

Redes sociales y efectos políticos. Reflexiones sobre el impacto de *twitter* México

Social networks and political effects. Reflections about twitter impact in México

Luis César Torres Nabelⁱ

Universidad de Guadalajara (México)

*Un puñado de hechos observables y fortuitos que solo
cuentan una pequeña parte de la historia...*

Paul Auster (Leviatán)

Resumen: El artículo expone un marco explicativo sobre el impacto político de las redes sociales. El marco expuesto parte del análisis de algunos acontecimientos políticos surgidos a raíz de acontecimientos en redes sociales como *twitter*. Al final se valora el impacto de estos hechos en la vida pública del país, llegando a una importante disyuntiva de si ¿las redes contaminan a la sociedad o son un espejo de la misma?

Palabras clave: *Redes sociales, ciberpolítica, twitter, México.*

Abstract: The paper presents a framework explaining the political impact of social networks. The exposed part of the analysis of some political developments arising out of events in social networks like twitter. At the end we have evaluated the impact of these events in the country's public life, leading to a major dilemma of whether networks "pollute the society or are a mirror of it?"

Keywords: *Social Networks, cyberpolitics, twitter, México.*

Introducción

El objetivo de este artículo es, bajo el fondo de algunos acontecimientos ocurridos en la red social *twitter*ⁱⁱ, analizar los efectos políticos de las redes sociales en México. El análisis que se propone parte de problematizar el fenómeno entre dos de sus constantes más visibles: el discurso sobre el potencial de las redes digitales para la democracia (Negroponte, 1995; Castells, 2001) y sus acontecimientos mediáticos (Farrell & Drezner, 2008) en cuanto a reacciones políticas, sociales y culturales.

El análisis toca cuatro aspectos que tratan progresivamente de llevar al lector a: 1) revisar el efecto mediático de algunos casos, 2) exponer un marco teórico explicativo, 3) proponer un intento de hipótesis explicativa sobre el fenómeno y 4) analizar las consecuencias de la hipótesis.

En suma, el artículo aporta unos primeros elementos para la generalización teórica de un fenómeno tal difuso y líquido. Aporte que podría resultar disonante en una lectura superficial pero que sin duda es necesario para un entendimiento más consistente sobre los nuevos fenómenos de la comunicación, la acción y el intercambio social.

El efecto *twitter* en México

Hablar de la “red social” *twitter*ⁱⁱⁱ en México es entrar en el debate sobre la utilidad de las aplicaciones de redes sociales para la ciudadanía, la deliberación democrática, la difusión de opiniones, la movilización social, la protesta social etc., pero también es hablar, como lo hacen algunos de sus críticos, de la difusión de rumores, creencias, miedos y teorías conspirativas. Empero, los dichos al respecto tendrían el mismo valor de las críticas negativas, es decir hacer un análisis como mera especulación. Es por eso que en el presente texto se analiza a fondo un caso paradigmático (el caso de *#Internetnecesario*) de cuyas consecuencias se desprenden otros casos (el caso del *#toquedequeda*, “*levantón de 100 personas en Nuevo Laredo*”, *#CiroGomezLeyva*” *#ApagonTelevisa*, etc.) que a su vez han ido derivando en efectos más visibles en una especie de “bola de nieve”.

El caso de *#Internetnecesario*^{iv}

En la segunda parte de octubre de 2009, se registró en la red social *twitter* lo que posteriormete sería registrado como un acontecimiento social y posterior modelo de interacción y acción colectiva en Internet. Bajo el tópico *#Internetnecesario* como respuesta a la propuesta se gravar con un 3% al uso de telecomunicaciones (tv por cable, celulares e internet). Un estimado de 10240 usuarios de la mencionada red social logró colocar el tema de la reprobación al aumento de los impuestos en México, en el ámbito global. Según datos del analizador *Trendistic*^v



(Figura 1) el tópico de *#Internetnecesario* estuvo por 7 horas en los más altos niveles de mención (rank 7), alcanzando un 0.94% de todos los mensajes (*tweets*) que se decían en *Twitter* en todo el mundo, lo cual en promedio es aproximadamente 5,500,000 *tweets* por día^{vi}. De tal forma que aproximadamente 51700 mensajes fueron emitidos durante 7 hrs. bajo el tópico de *#Internetnecesario* y en contra del alza de los impuestos en México. Un comportamiento similar, se alcanzó el jueves 22 de Octubre, justo en el tiempo en que un grupo de estos “twitteros” conversaron con Senadores sobre el error de gravar con más impuestos el uso de Internet.

