



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR

ÁREA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y  
HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA

POSGRADO EN CIENCIAS SOCIALES: DESARROLLO SUSTENTABLE Y  
GLOBALIZACIÓN

**TESIS**

NUEVAS FORMAS DE MOVILIZACIÓN SOCIAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA  
IMPULSADAS POR TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.  
LOS CASOS DE CABO PULMO Y SIERRA DE LA LAGUNA

QUE COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES  
ORIENTACIÓN EN GLOBALIZACIÓN

PRESENTA:  
CHIKARA YANOME TODA

DIRECTOR  
DR. RUBÉN OLACHEA PÉREZ

LA PAZ, BAJA CALIFORNIA SUR, DICIEMBRE DE 2014

## ÍNDICE

Índice de figuras: .....	iv
Índice de tablas: .....	v
Abreviaturas .....	vi
RESUMEN .....	1
INTRODUCCIÓN .....	2
<b>CAPÍTULO 1: La arquitectura e ingeniería de la red .....</b>	<b>7</b>
1.1. Teoría de grafos.....	7
1.2 . Topología de la red.....	9
1.3. La evolución de la arquitectura de Internet hacia web 2.0.....	11
1.3.1 Infraestructura física .....	12
1.3.2 Tecnología para la conectividad .....	15
1.3.3 Papel del usuario .....	14
1.4 La red distributiva .....	16
1.5 las formas de la web 2. 0 .....	17
<b>CAPÍTULO 2: Tecnología y nuevas formas de relacionarnos con el entorno .....</b>	<b>21</b>
2.1. La tecnología como extensión de los sentidos.....	21
2.2. Un nuevo entorno, una nueva cultura.....	22
2.2.1 Teoría del medio .....	22
2.3 Los memes y la viralidad.....	27
2.4 Acciones desde la red.....	29
2.4.1 . Flashmobs.....	29
2.4.2. Ciberturbas .....	31
2.5 Activismo en línea .....	32
2.5.1 Hactivismo.....	33
2.5.2 Prosuming .....	35
2.6 Periodismo participativo .....	36

<b>CAPÍTULO 3: Internet como espacio de generación de opinión pública .....</b>	<b>41</b>
3.1. Teoría del grupo producto y teoría eulogística .....	44
3.2. Redes complejas.....	48
<b>CAPÍTULO 4: Sociedad en movimiento .....</b>	<b>51</b>
4.1. Movimientos sociales en la era de la globalización .....	51
4.2. Participación ciudadana.....	60
4.2.1 Participación ciudadana, gobierno y medios electrónicos .....	63
<b>CAPÍTULO 5: Metodología</b>	
5.1. Metodología y organización del trabajo .....	66
5.2. Descripción del conflicto o el “ <i>enjeu</i> ” Cabo Pulmo .....	68
5.2.1 Parque Nacional Cabo Pulmo .....	68
5.2.2 Cabo Cortés .....	69
5.2.3 El conflicto visto desde la red .....	70
5.3. Identificación de estrategias 2.0.....	72
5.4. Tendencias del tema en Internet.....	76
5.5. Descripción del conflicto o el “ <i>enjeu</i> ” Sierra de La Laguna .....	81
5.5.1 La Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna.....	81
5.5.2 Minera Paredones Amarillos.....	83
5.5.3 Minería a cielo abierto desde las organizaciones sociales .....	85
5.6. Identificación de estrategias 2.0 en el conflicto .....	88
5.7. Tendencias de búsqueda para Sierra de La Laguna .....	90
5.8. Cruce de tendencias de búsqueda en Internet .....	92
5.9. Método Delphi .....	94
CONCLUSIONES .....	98
BIBLIOGRAFÍA .....	102
GLOSARIO .....	168

## Índice de figuras

Figura 1 Croquis de los puentes de Konigsberg y representación euleriana .....	8
Figura 2 Evolución de topología de Internet .....	11
Figura 3 El mundo submarino de Internet .....	13
Figura 4 Días transcurridos para llegar a las 100 millones de visitas .....	27
Figura 5 Pirámide 1-9-90 .....	42
Figura 6 La elección de la participación frente a la regla de 1-9-90.....	42
Figura 7 Principio del mundo pequeño .....	49
Figura 8 Ejemplo de rizoma, raíz de bambú .....	56
Figura 9 Tendencia de búsqueda a través del tiempo: Cabo Pulmo .....	77
Figura 10 Tendencia de búsqueda a través del tiempo: Cabo Pulmo + Cabo Cortes .....	77
Figura 11 Tendencia de búsqueda; Paredones Amarillos + Sierra de La Laguna .....	90
Figura 12 Tendencia de búsqueda a través del tiempo: Cabo Pulmo + Cabo Cortes + Paredones Amarillos + Sierra de La Laguna .....	93

