

# México: Uso paulatino de las TIC en la política. Una lucha incipiente en contra de la videopolítica anclada y sin ganas de morir

**Elizabeth Tiscareño García**

## **Introducción**

«The Revolution will not be televised» (Trippi, 2006) es una frase que dimensiona el posicionamiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Los medios tradicionales empiezan a pasar, en parte, a la historia para dar cabida a «la democracia, la Internet, y el derrocamiento de todo» (Trippi, 2006). En la era de la sociedad de la información cabe plantearse el tema sobre qué tanto impacto tienen las TIC en la política mexicana. Y si aún este país se encuentra anclado en la dinámica de la videopolítica.

El nuevo modelo de las redes sociales es una comunicación con retroalimentación. Y como diría el pionero en la materia, Trippi, el uso del Internet es la forma en que se transforma la comunicación y en la que se invirtieron algunos de los aspectos más insidiosos de la televisión (2006, p. 54). Además, la Internet ha hecho que la gente hable entre sí de nuevo.

Hasta el momento, se han presentado varias etapas sobre la manera de hacer política. A la «antigüita», como parte de un modelo que se posicionó por décadas: la videopolítica. Otro modelo, que nace con el uso de las nuevas tecnologías: el de las redes sociales (el modelo democrático). Y un tercero, un modelo híbrido, en el que existe una comunión entre tecnologías viejas y nuevas. Los principales estudios dan testimonio de cómo los tres modelos evolucionaron dentro de la política de Estados Unidos.

Para poder conocer la realidad mexicana hay que apoyarse en el contexto internacional. No hay que olvidar que estamos en un cuarto periodo, políticamente hablando, que empieza a echar raíces en la sociedad actual y tiene que ver con la carrera tecnológica y los avan-

ces de las TIC, así como con el despertar de la sociedad civil, donde el interés ya no es ver desde lejos lo que hace una burocracia acartonada y caduca, sin conciencia de diálogo y ausente de sincronismo ciudadano.

Los tiempos actuales demandan interacción, participación y la aplicación de las solicitudes y propuestas de los ciudadanos en la agenda del gobierno. El reto que tienen las autoridades es sumar. Y en estos tiempos el *o-gover*, gobierno abierto, se vende como una panacea en el mundo, se fincan miles de esperanzas en él, por la convergencia y sinergia que promete el modelo entre el gobierno, la política-burocracia, la sociedad civil y el sector privado.

Es eminente que hay una brecha digital en cuanto a política y otras áreas en México con respecto a naciones en desarrollo. Aquí cabe el supuesto, dado el caso de que México no ha tenido un avance considerable en la implementación de las TIC, esto estaría frenando el desarrollo en varias actividades como lo exige la sociedad de la información.

La tarea es analizar la situación de México ante las TIC, y la forma en que éstas se han promovido al momento de hacer política. México despertó en las elecciones de 2012, aún con el cordón umbilical ligado a la videopolítica. Y en esta década apenas se ha podido identificar, entre un débil balbuceo, la transparencia, ante el reto que tiene que sortear frente a una burocracia hermética y analfabeta en el diálogo virtual. En tanto que la sociedad civil encontró en la red la forma de replicar su opinión y su posición, pero aún falta el mérito de lograr hacer con ello un cambio de dimensiones grandes.

Entre suspiros y respiros, en este país se trabaja en el posicionamiento de las TIC. Así lo dictan los rankings mundiales. Se está trabajando, pero hay mucho por hacer.

### **La política en las redes: «La culpa es de Trippi»**

De frente a la era de la sociedad de la información, «la emergencia de nuevos contextos implica nuevos campos de competencia» (Finquelievich, et al., 2004). Ante el crecimiento avasallador de la tecnología y las formas nuevas de interactuar en el mundo, México entra en la dinámica de la discusión globalizada sobre el futuro prometedor de

las TIC. La adopción de ciertas tecnologías es inminente, pero la efectividad de su uso aún se toma con reserva, son más una respuesta a una demanda global que a un convencimiento interno para ser punta de lanza.

En 1956, en Estados Unidos la televisión fue acogida como el mejor medio para la expansión de las ideas. Fue la época en la que estudiosos le encontraban bondades, pero también le soltaron críticas fuertes. 50 años más tarde, luego de 2003, algunos analistas coincidieron que los trabajos de Trippi darían paso al uso de las TIC en la política, de allí viene la frase «la culpa es de Trippi», quien tras ser nombrado director nacional de la campaña presidencial de Howard Dean, sentaría las bases para la «Política 2.0». Se le atribuye a Trippi ser pionero en el uso de Internet como herramienta electoral, responsable de la creación de un blog oficial de campaña, y del uso de Meetup (<http://www.crunchbase.com/company/meetup>) y otras redes sociales para la organización y participación de los seguidores. Así como del uso de Internet como medio para recaudar fondos de donantes pequeños.