Hot topics for Tuesday, October 20							
Tuesday October							20 th
Rank	Start time	Peak time	Topic	W	Max popularity	Avg popularity	Duration
1.	Sun 20:00	Tue 11:30	new		6.04 %	3.89 %	48 h
2.	Mon 6:00	Tue 11:30	apple	W	2.24 %	0.35 %	40 h
3.	Tue 7:00	Tue 11:30	mouse	W	1.55 %	0.34 %	24 h
4.	Tue 7:00	Tue 10:30	god	W	1.37 %	0.85 %	20 h
5.	Tue 11:00	Tue 11:30	magic		1.15 %	0.33 %	20 h
6.	Tue 11:00	Tue 11:30	magic mouse	W	1.03 %	0.28 %	13 h
7.	Mon 22:00	Tue 0:30	internetnecesario		0.95 %	0.30 %	7 h
8.	Tue 1:00	Tue 11:30	imac	W	0.95 %	0.14 %	21 h
9.	Tue 18:00	Tue 22:30	the world	W	0.74 %	0.56 %	7 h
10.	Mon 20:00	Tue 0:30	internet	W	0.71 %	0.46 %	28 h

Figura 1. Estadísticas de los *topics* más populares (*hot topics*) en *twitter* el 20 de octubre de 2009.

Este acontecimiento tuvo cierto revuelo en la prensa^{vii} la cual calificó de “una consulta muy notable”, en la que no fue necesario hacer manifestaciones en las calles ni huelgas de hambre para haber sido recibidos por la Cámara de Senadores.

Sin embargo los resultados de *#Internetnecesario* no pararon en la Cámara de Senadores, que al final aprobaron no gravar con 3% los servicios de Internet^{viii}. Lo que fuera una incipiente protesta ha devenido en una especie de paradigma de la movilización basado en la dinámica de las redes sociales, así mismo se ha logrado impactar al Senado de la República, el cual mediante “el senador del PRD Francisco Castellón llamó a políticos y legisladores a valorar el impacto que las redes sociales e Internet han tenido en la política del país”^{ix}. Empero ¿qué otros movimientos ha habido después de *#Internetnecesario*? ¿qué efectos han tenido?, y sobre todo ¿cómo puede explicarse este fenómeno?

El prototipo de #Internetnecesario

Día con día en la interfase de la aplicación conocida como *twitter* se colocan los tópicos más comentados en determinada zona del mundo. Más allá de la maravilla de la aplicación su efecto inmediato es de servir como breve sondeo de los temas en boga de una sociedad, los cuales van desde la moda, los chismes del espectáculo, hasta sentidas demandas y opiniones sobre la vida pública. Es por eso, que la última parte del 2009 y los incipientes meses del 2010 en México *twitter* ha desencadenado ante todo una serie de emociones, tras las cuales podemos ver un posible prototipo de la “acción colectiva en Internet^{xii}”. Dicho prototipo sin duda embrionario, con solo un puñado de evidencias circunstanciales, parece estar constituido por dos elementos fácilmente distinguibles: a) la función de “hiperconectividad^{xiii}” que permite la mayoría de aplicaciones de Internet, con la cual es posible cada vez con mayor facilidad y rapidez constituir conglomerados de relaciones a partir de unos cuantos aspectos protocolarios que provocan diversas coincidencias (como: temas de interés, conocidos en común, opiniones convergentes ó divergentes, etc.), que a su vez permiten la difusión distribuida y continua de cualquier tipo de información; y b) la reproducción en serie de un pensamiento conspirativo, que funciona como detonante de múltiples manifestaciones colectivas y que finalmente produce un “modelo de comunicación monológico”, caracterizado por la interacción de individuos que solo se comunican con los que piensan igual que ellos, por lo tanto pueden llegar a albergar creencias conspirativas (Goertzel, 1994).