## Índice de tablas

Tabla 1 Formatos de contenidos generados por el usuario .....	18
Tabla 2 Plataformas de distribución de contenidos generados por el usuario .....	19
Tabla 3 Un enfoque antropológico de interpretar la cibercultura .....	26
Tabla 4 Servicios del gobierno electrónico .....	65
Tabla 5 Cabo Pulmo: Actores sociales y sus herramientas 2.0 .....	73
Tabla 6 Cabo Pulmo: Actores sociales y sus herramientas 2.0 (continuación 1) .....	74
Tabla 7 Cabo Pulmo: Actores sociales y sus herramientas 2.0 (continuación 2) .....	75
Tabla 8 Interpretación de claves .....	78
Tabla 9 Tabla de actores sociales.....	88
Tabla 10 Sierra de La Laguna: Actores sociales y sus herramientas 2.0... ..	89
Tabla 11 Interpretación de gráfica de tendencia de búsqueda. ....	91

## ABREVIATURAS

AIDA	Asociación Interamericana de Derecho Ambiental
AMIPCI	Asociación Mexicana de Internet
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
CEMDA	Centro Mexicano de Derecho Ambiental
CONACYT	Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología
CONANP	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
MIA	Manifestación de impacto ambiental
OCDE	Organización para el Comercio y Desarrollo Económico
ONU	Organización de las Naciones Unidas
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
UABCS	Universidad Autónoma de Baja California Sur
UCC	User Created Content
UCG	User Generated Content
UCLA	University of California in Los Angeles
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WWW	World wide web

## RESUMEN

La presente investigación busca describir características de acciones colectivas impulsadas desde las redes sociales generadas por las tecnologías de la información y la comunicación, su posible tránsito del espacio virtual al espacio real y su campo de influencia, mediante la contrastación de estudio de los casos en torno a La Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna y Parque Marino Cabo Pulmo en el lapso de los años 2010 a 2012.

La investigación considera el rápido desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de la información como un detonador para la construcción nuevas formas colectivas de expresión y organización de la sociedad. La creciente portabilidad y conectividad sumada al desarrollo de la llamada web 2.0 o contenidos generados por el usuario<sup>1</sup>, ha facilitado el acceso a la información y la conexión entre personas con intereses comunes en tiempo real y con disminución de la barrera geográfica, lo cual ha permitido nuevas formas de organización colectiva.

Gracias a la web 2.0 personas del otro lado del planeta pueden enterarse de manera casi instantánea de los planteamientos y testimonios de comunidades, de las organizaciones ambientalistas o de una compañía minera en torno a una Reserva de la Biósfera como lo es la de la Sierra de La Laguna, para emitir una opinión, replicar o producir información o hacer un llamado a la acción. ¿Cuáles son las herramientas y los mecanismos que hacen posible que esa información llegue al otro lado del planeta? ¿Qué hace que una persona en otro continente se interese por la comunidad de Cabo Pulmo y se sume a una acción cibernética? Estos cuestionamientos son los que se exploran en esta investigación

Las conclusiones buscan contribuir a la discusión sobre la construcción del concepto de los nuevos movimientos sociales en la era de la globalización, en particular con la idea de las posibilidades de transformación de la acción colectiva generada a través de las redes distributivas de contenidos generados por el usuario o web 2.0 .

---

<sup>1</sup> En el presente documento la palabra “usuario” se utiliza para referirse a la persona que utiliza los servicios de Internet y www.

## **INTRODUCCIÓN**

El proceso de globalización muestra signos paulatinamente más visibles, no sólo en la economía y la política, sino también en el ámbito social y cultural. Con las herramientas que brindan las tecnologías de la información y comunicación, siempre en rápido y constante desarrollo, el planeta se ha transformado en mundo cada vez más interconectado.

En el contexto de la sociedad globalizada, en las últimas décadas se han observado acciones colectivas que han utilizado las herramientas tecnológicas de comunicación para su difusión, organización y propagación. Acciones o movimientos locales se han vuelto visibles a nivel regional o mundial gracias al uso de la telefonía celular o Internet. Eventos cuya difusión dependía anteriormente de los medios masivos de comunicación ahora son transmitidos en vivo por los propios participantes desde sus aparatos móviles o computadoras personales, capaces de transmitir imágenes, audio o datos de manera casi instantánea a cualquier parte del mundo.

La presente investigación explora las nuevas formas de movilización social y participación ciudadana generadas por el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, particularmente de la web 2.0, tomando casos específicos de dos conflictos ambientales en la sociedad sudcaliforniana entre los años 2010 y 2012.

En el Parque Nacional Cabo Pulmo la empresa GRE Hansa Baja Investments pretende construir el complejo turístico Cabo Cortés, con una infraestructura cercana a los 30 mil cuartos en un espacio de 3,800 hectáreas aproximadamente, por otra parte la comunidad de la región busca defender su propia perspectiva de desarrollo con el apoyo de organizaciones de la sociedad civil. La decisión para realizar el proyecto se encuentra en manos de instancias gubernamentales tanto estatales como federales



En el caso de la Reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna la empresa Minera Paredones Amarillo, de la compañía Vista Gold pretende realizar un proyecto de explotación para la extracción de oro. Un sector de la sociedad civil sudcaliforniana no está de acuerdo con el proyecto por el impacto ambiental que puede ocasionar en la región en el corto, mediano y largo plazo para futuras generaciones. Al igual que el caso anterior la decisión está en manos de instancias gubernamentales.