El concepto de las TIC hace sentido, para este ejercicio, como técnicas o mecanismos desarrollados para gestionar información y enviarla (recupera, almacena, envía y recibe). No sólo envía datos, el proceso de la retroalimentación es importante. Por otra parte, la conceptualización de política está delimitada por el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), que comprende «el arte, doctrina u opinión referente al gobierno de los Estados. La actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos. Y la actividad del ciudadano cuando interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto, o de cualquier otro modo» (<http://lema.rae.es/drae/?-val=Pol%C3%ACTica>). Por ello, se ha decidido abordar tanto el aspecto de las campañas como el del gobierno en red.

Le llevó medio siglo a Estados Unidos dar el brinco cibernético en la política, lo que hace cuestionarse sobre cuánto podría llevarle a otras naciones menos afortunadas en tecnología. En 1950 la televisión llega a México, los investigadores centran su trabajo sobre este fenómeno 10 años más tarde.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> En el trabajo de Enrique E. Sánchez Ruiz (1989). *La investigación sobre la televisión en México 1960-1988, un acercamiento descriptivo*. CEIC-Universidad de Guadalajara, México,

Los medios –especialmente la televisión– penetran ahora mucho más en todos los aspectos de la vida. Esto tiene una consecuencia positiva sobre la manera como el gobierno funciona... los medios se han convertido en un factor primordial en cualquier aspecto de la conducción o los asuntos de un gobierno (Rabin, 1996, p. 112).

El salto de la videopolítica en México se estudia hacia el marketing político. Trejo Delarbre (2001, p. 53) considera que «el marketing político, los foros televisivos y las encuestas, llegan a reemplazar la persuasión cara a cara, a la discusión en las plazas públicas y a la expresión directa de los ciudadanos, como mecanismos para fabricar los consensos hoy en día». Todo esto se da bajo la tendencia de que se cree que el consenso político se procesa sólo en los medios. «Esa imagen de los medios, coincide con el declive público de los partidos y con el desprestigio de la política tradicional, incluso de las formas de representación parlamentaria» (p. 52).

En México fue a partir del proceso electoral de 2006 cuando los partidos y simpatizantes de éstos comenzaron a explorar las posibilidades ilimitadas de la red para hacer propaganda electoral y, sin duda, en la campaña electoral de los Estados Unidos, Barack Obama, sentó las bases de lo que pueden llegar a ser las campañas electorales participativas como forjadoras de movimientos ciudadanos que trasciendan la etapa electoral (Meneses y Bañuelos, p.17).

Aunque en 2011 el Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados colocó a México en el sitio 98, de 138 países, respecto a evaluar el grado de prioridad que tienen las tecnologías de la información y la comunicación (Zambrano, 2013). Como quiera pudo darse una rudimentaria utilización de las TIC cinco años antes, en las campañas de 2006; el medio fue la Internet, con las aplicaciones de correo electrónico y la narración hipertextual (Meneses, 2009).

En las elecciones de 2000 el papel fundamental fue únicamente de la televisión, cabe recordar que la atención mediática positiva giró en torno al candidato Labastida; mientras Vicente Fox tuvo ma-

---

ya se señalaba cómo «La investigación científica en general, en México, se encuentra marginada tanto de las prioridades del desarrollo (política y económicamente), como desde el punto de vista del bajo estatus que los científicos y sus actividades gozan entre la sociedad mexicana (culturalmente)».

por espacio en la televisión. Y el efecto de posicionamiento de los tres candidatos se dio en mayor escala en los momentos de los debates (Moreno, 2003).

El recurrir al señalamiento de un sexenio a otro, corre en el sentido de lo leve que fue el uso de las redes sociales con respecto a una campaña de la otra. Mientras que en Estados Unidos el efecto fue mayúsculo, debido a que la fórmula utilizada con Obama era la comunión de las redes sociales con la narrativa pública de Ganz, que es «un arte del liderazgo a través del cual podemos traducir los valores en acción» (2007, p.15).

Con la narrativa pública se trata de escribir o contar una historia del «yo», eso permite que el político pueda conectarse con la comunidad, y las redes sociales han ayudado en gran medida. A Obama le redituó en dos ocasiones con la presidencia. En la primera, fue el modelo de las redes sociales y la narrativa pública. En la segunda, se ganó por la organización por tierra, gracias a los trabajos que emprendió el equipo de Barack Obama en 2008, y que dieron continuidad en la recolección de datos sobre los electores hasta 2012.