Ambos elementos constituyen el bosquejo de lo que puede ser un tipo de mecanismo con el que operan las redes sociales, el cual será explicado más adelante, que sin embargo son evidentes en muchos de los acontecimientos ocurridos en *twitter*.

Como se mencionaba anteriormente, #*Internetnecesario* dada su magnitud medida (Torres Nabel, 2010) en el ciberespacio constituye un prototipo de como se da la acción colectiva en Internet. Esta se funda en un principio claro emanado de la misma, los productos claros y visibles de la acción colectiva son las *protestas*, desde el punto de vista más simple del término que refiere “reproches”, “consignas”, “acusaciones”, “críticas”, “cuestionamientos”. Estas acciones parecen ser las conductas visibles y llanas de cómo se produjo este acontecimiento y que terminó convirtiéndolo en un hecho consumado de ciberprotesta (Torres Nabel, 2010), a saber, los usuarios de una red social como *twitter* tienden a criticar, cuestionar bajo cualquier tipo de tono ya sea irónico, socarrón, agresivo, cínico, etc. los temas que de formas relativamente fortuitas^{xiii} aparecen como “tópicos de moda” o *trend topics* todos los días. La popularidad de estos temas, que parece obedecer a mecanismos sociales poco claros, se modifica día a día, pero de tanto en tanto produce acontecimientos que constituyen un cierto tipo de impacto político y social, que parecen perseguir los pasos del mencionado #*Internetnecesario*. Así tenemos casos como los de Tamaulipas^{xiii} y Morelos^{xiv} en los cuales mediante las redes sociales y con tópicos como “*levantón de 100 personas en Nuevo Laredo*” y #*toquedequeda* mediante los cuales ocurrieron sendas reacciones sociales de pánico a posibles ataques del crimen

organizado en ciudades de estos dos estados. Al parecer twitter funcionó como una especie de “caja de resonancia” del mucho miedo que crece día con día en varias ciudades mexicanas por motivo de la “lucha contra el crimen organizado” que viene ejecutando el gobierno de Felipe Calderón desde finales de 2006. Sin embargo, esta cuestión de la “caja de resonancia” de las redes sociales no puede explicar la reacción colectiva sucedida en los mencionados estados de la república, para algunos líderes de opinión de medios tradicionales “*twitter* quiere matarnos de miedo”, “en *twitter*, en *facebook*, abunda el muladar^{xv}”, “El ciberespacio está lleno de perversos”, frases que proponen la idea de que las redes sociales son la causa “perversa” del impacto negativo de cualquier temática que ahí aparezca para la sociedad. Este último acontecimiento de los líderes de opinión de medios tradicionales vs. las redes sociales ha provocado el último ejemplo a referir: #ApagonTelevisa: “un movimiento que consistirá en apagar nuestra caja idiota por 48 horas, desde el 30 de abril al 1 de mayo, y leer, como protesta simbólica ante los contenidos mediáticos chatarra y también frente a la existencia de monopolios en las telecomunicaciones^{xvi}”. La razón aparente es que la mayoría de estos comunicadores tradicionales trabajan para la mencionada empresa de telecomunicaciones mexicana, la cual en conjunto con otra televisora controlan 93% de la audiencia mexicana de tv. radio y prensa^{xvii}.

Como puede verse, los acontecimientos sociales ocurrido entorno y relacionados a las redes sociales, parecen provocar lo que sería un nuevo fenómeno colectivo digno de estudio, que como constatamos en el caso de #Internetnecesario (Torres Nabel, 2010) parece tener efectos medibles y constatables, en dicho caso, al parecer hubo *resultados políticos* al haberse modificado una iniciativa de ley federal, *de movilización* al haber involucrado en menos de una semana a 10240 personas, y *resultados culturales* al haber funcionado como prototipo de acción colectiva para varios de los acontecimientos antes mencionados, así como otros menos populares pero más propositivos como #acciones colectivas^{xviii}, #aventonciudadano^{xix}, etc.