En ambos casos se han generado acciones colectiva que buscan influir en los tomadores de decisiones, tanto en el ámbito político, como en el de la iniciativa privada. A las formas de movilización tradicional, como son las marchas, plantones, pintas o manifestaciones, se suman algunas nuevas expresiones, una presencia visible del conflicto en redes sociales: a través de páginas personales, *microblogging*, mensajes de texto y blogs personales se comparte información, se convoca a ciberacciones, se debate y se hace un llamado a la acción, “se transita del espacio virtual al espacio urbano”. (Castells, La Sociedad Red, 2006)

Si bien la tesis no se enfoca primordialmente en los detalles de las tecnologías de la información y la comunicación, si presenta los aspectos que hacen que sean una herramienta diferente y de gran influencia en la acción colectiva. Adicionalmente se expone como el rápido avance tecnológico, el desarrollo de nuevas plataformas, basadas en un enfoque activo y colaborativo del usuario, ha llevado a la expansión de lo que se conoce coloquialmente como web 2.0 y de forma más específica como contenidos generados por el usuario o UCG del inglés *user generated content*. En la última década web 2.0 se ha convertido en el área de Internet con mayor flujo de usuarios, por arriba de los servicios de correo electrónico y transmisión de datos.

Web 2.0 implica una actitud diferente del usuario, modifica su relación con la información y con la forma de vincularse con el entorno virtual. Comprende las plataformas que permiten publicar contenidos: portales de alojamiento de fotos, audio y video como

Youtube, Instagram, Flickr; redes sociales como Facebook y Twitter; servicios de construcción colectiva en modalidad wiki como Wikipedia, entre otros. Cada uno de estos servicios se basa en la colaboración del usuario y su conexión con comunidades o redes, asimismo la experiencia del usuario enriquece a la plataforma misma.

Por su reciente y súbita aparición, así como su permanente cambio, el impacto de esta forma de comunicarse y acceder a la información sigue siendo motivo de estudio. Hechos recientes, donde el instrumento de movilización social ha sido el uso de las redes sociales plantean preguntas acerca de los alcances del UGC. La llamada “primavera árabe” en medio oriente, #YoSoy132 en México son ejemplos recientes de acciones orquestadas con apoyo de web 2.0.

Instancias internacionales han puesto la mira en web 2.0 y reconocen que hay un potencial sin precedentes. En diciembre de 2011 la oficina del Voluntariado de las Naciones Unidas emitió su “V Informe sobre el Voluntariado en el Mundo”, en donde menciona cómo la globalización y la era digital está cambiando el rostro del voluntariado. (ONU , 2011) Una nueva forma de voluntariado, el voluntariado en línea, va en aumento tanto en países desarrollados como en países en vías de desarrollo y sus efectos empiezan a tener presencia de manera global. Las redes sociales han contribuido a generar voluntariado en línea en temas de toda índole incluido el económico, político, cultural y ambiental. En el sector privado el surgimiento del voluntariado corporativo es una de las expresiones. No es casualidad que organizaciones con presencia mundial como Greenpeace o Amnistía Internacional tengan en sus portales opciones para hacer activismo en línea generando un nuevo tipo de voluntario: el ciberactivista.

Aún en países donde la infraestructura y la conectividad son limitadas, hay actividad en línea. En México la cifra de usuarios registrados de Internet rebasó los 40 millones en 2012 (AMIPCI) De ellos 9 de cada 10 tiene una cuenta en redes sociales, los usuarios pasan en promedio más de 4 horas al día conectados a redes sociales, siendo Facebook, Youtube y

Twitter las más populares. En 2012 México se convirtió en el país número siete por su cantidad de usuarios en Twitter. (AMIPCI) Algunos tomadores de decisiones están incluidos en el uso de estos servicios, publicando comentarios y mensajes en redes sociales, entre ellos se incluye a Felipe Calderón, quién cuenta con más de 1,700,000 seguidores en Twitter y ha publicado más de 2280 tweets hasta mayo de 2012.

Partidos políticos, gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil también han utilizado Internet y las redes sociales como plataforma para hacerse de partidarios a sus planteamientos, generar fidelidad a sus productos, así como para la recaudación de fondos.

En el ámbito académico se han desarrollado enfoques, definiciones y conceptualizaciones sobre los movimientos sociales y los nuevos movimientos sociales, sin embargo algunas de las características de las formas de acción colectiva de las últimas décadas parecen no poderse explicar desde esas miradas y empieza a tener mayor presencia la idea de los novísimos movimientos sociales propios del contexto de la sociedad globalizada, los cuales, entre una de sus características es el uso de los medios electrónicos como plataforma de comunicación y organización.

Con el análisis de la influencia de web 2.0 en la acción colectiva de los casos mencionados se busca contribuir al tema del impacto de UGC y aportar elementos a la discusión sobre los llamados novísimos movimientos sociales.