El jefe de la campaña de Obama, Jim Messina, reconoció como el bastión de la misma el trabajo hormiga realizado por un millón de obreros políticos, comandados por grupos de universitarios en búsqueda del voto por todo el país. Eso hizo que los operadores políticos se replantearan cómo es que los modelos puros en política son difíciles de llevar. Las estrategias de 2012 no fueron las mismas utilizadas en 2008, el modelo se tuvo que adaptar. Incluso, la gran lección fue el que las encuestas de opinión perdieron espacio. El contexto era diferente, el contrincante utilizaría las mismas técnicas ya aprendidas, por lo que se le sacó ventaja al utilizar la organización por tierra y no dejar todo por aire o en el ciberespacio.

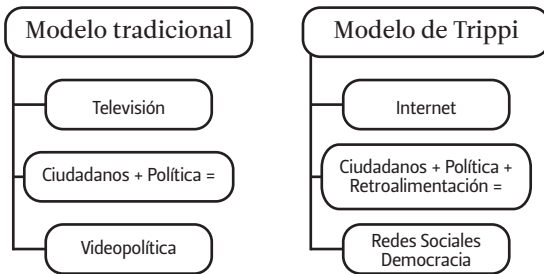
El trabajo del ejército de persuasión de Obama era asegurarse de que esos objetivos nunca dejaran de tener la cabeza llena, a través de correos electrónicos, llamadas telefónicas, reuniones, de lo que estaba diciendo Barack Obama como presidente de Estados Unidos. Se sabe que, por ejemplo, cuando el Sr. Obama pronunció su discurso de unidad en enero pasado, un semestre antes de que Mitt Romney fuera el candidato oficial del Partido Republicano, el ejército de persuasión de la campaña tenía 2700 casas de campaña del partido (Henniger, David).

En las elecciones de 2012 en México, grupos de la sociedad civil pudieron expresar su descontento a través de las redes sociales. Las noticias que no se pautaron en la televisión o en los otros medios electrónicos se expandieron a través de la red. Eso hace recordar que «la democracia consiste en poner bajo control el poder político» (Popper, 1996). Además de que se envió una nueva señal sobre los medios, la idea de que todo lo que está en la televisión es verdad quedó en entredicho; ahora, lo que está en la red también reclama su existencia, e incluso puede generar agenda y colocarla en los medios tradicionales. Entonces, la Internet se presenta como una alternativa para llegar con mayor inmediatez a la sociedad y tener respuestas plurales y rápidas.

Aunque la estrategia de campaña de los candidatos mexicanos por Internet, se podría decir que ésta aún está en pañales, porque las redes sociales se utilizaron más para descalificar al oponente o filtrar lo que las leyes prohíben. No obstante, quedó claro, que la sociedad mexicana se dio cuenta del alcance de este mecanismo para informarse y expresarse.

Por otra parte, el teléfono móvil fue un recurso que a las encuestadoras les funcionó para conocer un poco más el perfil del votante y sus preferencias, eso dio un mayor acceso para ubicar al encuestado, que no se había logrado por medio del teléfono de línea fija.

**Cuadro 1**  
*Modelos políticos*



Fuente: Elaboración propia, con la información de Joe Trippi

Hasta aquí, se puede ver que las experiencias en materia de política en campañas llevan por varios caminos: el de la videopolítica, conocido como modelo tradicional, en el que aún México está inmerso. Por la otra parte está el del modelo de Trippi, que se puso en práctica en las elecciones presidenciales de 2008 en Estados Unidos, que es el de las redes sociales. En el Cuadro 1, se puede observar la forma de comportamiento de los dos procesos y sus componentes principales, así como sus resultados.

En las elecciones de 2012 en México, se pudieron percibir pequeños destellos de las redes sociales. Aquí hay que ver qué tanto se están preparando las estrategias políticas para las elecciones de 2018, en aras de reducir la brecha tecnológica en la política, y dejar fuera de las contiendas los hábitos viejos que empañaron los procesos electorales por más de 70 años, así como los nuevos que tienen que ver con la «cargada» de los medios de comunicación, especialmente con las televisoras.

Los términos de la confrontación entre sistema político y sistema mediático. Se trata de una disputa no resuelta que está presente en todo el mundo, con las características propias de cada país, al menos desde los años ochenta. En esos años, con el impresionante desarrollo tecnológico de las comunicaciones y las telecomunicaciones y en el marco de los procesos simultáneos de democratización política y de la privatización en prácticamente todo el mundo, arranca la expansión intensa y en gran escala de esos negocios de comunicación y crecen tanto el poder económico como el poder político de esos conglomerados, en frecuente tensión con los poderes del Estado (Carreño, 2010, p. 34).