Empero, ¿qué posibles mecanismos pueden estar operando atrás de muchos de estos hechos consumados en las redes sociales o por las redes sociales?

Hacia un marco explicativo sobre el impacto de las redes sociales.

En un estudio de 2009, Torres Nabel analiza la ruta de un rumor sobre un posible fraude electoral en las elecciones presidenciales de 2006 en México, rumor surgido un mes antes de las elecciones. El análisis citado da cuenta de la diseminación del rumor en una serie de publicaciones electrónicas (principalmente *blogs*) y tradicionales (columnas periodísticas y programas de radio) hasta constituir un verdadero entramado de información ó una red constitutiva de una creencia conspirativa, en este caso el fraude electoral en el que creyeron el 37%^{xx} de los electores.

Este mismo mecanismo parece operar en los acontecimientos implicados en *twitter*. Una primera hipótesis al respecto explica él como a partir de un tópico discutible y sobretodo un tópico con cierto grado de popularidad, en este caso dada por la misma aplicación, determinándolo como “tema en boga” (*trend topic*), se produce un efecto de contagio en los usuarios, al verse influenciados a participar de dicho tema hasta volverlo un acontecimiento; evidentemente esto no pasa con todos los *trend topics*, solo algunos logran tener cierto grado de consecuencias.

El contagio de creencias conspirativas en las redes sociales de Internet

El *contagio* es un fenómeno que puede operar en diferentes aspectos, desde cuestiones medico-biológicas como los virus, hasta tendencias sociales derivadas de creencias y comportamientos. La idea clave del *contagio* se basa en la admisión de agentes externos y potencialmente dañinos a una entidad vulnerable, que va desde cualquier organismo vivo hasta estructuras sociales completas (Burt, 1992; 1999). En los rumores, creencias conspirativas, temas de moda etc., el contagio se da en la medida de que se admitan ciertas ideas como verdaderas sin la necesidad de comprobarlas en su totalidad.

El concepto de *contagio* (Burt, 1992; 1999) surge en las ciencias sociales a partir del *análisis de las redes sociales*, el cual explica los patrones de relaciones entre individuos que permite la propagación de la información o el ejercicio de la influencia y que se configura a partir de las posiciones estructurales de los individuos y sus vínculos (Watts, 2006).

A su vez, el mecanismo de contagio parece constituirse a partir de tres aspectos clave (Gladwell, 2000):

1. *los transmisores del mensaje*, se trata de actores de una red social que tienen mayores contactos sociales, una posición estructural privilegiada, mayor carisma personal y que deja sentir su influencia.
2. *el agente infeccioso*, el mensaje de todo contacto social debe implicar una disonancia cognitiva (Festinger, 1957), lo cual crea una explosión emocional que provoca, la dominación de ellas por el raciocinio.
3. *el contexto*, este debe de estar caracterizado por el desequilibrio estructural, definido como grado de *anomia*, el cual se constituye con un entorno carente de respeto a las reglas de intercambio social y más profundamente de deficiencia en la constitución de las reglas mismas (Goertzel, 1994).

En el caso de los acontecimientos ocurridos en *twitter* se cumple con estas tres características para que se diera el contagio:

- *Los transmisores de los rumores y creencias*, fueron líderes de opinión (periodistas y populares) que difundieron y le dieron relevancia al rumor difundándolo en sus espacios tradicionales y con mayor penetración en la población. Un caso ejemplar se puede configurar con la triada de acontecimientos de *twitter* arriba descritos, donde: 1) en *twitter* surgen rumores sobre violencia desbordada del crimen organizado, 2) algunos periodistas la condenan (p.e. *Ciro Gomez Leyva* y otros periodistas que trabajan en la cadena *Televisa*) y 3) los *twitter*eros los condenan provocando movilizaciones como *#ApagónTelevisa*, donde se exhorta a boicotear a la televisora.
- *El mensaje disonante cognitivamente*, normalmente para llegar a ser *trend topic* un tema tiene que caracterizarse por ser un poderoso gancho de atracción, jugando siempre con las tendencias recientes e históricas de la vida pública, a saber: la idea de que todo en el país es altanamente criticable, de que líder de opinión es corrupto, la tentación de maquinarse siempre una posible intriga, un complot.
- *El contexto*, el cual parece estar caracterizado por esta anomia social, donde los ciudadanos perciben grandes cantidades de corrupción en la estructura social, incapacidad en las autoridades, y en general un cúmulo de emociones como el miedo, la ira y la desesperanza ante un ambiente que se ha llamado y de facto constituido como un estado de guerra en algunas regiones del país, siendo un excelente caldo de cultivo para el contagio de estos rumores y creencias.