### Objeto de estudio

En el presente estudio se analizará el uso de las plataformas web 2.0 surgidas en las tecnologías de la información y la comunicación, para el impulso de la acción colectiva, particularmente en los casos del Parque Nacional Cabo Pulmo y el proyecto Cabo Cortés así como con la Reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna y el proyecto de Paredones Amarillos.

### Objetivos

- Identificar las herramientas de la web 2.0 que permiten impulsar la acción colectiva en torno de las problemáticas del Parque Nacional Cabo Pulmo y La Reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna.
- Identificar características de la acción colectiva generada en la web 2.0 en torno de las problemáticas del Parque Nacional Cabo Pulmo y La Reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna.
- Describir las características de la acción colectiva de la sociedad civil organizada generadas desde las tecnologías de la información y comunicación con la finalidad de diferenciar su potencial influencia en el público en general, actores sociales y tomadores de decisiones.

## **Capítulo 1. La arquitectura e ingeniería de la red**

El presente capítulo plantea una visión de la evolución de Internet visto desde su topología apoyado en tres categorías para el análisis: infraestructura física, tecnología para la conectividad y papel del usuario. La idea de topología de la red debe verse como una línea transversal por la cual ha transitado la propia evolución de Internet, y que permite explicar la tendencia del uso de Internet como una red con carácter distributivo.

El capítulo inicia con la teoría de grafos como base para abordar la topología, presenta el concepto de contenidos generados por el usuarios (del inglés: *User generated content*) o web 2.0 para hacer referencia a las herramientas de la propia Internet y su utilización en una red distributiva. La idea de una red distributiva es la base para poder comprender las redes sociales y su potencial para generar movilización en y desde Internet.

### **1.1 Teoría de Grafos**

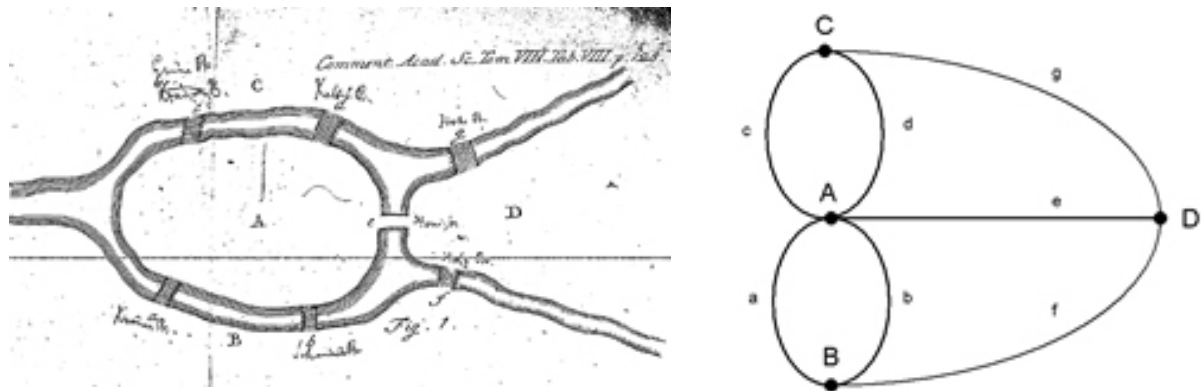
Para comprender cabalmente la topografía de Internet, el uso de la teoría de grafos resulta de gran utilidad, asimismo para profundizar acerca de la interpretación de la web 2.0 como una red compleja. El problema de los siete puentes de Königsberg abordado por Euler es frecuentemente citado como el inicio hacia la creación de la Teoría de grafos. El planteamiento del problema es el siguiente:

En Königsberg existe una isla que es rodeada por un río que se divide en dos brazos, sobre los brazos se han construido siete puentes, el reto consiste en hacer un recorrido y regresar al punto de partida atravesando los puentes tan sólo una vez cada uno. Para el estudio del

problema Euler realizó una representación gráfica donde asignó una letra a cada región y líneas que representaban los puentes.

Figura 1.

Croquis de los puentes de Königsberg y representación de Euler



Tomado de: <http://analisisredes.naya.org.ar/>

En el caso de los puentes de Königsberg a la isla A llegan cinco puentes; a la B llegan tres puentes; a la orilla C llegan tres puentes y a la orilla D llegan tres puentes, por tanto, al ser más de dos vértices impares, el problema no tiene solución. Euler concluye y demuestra que no es posible hacer el recorrido.

Un grafo es una representación de una colección de objetos llamados vértices o nodos por líneas a las que se les denomina aristas, consecuentemente el estudio de sus propiedades constituyen lo que se denomina Teoría de Grafos, cuyas aplicaciones se extienden al campo de las matemáticas, la electrónica, la computación y recientemente en el campo de el análisis de redes.

