pérez, G. (2014). Análisis de Redes Sociales: una introducción conceptual. En Ensayos de comunicación, educación y tecnología. Cuadernos digitales, pp. 7-21.
- Portillo, M. (2001). Reflexiones en torno a una propuesta metodológica para abordar el estudio de la opinión pública como un proceso comunicativo desde una perspectiva multinivel. Pp. 71-93.
- Portillo, M. (2004). El papel de los nuevos medios en relación con las formas emergentes de participación ciudadana. Revistas nómadas. Pp. 108-119.
- Portillo, M. (2014). Construcción de ciudadanía a partir del relato de jóvenes participantes del #Yosoy132: biografía, generación y participación política. Revista Global Media Journal México, Volumen 12, Número 23 Pp. 1-18.
- Reyes, E. y Colás, I. (2017). El activismo social y sus particularidades en la educación, Revista EduSol, vol. 17, núm. 61. Centro Universitario de Guantánamo.
- Rodas, S, y Beltrán, T. (1988). Información y comunicación. Gil Gaya, Barcelona.
- Rovira, G. (2014). El #YoSoy132 mexicano: la aparición (inesperada) de una red activista. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals* n.105, Pp. 47-66.
- Rovira, G. (2016). Activismo en Red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de Internet. UAM. Pp. 56-70.
- Ryan, M. (2004). La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos. Editorial Paidós Iberica. Barcelona.
- Schulz, M. (2014). Nuevos medios de comunicación y movilización transnacional: el caso del movimiento zapatista. *Perfiles Latinoamericanos*. Pp. 171-193.

Scolari, C. (2008), *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Editorial Gedisa. Argentina.

Slimovich, A. (2016). La digitalización de la política y la vuelta de lo televisivo. El caso de los candidatos argentinos en Facebook, *Revista de Comunicación* N° 15, pp. 111-126. Buenos Aires, Argentina.

Tabachnik, S. (2007). Retratos secretos. Figuraciones de la identidad en el espacio virtual. *Revista Latina de Comunicación Social*. Recuperado el 28 de mayo de 2017, en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81906201>>

Tapscott, D. (2009). *La era digital. Cómo la generación net está transformando al mundo*. McGraw Hill, México.

Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.

Vargas, P. (2002). Las élites locales y su cultura política en la consolidación democrática. *Revista nueva antropología*. Núm. 61. Pp. 128-144.

Vargas, P. (2006). Hidalgo: agenda alternativa de la sociedad civil y desarrollo local. Pp. 1-14.

Weber, M. (1993). *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica.

Winocur, R. (2005). La computadora e Internet como estrategia de inclusión social en el imaginario de los pobres. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, Número 1, Vol. 6.