### **La búsqueda del «link» entre la sociedad civil, el gobierno y el sector privado**

«Una gran cantidad de posiciones minoritarias puede llegar al marco de decisiones gubernamentales» (Fernández, 2004, p. 29), por ello, se apuesta que esto no sucedería en la medida que se vayan presentando los avances digitales. La promoción del gobierno abierto parte de la idea de que la red le permite al gobierno captar una complejidad real de la sociedad al momento que se enriquece el pluralismo mediático e informativo con las TIC, por ende, lo acerca a la democracia directa, debido a que permite la interacción del gobierno y la comunicación entre ciudadanos.

La llegada de Internet ha dado renovados bríos a los diletantes de la participación política. Para éstos, la red permite afrontar el tipo de diálogo al que aspiraban los antiguos griegos con la democracia representativa. Se dice que las nuevas tecnologías son democratizadoras, pues permiten el acceso y participación igualitarios de los individuos en asuntos políticos. Hablar de comunicación política es aludir a la comunicación que se establece entre los gobernantes y los gobernados. Así, un elemento indispensable para la participación democrática se cimienta en el diálogo entre gobernantes y ciudadanos (Ballinas, 2011, p. 21).

Cabe recordar que Finger, en los Diálogos del Fórum Universal de las Culturas celebrado en Monterrey, tocó el tema de los nuevos actores en la nueva ola.

El cuarto periodo es una nueva etapa de evolución tecnológica que, a diferencia de la surgida de la revolución industrial, ya no es conducida por las naciones, sino por nuevos actores situados en otro nivel. Existen organizaciones como CERN, que se dedican a la investigación física nuclear e inventó la Web; o Microsoft, o cualquiera de las corporaciones impulsoras de estas nuevas tecnologías (2007, p. 174).

Entonces, se entiende que los orígenes del estado abierto se encuentran en el debate público sobre la naciente sociedad civil. En su desarrollo destaca la idea nueva del gobierno como fuente libre, que aboga por la aplicación filosófica del movimiento del software libre a los principios de la democracia, para dar a los ciudadanos la posibilidad de involucrarse directamente en el proceso legislativo.

En ese sentido, y en una acción que ha llevado a políticas de simulación, los gobiernos se adentran a la protección de derechos fundamentales como el derecho de ser informado, y se extienden leyes de transparencia y de acceso a la información, que entre el «estira y afloja» buscan alejarse de la opacidad.

Se multiplican los consejos ciudadanos inherentes al gobierno, cuyas actividades son limitadas y no representativas de la sociedad. Para Ziccardi (1998) la participación es un elemento esencial de la democracia y permite concretar el ejercicio de la ciudadanía en sus dimensiones civil, política y social. En los municipios es donde hay más experiencias sobre la conformación de consejos consultivos, en el ámbito federal son más recientes y más aún en los gobiernos estatales (Villarreal, 2009, p.13).



Durante gran parte del siglo xx, en México –y también en Nuevo León– el campo de participación e influencia en la orientación de las acciones del Estado era muy estrecho y sólo figuraban cámaras empresariales, partidos políticos, algunos sindicatos, y líderes de sectores sociales corporativizados. La apertura democrática que vivió el país desde finales de los años 80 para llegar a su punto culminante con la llamada transición democrática en el 2000, significó también la ampliación del espacio público estatal y no estatal a la intervención de más actores sociales, entre ellos, los grupos de ciudadanos organizados en torno a una amplia diversidad de demandas y asuntos que van desde la asistencia social, hasta la promoción de la participación cívica para influir en la definición del destino colectivo y las formas de concretarlo. Los cambios en la relación gobierno-sociedad civil organizada se han visto reflejados en el ámbito legislativo federal que, desde el 2004, considera a las organizaciones ciudadanas instancias de participación y consulta (Villarreal, 2009, p. 14).

Éstos, que pudieran ser los mecanismos integradores para la democracia, son ubicados en los portales de gobierno como entes testimoniales de las acciones de la autoridad, más que como sujetos activos y representativos de la sociedad. Mueller (2007) dice que en una sociedad red el Estado no es el dirigente único sino que convoca a otros actores a la construcción de acuerdos, a compartir recursos para tareas comunes, aquí la transparencia y el acceso a la información se vuelven fundamentales para legitimar las decisiones y los procesos. Debido a que es una red con múltiples participantes, todos y no únicamente el Estado están sometidos a la exigencia de transparencia.