En un grafo lo esencial es el dibujo, la forma de las aristas no es relevante, lo importante es la conectividad, es decir que nodos están conectados entre sí. El acomodo de los nodos no es importante aunque puede manipularse para obtener un grafo más claro. En términos

prácticos se utiliza para modelar redes carreteras, de alcantarillado, circuitos eléctricos y ahora, nodos de redes informáticas.

En teoría de grafos: Un camino no nulo cuyo recorrido empieza y termina en el mismo nodo y que no repite ninguna arista se llama *ciclo*. Conocidos como ciclos eulerianos. Se denomina *grado* al número de aristas que posee un nodo.

El problema de los siete puentes de Königsberg no conforma un ciclo ya que no tiene solución posible, es un camino nulo.

Un ciclo euleriano es posible solo cuando todos sus nodos son pares o bien cuando no hay más de dos nodos con un grado impar y en este caso el comienzo del recorrido comienza en uno de ellos y termina en el otro. Es imposible si hay más de dos nodos impares.

La teoría de grafos es la base mínima para interpretar tres elementos vitales de esta investigación: la topografía de la red, la tematización y las redes complejas.

## **1.2 Topología de la red**

El origen de la idea de lo que ahora conocemos como Internet se gesta en el contexto de la guerra fría, bajo la premisa de crear sistemas de comunicación que puedan mantener su funcionamiento aún a pesar de un ataque masivo. Con ese antecedente Paul Baran plantea un modelo de redes de comunicación capaz de sobrevivir a la destrucción de uno de sus nodos y sus nexos correspondientes. Particularmente propone el uso de computadoras digitales y un modelo de red distributiva basado en la idea de la redundancia, como contrapunto a los modelos centralizados y descentralizados de comunicación que no resolvían el asunto de un posible ataque (RAND).

En su modelo, Baran propone que la información debe de ser enviada fragmentada en paquetes, de manera que no se pierda el entero de la comunicación al romperse un nexo. Las computadoras digitales hacen esto posible. Lo anterior combinado con el establecimiento de una red distributiva, donde exista una cantidad finita de nodos enlazados entre sí por múltiples conexiones lo que permitiría que existan más de un camino para hacer llegar paquetes de información a su destinatario por distintas vías, incluso de manera redundante.

Con esas bases conceptuales al final de la década de los años 60 el proyecto ARPANET se erige como la primera red de computadoras conectadas a larga distancia al lograr enlazar la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA) con el Stanford Research Institute. Posteriormente ARPANET deriva en lo que conocemos como Internet, una red global de computadoras centrales conectadas entre sí, a las cuales los usuarios podían acceder a información previamente colocada por profesionales expertos en la materia. Este es un momento donde Internet se desenvuelve como una red centralizada. (*Figura 2*)

Al tiempo que la tecnología se desarrolla e Internet adquiere popularidad y empieza su masificación, la red evoluciona hacia un carácter descentralizado, (*Figura 2*) donde las computadoras centrales y los profesionales en sistemas computacionales y web managers van cediendo su papel protagónico, gracias a la creación de programas y aplicaciones que permiten al usuario común la publicación de sus propias páginas: aparecen los blogs.

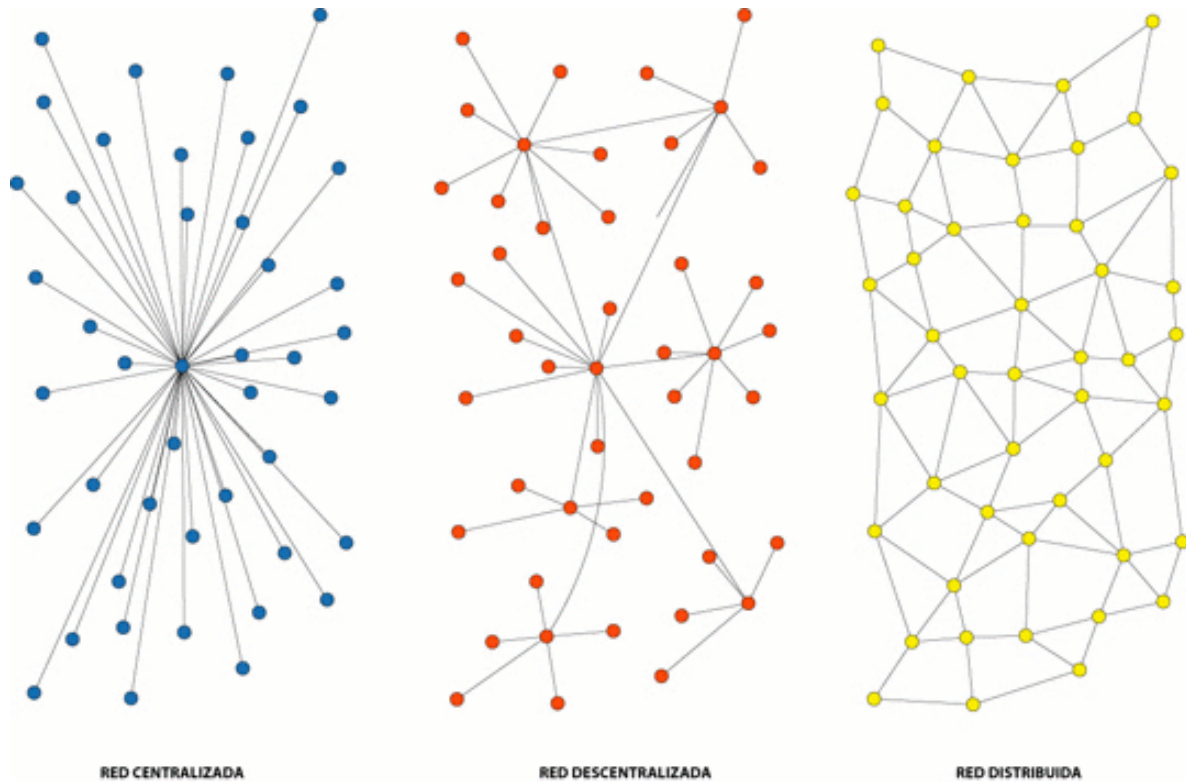
Un tercer momento de la evolución de la red es su tránsito hacia una red distributiva, donde el trinomio: computador – usuario - conectividad se mantiene como constante, pero el flujo de la comunicación ya no depende de una computadora central, ahora se presentan múltiples caminos para llegar de usuario a usuario.