El impacto político de las redes sociales en Internet

Hay una gran cantidad de evidencia circunstancial sobre el impacto político de las redes sociales en Internet, a tal grado que parecen convertirse en un referente importante tanto para los ciudadanos como para las mismas empresas de medios de información. Sin embargo, ante este escenario surge la pregunta de saber *¿en que se basan los que dicen que las redes sociales tienen algún tipo de impacto político?* Más allá de la fuerza de los mitos fundacionales que ellos mismos, así como los usuarios de las múltiples aplicaciones que se usan (blogs, malis, foros, redes sociales, etc) han propagado en la política como historias de éxito.

Las propuestas de análisis que van surgiendo de manera continua parecen solicitar estudios empíricos más contundentes que respondan a la pregunta tentativa de *¿bajo qué condiciones las los acontecimientos de las redes sociales tienen algún tipo de impacto político?*

La pregunta planteada expone inicialmente tres problemas: 1) la descripción de las condiciones en la cuales las redes sociales tienen impacto, 2) la clasificación de los diversos tipos de impacto y 3) la descripción de la causalidad entre las condiciones y los tipos de impacto.

El primer problema, puede responderse implicando el mecanismo de contagio, expuesto líneas arriba. A saber, las condiciones ideales para que un acontecimiento ocurrido en una red social tenga algún tipo de impacto político son las relativas al contexto anómico en el intercambio social en el que la red se inscribe. Dicha anomia se podría caracterizar en dos tipos de contexto: a) el contexto social amplio, circunscrito a una comunidad, a un momento histórico determinado, a una coyuntura política etc. b) el contexto interno de la red, caracterizado por los elementos constitutivos de entorno en este caso virtual en el cuál es posible interactuar desde diversos tipos de identidad, anonimato y por lo tanto falta de *parresía*, que en el estricto termino de las teorizaciones de Michel Foucault (2004) representa la franqueza y la transparencia con la que un ciudadano manifiesta sus críticas, protestas, reproches etc. Que en el caso de las redes sociales se oscurece en los avatares y los *nicknames*, lo cual le permite cierto grado de impunidad.

El segundo problema, sobre la clasificación de los impactos puede partir de un marco ya existente (Staggenborg, 1995; Torres Nabel, 2010), de donde se pueden replantar los tipos de impacto y hasta índices de medición de los mismos, que *grosso modo* se presentan como: impacto mediático, impacto político, impacto cultural.

- En el primero, estaríamos hablando del índice de difusión tanto interna de la red social (p.e. los datos del analizador de trend topics en twitter), como el índice de citación en otros espacios virtuales, otras redes sociales, blogs, foros, páginas web, etc., hasta el índice de citación en otros espacios mediáticos tradicionales como tv, radio prensa escrita.
- El impacto político ser evidente en la magnitud de las movilizaciones sociales, el porcentaje de modificación o creación de leyes o políticas públicas, en el porcentaje de modificación de la agenda pública y finalmente en la traducción simple de votos en una elección.
- El tercer impacto, el cultural, es posible reconocerlo es los diversos tipos de conducta emanados de los acontecimientos, conductas que posteriormente se vuelven modelos de las mismas, que pueden operar lo mismo para la acción colectiva que para la mercadotecnia y en general cualquier tipo de intercambio social. Evidentemente estos se pueden traducir en actitudes y valores, pero sin duda sería difícilmente aprehensible.

Con los dos anteriores problemas resueltos, el planteamiento del tercero podría clarificarse gráficamente de la siguiente manera (Figura 2).