Los consejos ciudadanos que se crearon en Nuevo León favorecen de manera desigual a los diferentes sectores de la sociedad. El sector privado es el que cuenta con mayor presencia. Le sigue el sector social o cívico pero como éste se encuentra disperso en al menos 500 organizaciones, en realidad su presencia y peso relativo se diluye frente a la proporción de consejeros que son funcionarios públicos, o son expertos procedentes del sector académico, o bien forman parte de alguno de los grupos de interés del sector privado. Es decir, en los consejos se privilegia la intervención de actores no gubernamentales desde el desempeño de un rol económico y de experto, más que de ciudadano (Villarreal, 2009, p. 21).

El trabajo de Villarreal Martínez (2009) es una fotografía de lo que pasa en México, en Nuevo León y en los municipios, de cómo es que los intentos de incluir a la sociedad civil aún no se traducen en un eco de participación general. El gobierno abierto, se ha dicho en muchas ocasiones, «está en construcción». La sociedad participativa es la que aprovecha la nueva ola, por ello se hace necesario construir elementos activos y no pasivos. Y esto no es sólo con respecto a Nuevo León o en México, es en muchas partes del mundo. Entonces, hasta el momento, los consejos consultivos no han fortalecido la equidad tripartita que sirve como base de la democracia. Y aún se trabaja en la conexión sociedad civil, gobierno y sector privado.

### **La brecha digital: polarización en el desarrollo**

A la diferencia que existe entre las personas o lugares que tienen acceso a las TIC y las que no lo tienen se le conoce como brecha digital. Actualmente se mide la penetración de las TIC por el acceso que se tiene a las mismas. Los países se incorporan a la sociedad de la información principalmente por su desarrollo económico, así como por aspectos de la infraestructura propia en información y tecnología, sin hacer un lado las políticas de los diferentes sectores y el consenso de los grupos sociales.

En un momento en el que el interés y la participación política parecen estar en declive, los tecnófilos sugieren que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información pueden reactivarlos o reinventarlos. Cierta desencanto con los procesos políticos tradicionales, apatía o falta de representatividad política, hacen que numerosos ciudadanos se reenganchen a la participación y a la política mediante el uso de las nuevas tecnologías. Éstas generarían otro tipo de política, más centrada en la libre discusión de grupos de presión y organizaciones ciudadanas volcadas en campañas (Sádaba, 2002, p. 17).

Pero desprenderse de hábitos y costumbres es difícil, por lo que el trabajo para alcanzar la democracia a través del desarrollo de las TIC apenas se empieza a gestar en sociedades como la mexicana. Incluso, no todos los estudiosos ven la democracia consolidada a través de las TIC, por lo que en una parte cuestionan el sacar como conclusión que la sociedad se vuelva justa, libre y democrática con el uso de los nuevos

medios. A esto se le tendría que aunar el valor de la voluntad y la sed por el conocimiento compartido como idea de hacerle más fácil la vida a otros.

Es la vieja utopía de la ciudad interconectada y cableada donde todo el mundo habla con todo el mundo. A lo sumo, lo tecnológico puede hacer la democracia (los procedimientos democráticos) más eficientes pero no provee, por sí sola, de unas estructuras democráticas totales. Aunque mayores cotas de información y debate son requisitos para un modelo democrático de sociedad, la mera inflación del volumen de ésta no es suficiente. El hecho de que se produzca más información no significa que su valor, utilidad o facilidad de acceso esté garantizado. Se pretenden utilizar las nuevas tecnologías como soluciones milagrosas al problema de la apatía política (Sádaba, 2002, p. 17).

En la dinámica anterior, si bien la democracia no se obtiene con «varitas mágicas», mucho menos como Sádaba (2002) lo percibe a través sólo de las TIC, lo cierto es que estas herramientas hacen más práctica la vida y las actividades de los ciudadanos. La construcción de planes estructurales adecuados sería lo que determinarían su eficiencia y eficacia ante las necesidades y demandas de la sociedad.

Meneses Rocha dice que la Internet llegó a México a finales de la década de 1980, junto a los cambios políticos, económicos y culturales que rearticulaban el mundo. Señala que en el gobierno del presidente Felipe Calderón el tema de las redes no fue prioritario, y añade que en el Reporte Global de Tecnologías de la Información del Foro Económico Mundial y el de Gobierno Electrónico de las Naciones Unidas, entre otros, el desempeño de México está por debajo de naciones de América Latina como Brasil, Uruguay, Chile y Colombia (2012a).

Con los aspectos que enumera Meneses (2012b) con respecto a la situación de México y la agenda digital, dice que «en todos estos estudios globales, México tiene un pobre desempeño»:

- Reporte de Competitividad Global del Foro Económico Mundial. Ranking de México 58.
- Reporte Global de Tecnologías de la Información del Foro Económico Mundial. Ranking de México 76.
- Índice Global de Innovación del INSEAD. Ranking de México 79.