Figura 2

Evolución de desarrollo de la topología de Internet.

Interpretación desde teoría de grafos.



Tomado de: (Castells, El poder de las redes, 2009)

### 1.3 Evolución de la arquitectura de Internet hacia web 2.0

Es necesario un análisis de la evolución de Internet para llegar a comprender el concepto web 2.0 o contenidos generados por el usuario. Para ello se presentan tres categorías de análisis:

- Infraestructura física
- Tecnología para la interactividad
- Papel del usuario

### 1.3.1 Infraestructura física

Una condición necesaria para el funcionamiento de Internet es contar con una red física de computadoras u ordenadores que funcionen como servidores y almacenaje de base de datos, así como de medios de enlace ya sea vía cable, satélite o fibra óptica.

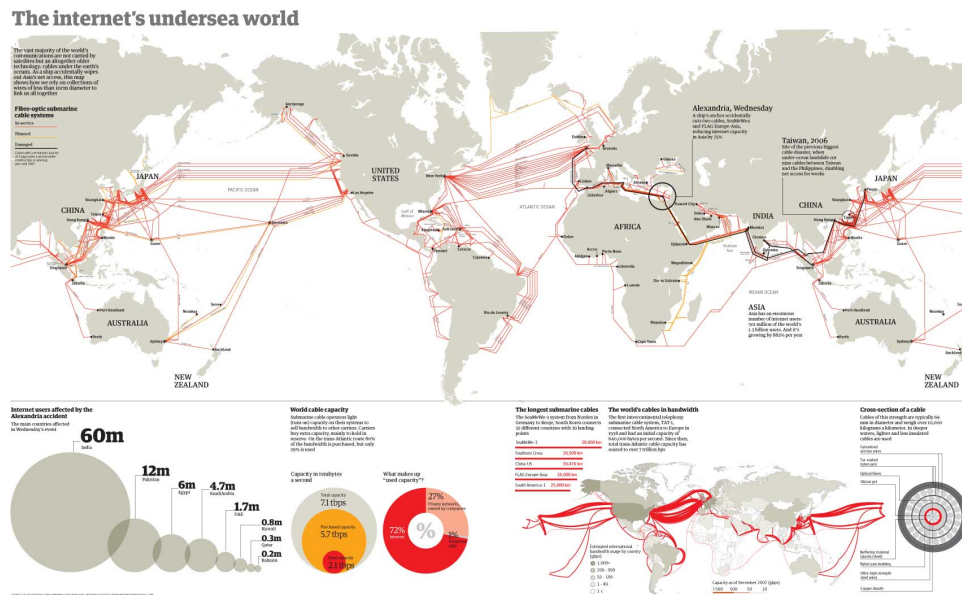
En los inicios de Internet la comunicación entre computadoras se realizaban mediante la ya establecida red de líneas telefónicas, se trataba de una adaptación a una infraestructura ya establecida, para mejorar su eficiencia actualmente se utiliza primordialmente la fibra óptica diseñada ex profeso. *“Si Internet es un fenómeno global es porque existen cables bajo los océanos; son el medio fundamental de la aldea global.”* (Blum, 2013)

A su vez la infraestructura requiere un sitio geográfico donde alojar los datos de forma digitalizada, datos que necesitan ser alojados físicamente en grandes computadoras. The Dalles en el estado de Oregon, en los Estados Unidos de Norteamérica es el sitio donde duermen los datos de Google, a pocas millas se encuentran las bases de datos de Yahoo!, Microsoft y Facebook. Se trata de grandes complejos conectados entre sí por una red de fibra óptica, conectada a su vez a servidores y esta a los usuarios. La infraestructura de la más moderna red global de comunicaciones se sustenta física y materialmente en un gran conjunto de cables conectados entre sí, una red descentralizada de cable submarino que une servidores y bases de datos distribuidos a nivel mundial.