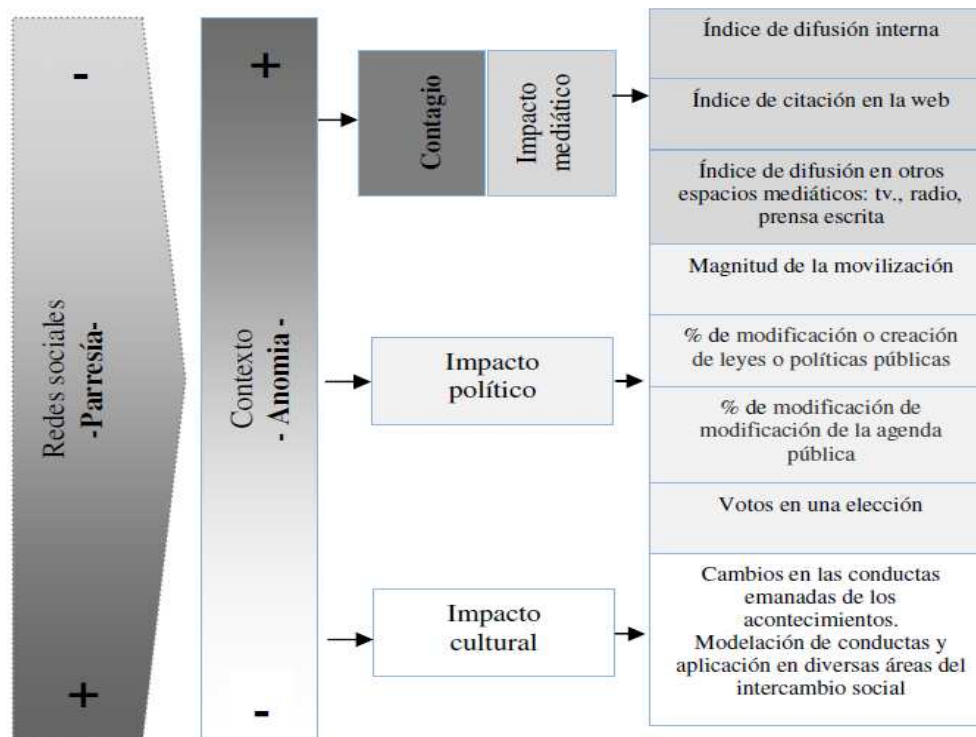


Figura 2. Marco de análisis sobre el impacto de las redes sociales

La Figura 2 expone una impronta de hipótesis que a su vez constituye un entramado de consecuencias de las que bien podrían surgir primeras premisas generalizadoras del fenómeno:

1. El tipo de impacto de las redes sociales dependerá del nivel de parresía que impliquen las aplicaciones, en este caso la transparencia y franqueza con que se conducen los usuarios; así como el nivel de anomia del contexto, en este caso la ausencia o no de leyes que se respeten y de confianza en las mismas.
2. Los niveles de impacto de las redes sociales son más deseables en la medida que influyan con mayor profundidad en los ciudadanos, siendo menor nivel un impacto de difusión cibernética marginal y un mayor nivel el cambio de conductas y creación de modelos de intercambio social.
3. A menor nivel de parresía en una red social y mayor nivel de anomia en el contexto, más mediático será el impacto de la misma, ya que solo se enfocará en el contagio de los rumores y el agrandamiento de las creencias.

4. A mayor nivel de parresía en las redes sociales y menor nivel de anomia en el contexto, el impacto de la red social estaría más en el nivel de lo cultural, en el cual se fomentaría un cambio de conducta y actitud.
5. El mecanismo de contagio aparece solo en contextos en los cuales el anonimato y la falta de confianza en las reglas sociales, permiten la diseminación poco racional, emocional, derivada de las disonancias cognitivas (como se mencionaba líneas atrás) de rumores y creencias.
6. El impacto propiamente político dependerá del equilibrio entre parresía y anomia.