- Medición de la Sociedad de la Información de la UIT. Ranking de México 83.
- Evaluación de Gobierno Electrónico de la ONU. Ranking de México 55.
- Así como en el Estudio sobre Políticas y Regulación de Telecomunicaciones en México de la OCDE.

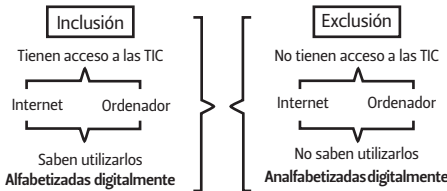
En ese sentido adverso del posicionamiento de las TIC en la política en México, el crecimiento es gradual; queda claro que no es lo mismo dedicarse a la política como lo hizo Alfonso Martínez Domínguez, en su época, a como se empezó a hacer a partir de 2006. La adaptación de las tecnologías al contexto actual permite ver que, dentro de todo, los cambios sociales posicionan nuevos instrumentos y mecanismos, y aunque en forma tardía, poco a poco México los va adoptando. Partiendo de una historia muy diferente a la de Estados Unidos, que a través de la videopolítica y del marketing político desde hace varias décadas ya gozaba con el reconocimiento como democracia. Aquí la lectura es que cada nación arrastra diferente historia, y eso es lo que marca la diferencia en muchas ocasiones con y sin las TIC.

El problema de la democracia no es, y nunca ha sido, una deficiencia en la cantidad o cualidad de la información. Aunque es tentador creerse la retórica multimedia, estos autores sugieren que no existe una resolución técnica al viejo problema de la participación política. Es requisito previo una cultura democrática y la consideración de los medios no como simples canales técnicos sino como instituciones sociales. (Sádaba, 2002, p. 17).

**Cuadro 2**

**Brecha digital**

Diferencia entre las personas o lugares que tienen acceso a las TIC y las que no lo tienen



Fuente: Elaboración realizada con las ideas de diversos autores.

Volviendo al tema de la brecha digital, Cuadro 2, la teoría enmarca que las naciones empiezan a esgrimir el desarrollo desde la funcionalidad y el aprovechamiento de las TIC en la democracia. El uso de Internet y su aprovechamiento han llevado al logro del voto digital, de la obtención de información en forma rápida, de acortar distancias, de mantener contacto con los ciudadanos; y los ciudadanos se han permitido exigir, demandar y proponer. En el otro extremo, la exclusión forma parte de lo que se ha ido dejando en el pasado poco a poco, pero que en muchos de los casos la cultura e idiosincrasia de los países no permite el despegue que marca la tendencia internacional.

En 2005 en la Casa del Tiempo, San Miguel Chapultepec, se dio a conocer el documento «México en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI) ¿Sin sociedad y sin información?», donde las organizaciones sociales y civiles sostuvieron una reunión convocada por las Naciones Unidas. En donde se concluyó: «vemos con suma preocupación la falta de diálogo e interlocución por parte del Gobierno Federal para tomar en cuenta las diferentes propuestas y posturas de los diversos sectores de la sociedad mexicana, así como la falta de mecanismos que transparenten la postura que el Gobierno Federal está llevando ante este proceso» ([www.cudi.mx/gobernanza/cumbre\\_mundial.pdf](http://www.cudi.mx/gobernanza/cumbre_mundial.pdf)).

En el documento se hicieron 17 manifestaciones hacia el gobierno, de los puntos tres y cuatro se extrae que la **comunicación** es un **derecho humano integral** e interdependiente. Así como que ese derecho debe reflejarse en las políticas públicas que garanticen que la población tenga acceso universal a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), y que esto se dé bajo criterios públicos y transparentes. «Los medios de comunicación son el soporte que hace posible el ejercicio del citado derecho, por lo que es imprescindible la participación de la sociedad civil como actor fundamental de la **construcción de políticas públicas**, así como el acceso asegurado a las nuevas tecnologías, especialmente a la población excluida del desarrollo» ([www.cudi.mx/gobernanza/cumbre\\_mundial.pdf](http://www.cudi.mx/gobernanza/cumbre_mundial.pdf)).

Ocho años más tarde, apenas se está tratando de armar una agenda digital sobre el tema. Se sigue inmerso en cuestión de política en la videopolítica con matices de las redes sociales. La sociedad civil

despierta del letargo de 70 años de dictadura partidista y de 12 de alternancia. Y a paso lento, los gobiernos federal, estatal y municipal intentan llevarse bien con la transparencia.