La capacidad distributiva de la red, se ve limitada por la propia infraestructura y arquitectura con la que está diseñada y operando la Internet, así como la capacidad de proveer energía a todo el sistema. Google y Yahoo! seleccionaron la región de Oregon ya que la generación de energía eléctrica tiene un excedente ideal para mantener sus complejos de bases de datos. (Blum, 2013)

Los usuarios de Internet son, necesaria e inevitablemente, usuarios de fibra óptica, complejos con bases de datos de ordenadores, servidores y proveedores de Internet, cuyas características, propiedad, alcances o limitaciones son difícilmente observables o conocidas por el usuario. (Blum, 2013) En la figura 3 se puede observar el entramado de la fibra óptica submarina por la cual transitan los datos de Internet, donde resalta mayor cantidad de conexiones entre los lugares con mayor flujo de información, es decir, Europa occidental con la costa este de los Estados Unidos por un lado, y la región Asia –Pacífico con la costa Oeste de los Estados Unidos

Figura 3  
El mundo submarino de Internet



Tomado de: The Guardian

### 1.3.2 Tecnología para la interactividad

Desde la Honeywell DDP-516 que permitió el arranque de ARPANET y cuyo peso es de cerca de los 400 kilos a los Smartphones actuales, de apenas unos cientos de gramos, ha habido una evolución evidente. Más allá de detallar la tecnología que ha hecho posible el cambio, el resultado es la facilidad con que una persona puede comunicarse con otra para el envío de imágenes, video, documentos, voz y sus combinaciones, de manera casi inmediata y potencialmente a cualquier parte del mundo donde exista conexión a Internet.

El desarrollo de las tecnologías inalámbricas como WI-FI o Bluetooth, permiten que, ya sea desde un ordenador de escritorio, una *lap top*, una *tablet* o un teléfono celular, se pueda acceder a la red global sin depender de estar en un mismo sitio o conectado físicamente a un cable. Por primera vez se cuenta con una tecnología que permite ir más allá de la descentralización, como lo visionaba Baran, al convertirse cada aparato conectado, en un nodo de una red distributiva. Adicionalmente el aparato puede tener una característica portable o móvil, como es el caso de los celulares y *tablets*.

En estos más de 50 años, la evolución de la tecnología de Internet ha logrado que el 38% de la población mundial sea usuaria de los servicios que ofrece. Para finales del año 2013 se calcula en 2,802, 478, 934 el número de usuarios de Internet a nivel mundial (Internet World Stats), esto es el número potencial de nodos de la red distributiva global.

La aportación de los desarrolladores, ya sean individuos o empresas, a la evolución de Internet ha mantenido la tendencia a la creación de programas y aplicaciones que impulsan una mayor participación del usuario. Al formato del portal creado por expertos se suman plataformas que permiten la interactividad entre usuarios, eliminando la barrera de la necesidad de ser experto para publicar; facilitan la utilización de recursos multimedia, la personalización de las propias plataformas, la multi-edición y retroalimentación. (Caldevilla, 2010)

### 1.3.3 Papel del usuario

El cambio de mayor importancia para diferenciar la evolución en Internet es el rol del usuario en el uso de sus servicios. Tanto en una con carácter red centralizado y en una red descentralizada, el papel del usuario es pasivo, restringido por la propia arquitectura de la red, es un receptor de información generada por expertos. Su actividad se concentra en buscar información que otras personas han colocado. El portal de las empresas, universidades o gobiernos es el formato más común en esta etapa.

La Organización para el Comercio y Desarrollo Económico (OCDE) identifica el rápido crecimiento de los servicios ofrecidos en Internet que impulsan al usuario a colaborar, crear o distribuir sus propios contenido en la red. (OCDE, 2006) utilizando el término “*User Created Content*” (UCC) para definir la nueva actitud del usuario en la Internet actual.

La OCDE define para el UCC tres elementos mínimos:

- Contenido hecho público a través de Internet.
- Esfuerzo creativo
- Creación fuera del ámbito profesional

Esta evolución es la denominada Web 2.0 por Tim O’Reilly la cual incluye a la generación de plataformas basadas en comunidades de usuarios y una gama de servicios que fomentan la colaboración y el intercambio de información. (O’Reilly, 2005)

El blog, los wikis, el *microblogging*, el *podcast*, son ejemplos de herramientas propias de Web 2.0 donde los usuarios, ya sean individuos, grupos, iniciativa privada, sociedad civil o gobierno pueden publicar e interactuar – colaborar e interactuar - con otros usuarios por medio de voz, imágenes, datos o la combinación de estos.

## 1.4 La red distributiva

Los límites que definían a las redes sociales están siendo redefinidos por el avance tecnológico, pero más importante, por la ingeniería de las plataformas web 2.0. Los servicios de web 1.0 coexisten con web 2.0 ya que utilizan la misma base material, sin embargo diferencia es la actitud 2.0 como lo menciona O'Reilly.