A partir de estas consecuencias hipotéticas es posible analizar una buena cantidad de acontecimientos ocurridos en las redes sociales, y poder formular un cierto tipo de explicación causal. Por explicación causal se debe entender como la correlación existente entre dos variables que den un resultado determinado (Elster, 1989).

En función de esta hipótesis, pueden explicarse los casos aquí expuestos sobre lo ocurrido con *twitter* en México.

1. La aplicación *twitter* permite un cierto grado de anonimato que a su vez produce altos niveles de parresía impidiendo saber con claridad quien dice que cosas y desde que intereses. En ese mismo sentido, los usuarios de Internet suelen comportarse esquivamente y viseralmente, ocultándose en diversos avatares, nicknames y una gran cantidad de identidades digitales, mediante las cuales protestan, critican, opinan y agreden sobre cualquier tema de la vida pública.
2. A su vez, el ambiente de “guerra contra el crimen organizado” que desde el 11 de diciembre de 2006 el gobierno e Felipe Calderón ha creado en México, aunado con los 22 mil 700 asesinatos ligados a dichas razones^{xxi}, que junto con la los altos niveles de corrupción que privan en el país, medidos con un 3.6 rankeando a México en el lugar 72 de 180 países según Transparencia Internacional^{xxii}, parece ser un excelente caldo de cultivo para que desde la poca parresía de las redes sociales, se provoquen verdaderos rumores corrosivos que ponen a la sociedad en estado de paranoia continua, como lo reportan los casos de Tamaulipas y Morelos, donde los rumores provocaron verdaderos “toques de queda” civiles.
3. En suma, el recuento puntal de los hechos apunta a que ambos aspectos: parresía y anomia, parecen ser la clave del *contagio* de rumores y creencias de la vida pública, que a su vez son el impacto menos deseable para el uso de las redes sociales en Internet.

A manera de conclusión

Parfraseando a Paul Virilio (1998) los hechos se hunden hoy en un aventurismo tecnológico que los desnaturaliza, ¿hechos en el límite? ¿exageración de los hechos? El problema es que los fenómenos sociales relativos a Internet, o mejor dicho los efectos que distintas aplicaciones cibernéticas como las redes sociales siguen un tanto oscurecidas por la parafernalia de sus triunfos y sus detracciones, donde son exaltadas y satanizadas, marginadas y centralizadas.

Sin embargo, entre el continuo rascar de los rumores, parece olvidarse, que inherente al sentido de lo político (Canneti, 1960; Mouffe, 1993) y opuesto a “la política como propuesta de orden” se encuentran los conflictos humanos, el antagonismo continuo y la lucha constante. Es por tanto entender a las redes sociales como manifestaciones de lo político, traducidas en mecanismos propios de su contexto y su naturaleza, como lo muestra el contagio de rumores y creencias en el *twitter* del México del siglo XXI, en plena plan de “guerra contra el crimen organizado”, en celebrante “guerra contra la memoria independiente y revolucionaria”, en constante paso a ser una “sociedad democrática y moderna” trasladando la lucha al monitor.

Como conclusión de lo escrito suena sensata una cita al gran escritor Francés de finales del siglo XX, Michel Houellebecq (2000) que en su “Opera Bianca” dice enigmáticamente:

En ausencia de conflictos, aparece y se desarrolla un mundo. La red de interacciones envuelve el espacio, crea el espacio con su desarrollo instantáneo. Observando las interacciones conocemos el mundo. Definiendo el espacio mediante los datos observables, en ausencia de contradicciones, proponemos un mundo del que podemos hablar. Llamamos a ese mundo <<la realidad>>

Notas

ⁱ Universidad de Guadalajara, México.

ⁱⁱ www.twitter.com

ⁱⁱⁱ Evidentemente también podríamos hablar de *facebook*, *hi5*, etc. sin embargo el hecho de que trate el tema de *twitter* es debido a dos razones: 1) su impacto mediático en temas de la vida pública y 2) las diversas herramientas sobre esta aplicación que han dado con excelentes mediciones de su impacto como los denominados “trend topics” y las diversas herramientas complementarias de la aplicación.