### Conclusión

Aunque Trippi aportó mucho al modelo de las redes sociales y la democracia, él vio desde la tribuna los resultados positivos de su trabajo. También desde allí pudo observar cómo otros pensadores mezclaron otras ideas con sus ideas y lograron dos triunfos presidenciales demócratas, seguidos. La idea «The Revolution will not be televised» no tiene caducidad, es una idea futurista, y la frase apuesta a hacerse realidad cuando las redes sociales dominen por completo, siempre y cuando convenzan que son la única opción para la democracia, y así el mundo lo acepte.

En este trabajo hicimos un recorrido por la literatura sobre el tema acerca de qué tanto impacto tienen las TIC en la política mexicana. Y si aún este país se encuentra anclado en la dinámica de la videopolítica. Se pudo ver cómo existe la promoción por parte de organismos nacionales e internacionales a que México intensifique su papel en la adopción de herramientas para conformarse como sociedad de la información, pero también está la idea clara de que la democracia tiene varios detonantes y la clave pudiera no estar únicamente en las TIC; por ello, se deben analizar todos los aspectos que conllevan a lo que hace que un país no despegue en todos los aspectos de la democracia y atacar desde varios frentes esa situación.

Se puede plantear el supuesto de que, como México no ha tenido un avance considerable en la implementación de las TIC esto estaría frenando el desarrollo de la sociedad de la información; sin embargo, como no todo está dicho en esta materia, nadie puede atestiguar que esa sea una causa única. Lo que sí es cierto es que las TIC han hecho rentable que el político, el funcionario y el ciudadano pueden comunicarse de forma directa y más rápida. Así como que en sociedades en donde el *cuarto poder* y los políticos tienen intereses en conjunto las redes sociales son un estimulante para que se ventile más la pluralidad.

Al analizar la situación de México ante las TIC, y la forma en que éstas se han promovido al momento de hacer política, queda claro que la videopolítica sigue reinando, y que los cambios que pudieran surgir tendrían que ver con la forma en como están organizados los medios tradicionales, si responden a intereses legales o particulares, también a los incluyentes, así como la validez que se le dé a los espacios que comprenden las redes sociales, y eso se mide con el impacto que pueda tener lo que allí se manifieste ante la autoridad y la sociedad. De lo contrario, el uso que le dé el ciudadano para manifestarse pudiera parecer sólo gritos en el desierto.

Los temas torales que se trataron fueron el nacimiento de la idea de la democracia a través de las redes sociales, cuyo contexto es Estados Unidos, por cierto muy diferente al mexicano, que se traduce para México «en falta mucho por hacer»; y en Estados Unidos, luego de las elecciones de 2012, en materia política «no todo está dicho».

Un tema más fue la percepción del gobierno abierto, en donde falta el trabajo para hacer que tres sectores, gobierno, sector privado y sociedad civil puedan tener el mismo peso ante la toma de decisiones, y usar las TIC como forma de alentar ese acercamiento. México está dando pequeños pasos con respecto a esto, poco a poco se va aceptando que es una necesidad inmediata de la transparencia que requiere la ciudadanía, que se empuja desde varias partes del mundo.

Finalmente, el tema de la brecha digital, en donde por un lado están las naciones desarrolladas y por el otro países como México, que van gestando sus reglas operacionales y sus estructuras técnicas para sumarse al desarrollo, pero falta ver qué hacen los estrategas políticos mexicanos que están tras cada fuerza política. Quizás no aporten modelos o ideas como las de Trippi, Ganz o Lakoff; pero sí innoven dentro del contexto mexicano.

Para concluir, se podría decir que el éxito en las redes, de acuerdo a algunos estrategas políticos, se logra mediante el trabajo innovador y distintivo, características que lo distinguen de los demás. De igual forma, son importantes el contenido, la forma y el uso del mensaje:

En la era de las campañas online y del auge de las redes sociales sigue siendo fundamental contar una estrategia y un mensaje sólidos. Las redes sociales funcionan bajo dos condiciones: contar con una es-

trategia y un mensaje diferenciadores. Como diría nuestro amigo Joe Trippi: «The Revolution will not be televised», pero para tener éxito en las redes sociales se requiere que la estrategia y el mensaje sean realmente revolucionarios. Para que el virus se esparza por la red tiene que ser contagioso (<http://www.publicumestrategias.com/Default.aspx?tabid=70>)