^{iv} Ver Torres Nabel, 2010

^v <http://trendistic.com/> con el cual se analiza el impacto de los diferentes tópicos catalogados como “trending topics” (lo cual implica temas con un alto grado de mención en la red)

^{vi} Cálculo obtenido por <http://www.santiagosarceda.com/blog/tag/twitter/>

^{vii} http://www.bbc.co.uk/mundo/participe/2009/10/091024_0046_mexico_impuestos_twitter_jrg.shtml

^{viii} Logro que se vio empañado con el hecho de si gravar telefonía y televisión por cable, lo cual implica que los usuarios de Internet que contratan el servicio en paquete, no verán reflejado de facto el hecho de que para ello no hubo aumento de impuestos.

^{ix} <http://www.milenio.com/node/324977>

^x Lo cual no necesariamente se podría entender con los marcos conceptuales existentes al respecto, pero sin duda si ameritarían un estudio aparte sobre la transformación de la acción colectiva a partir de las redes sociales en Internet.

^{xi} Término derivado del carácter hipertextual de Internet, entendido como la propiedad de los sitios web y cualquier espacio de Internet de ligarse a otros a través de direcciones electrónicas, o incluso ligar espacios internos del mismo sitio a través de direcciones específicas.

^{xii} Sin duda un tema para análisis posteriores

^{xiii} <http://impreso.milenio.com/node/8725469>

^{xiv} <http://www.eluniversal.com.mx/notas/676147.html>

^{xv} Programa televisivo “Tercer Grado”, Televisa.

^{xvi} http://blogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle10745.html

^{xvii} http://www.regeneracion.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=89:dos-empresas-controlan-la-television-en-mexico&catid=62:medios&Itemid=86

^{xviii} <http://twitter.com/#search?q=%23accionescolectivas>

^{xix} <http://www.anciudadana.org>

^{xx} Fuente: Parametría, septiembre de 2006.

^{xxi} <http://www.eluniversal.com.mx/estados/75515.html>

^{xxii} <http://www.transparency.org/>

Referencias

BURT, R. (1992) *Structural Holes*. Cambridge: Harvard University Press.

BURT, R. (1999) “The social capital of opinion leaders”. *Annals AAPSS*, 566 (37-54).

CASTELLS, M. (2001) *La Galaxia Internet*. Barcelona: Areté.

ELSTER, J. (1989) *Tuercas y tornillos*. Gedisa: Barcelona.

FARRELL, H. & DREZNER, D. (2008) “The power and politics of blogs”. *Public Choice* 134: 15-30.

FESTINGER, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

-
- FOUCAULT, M. (2004) *Discurso y verdad en la antigua Grecia*. Barcelona: Paidós.
- GLADWELL, M. (2000) *The Tripping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*, NY: Little, Brown.
- GOERTZEL, T. (1994) "Belief in Conspiracy Theories". *Political Psychology*, 15: 733-744.
- HOUELLEBECQ, M. (2000) *El mundo como supermercado*. Barcelona:Anagrama.
- NEGROPONTE, N. (1995) *Being digital*. New York: Knopf.
- STAGGENBORG, S. (1995) "Can Feminist Organizations be Effective?" in *Feminist Organizations*. ed. Myra Marx Ferree and Patricia Yancey Martin. Philadelphia: Temple University Press. 339-355.
- TORRES NABEL, L.C. (2009) *Difusión de creencias conspirativas en la blogósfera: El caso de la creencia de fraude electoral en las elecciones presidenciales de 2006 en México*. IV Congreso de la Cibersociedad 2009. Observatorio para la Cibersociedad. Noviembre, 2009. En línea: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/difusion-de-creencias-conspirativas-en-la-blogosfera-el-caso-de-la-creencia-de-fraude-electoral-en-las-elecciones-presidenciales-de-2006-en-mexico/511/>
- TORRES NABEL, L. C. (2010) "Ciberprotestas y consecuencias políticas", en *Revista Mexicana de Comunicación on line*, México, febrero 2010. En línea: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc_ciberprotestas.html
- WATTS, D. (2006) *Six degrees. The science of a connected age*. NY: W.W. Norton & co. [Edición en castellano] *Seis grados de separación . La ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona: Paidós transiciones.