#### REFERENCIAS

- Ballinas Valdés, Cristopher. (2011). *Participación política y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. México, D.F.
- Carreño Carlón, José. (2010). «El péndulo de la comunicación pública» en Alcocer V, Jorge; Córdova V, Lorenzo (compiladores), *Democracia y Reglas del Juego*. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet, A.C. [www.cudi.mx/gobernanza/cumbre\\_mundial.pdf](http://www.cudi.mx/gobernanza/cumbre_mundial.pdf)
- CrunchBase. <http://www.crunchbase.com/company/meetup>
- Diccionario de la Real Academia Española. <http://lema.rae.es/drae/?-val=Pol%C3%ACTica>
- Fernández Rodríguez, José Julio. (2004). *Gobierno Electrónico, un desafío en Internet*. México.
- Finger, Matthias, y otros. (2007). *Los problemas de la sustentabilidad y las instituciones, gobernabilidad y participación*. Diálogos Fórum Universal de las Culturas, Monterrey.
- Finkelievich, Susana, Lago Martínez, Silvia, Jara, Alejandra, y otros. (2004). *TIC, desarrollo y reducción de la pobreza: Políticas y propuestas*. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- Henniger, David. En The Wall Street Journal. [http://online.wsj.com/article/wonder\\_land.html](http://online.wsj.com/article/wonder_land.html)
- Marshall, Ganz. (2007). *What is the Public Narrative?* Marshall Ganz, Kennedy School of Government.
- Meneses, María Elena. *Una agenda digital para México*. <http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dra.+maria+elena+meneses+rocha/op%2803dic12%29mariaelenameneses>



- . (2012b). [http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dra.+maria+elena+mene-neses+rocha/op\(09ene13\)maelenameneses](http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dra.+maria+elena+mene-neses+rocha/op(09ene13)maelenameneses)
- Meneses Rocha, María Elena y Bañuelos Capistrán. (2009). *Internet y campañas electorales en México. La oportunidad postergada*. Instituto Electoral del Estado de México. Recuperada el 13 de julio, de: [www.ieem.org.mx/cefode/descargas/breviario/Breviario8.pdf](http://www.ieem.org.mx/cefode/descargas/breviario/Breviario8.pdf)
- Moreno, Alejandro. (2003). *El votante mexicano, Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mueller, Philipp. (2007). «La buena gobernanza y las sociedades en red: más allá de las palabras» en *Ciudadanos, decisiones públicas y calidad de la democracia*, Freddy Maríñez Navarro (coord.). México: Limusa.
- Política digital. (2012). *Avanza México en Sociedad de la Información*. Recuperado el 30 de julio de 2013 de: <http://www.politicadigital.com.mx/?P=leernoticia&Article=21382>
- Popper, Karl R. (1996). «Licencia para hacer televisión» en *Nexos*, no. 220. México.
- Publicum Estrategias. <http://www.publicumestrategias.com/Default.aspx?tabid=70>
- Rabin, Yitzhak. (1996). *The Promise and Problems of the Israeli Press*, vol 1. no. 1. Cambridge.
- Sádaba Rodríguez, Igor. (2002). *Nuevas tecnologías y política: Acción colectiva y movimientos sociales en la sociedad de la información*. Madrid.
- Sánchez Ruiz, Enrique E. (1989). *La investigación sobre la televisión en México 1960-1988, (Un acercamiento descriptivo)*. México: CEIC Universidad de Guadalajara. Recuperado el 13 de julio, 2013, de: [www.coneicc.org.mx/?contenido=/centro\\_documentacion/nota](http://www.coneicc.org.mx/?contenido=/centro_documentacion/nota)
- Trejo Delarbre, Raúl. (2001). *Mediocracia sin mediaciones, prensa, televisión y elecciones*. México: Aguilar, León y Cal Editores.
- Trippi, Joe. (2006). *The Revolution will not be televised, Democracy, The Internet, and the overthrow of everything*. New York: Haper.

- Villarreal Martínez, María Teresa. (2009). «Los consejos ciudadanos y la gestión pública en Nuevo León». XXII Concurso del CLAD sobre Reforma del Estado y Modernización de la Administración Pública *La participación de los ciudadanos en la gestión pública*. Caracas.
- Zambrano Grijalva, Jesús. (2013). «¿México, a la sociedad de la información?» (Opinión). 14 de febrero. *El Universal*, México. Recuperado el 13 de julio de 2013, de: <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2013/02/63008.php>
- Ziccardi, Alicia. (1999). «Los actores de la participación ciudadana» en *Congreso: Los gobiernos locales: el futuro político de México*. Guadalajara, Jalisco, Red de Investigadores de Gobiernos Locales Mexicanos, A. C., Recuperado el 13 de julio de 2013, de: <http://www.iglom.iteso.mx/HTML/encuentros/congresol/pm4/ziccardi.html>