Para la mejor comprensión de la actitud 2.0 Caldevilla propone estas cualidades :

- **Interactividad.**

Es común para todos que las tecnologías de la información y comunicación han permitido la instantaneidad, es posible hacer llegar un mensaje de manera casi inmediata a cualquier parte, ahora con web 2.0 ese mensaje puede ser leído de manera simultánea en distintos lugares, adicionalmente puede ser comentado y redistribuido. Esa interactividad posibilita una horizontalidad ficticia en la que cada internauta se convierte en emisor – productor de contenidos, como transmisor al replicar la información y receptor. (Caldevilla, 2010)

- **Personalización**

Las redes sociales en Internet permiten tener un mayor control sobre la información que el usuario desea recibir. Ahora las noticias “me buscan a mi en lugar de que yo a ellas”. Esto se origina gracias a herramientas como la RSS, el “veto a usuarios”, la participación en grupos cerrados y la propia selección de los amigos que incluye el usuario en su red social.

- **Multi-edición y retroalimentación**

Todo documento, ya sea en forma de texto, audio, video o sus combinaciones puede ser corregido, complementado, comentado o aumentado por otro usuario. Actualmente las universidades incluyen las wiki como herramientas para el proceso de enseñanza aprendizaje.

- **Revolución lingüística y revolución legal**

El rápido avance de la tecnología de la información genera vacíos jurídicos y normativos donde la red se vuelve un espacio con un código propio en el que impera el sentido común y la inteligencia colectiva. (Caldevilla, 2010)

### **1.5 Las formas de web 2.0**

La OCDE clasifica el contenido generado por el usuario por el tipo del propio contenido y por su forma de distribución, ello permite desglosar las diferentes plataformas aún cuando sus formas de distribución no sean exclusivos de un sólo tipo de contenido, por ejemplo los video blogs que combinan texto, imagen y video o redes como Facebook que incluyen texto y multimedia. (OCDE, 2006)

Tabla 1

Formatos de contenidos generados por el usuario

Tipo de Contenido	Descripción	Ejemplos
Fotografía e imágenes	Fotografías tomadas y publicadas por el usuario; fotos o imágenes creadas y modificadas por usuarios	Flickr; Instagram.
Música y Audio	Grabaciones y edición de archivos de audio. Publicación, edición, sindicación y distribución en formato digital.	Mash-ups de audio, remixes, Blogs personalizados de bandas musicales. Radio por Internet. MySpace pages, Podcasting.
Video y cine	Grabación y/o edición de archivos de video originales. Publicación en línea en formato digital. Distribución. Edición de archivos existentes.	Movie trailer remixes; Lip synching videos; Video blogs y videocasting; home videos; YouTube, Google Video;
Periodismo ciudadano	Reporte de eventos con carácter periodístico generados por ciudadanos comunes en formato escrito, de audio, foto, video o sus combinaciones. Publicación en línea y transmisión en vivo.	OhmyNews, GlobalVoices y NowPublic; CNN Exchange Blog posts desde el sitio del evento
Contenido educacional	Contenido creado en el ámbito académico escolar para propósitos educativos.	H2O; Wikibooks, MIT's OpenCourseWare
Contenido móvil	Contenido generado para y desde aparatos móviles con conectividad inalámbrica. Mensajes de texto, mensaje multimedia, correo electrónico.	Videos y fotos de eventos públicos sociales o naturales donde los medios tradicionales no pueden llegar.

Traducción y adaptación de cuadro de (OCDE, 2006)

Las plataformas en web 2.0 adquieren diferentes formas para lograr la distribución más adecuada de sus contenidos. La tabla 2 muestra los diferentes tipos de plataforma agrupados por su formato de distribución:



Tabla 2

Plataformas de distribución de contenidos generados por el usuario

Tipo de plataforma	Descripción	Ejemplo
Blogs	Bitácora con entradas creadas por el usuario de manera regular.	Wordpress, Blogger, LiveJournal; MSN Spaces; CyWorld; Skyblog  Microblog: tweeter
Wikis	Portal que permite a los usuarios agregar, remover, editar y cambiar el contenido de manera colectiva. Algunos permiten al usuario conectarse y cooperar en la edición de un particular documento.	Wikipedia  Writely
Sitios que permiten retroalimentación de textos, novelas y libros	Espacios donde escritores y lectores publican sus escritos para recibir retroalimentación. Permite el contacto entre autores mediante foros y chats	FanFiction.Net
Marcadores sociales	Sistema de categorización colectiva de etiquetas. Permite compartir información sobre enlaces de cada usuario para generar un rating.	Digg; del.icio.us
Podcast	Distribuidor de archivos multimedia mediante Internet utilizando la sindicación. Permite ejecutar los archivos en aparatos móviles y computadoras personales	iTunes, FeedBruner, iPodderX, WinAmp, @Podder  Youtube
Redes sociales	Sitios que permiten la creación y publicación de perfiles personales	MySpace, Facebook, Friendster, Tuenti, Orkut, Cyworld
Mundos Virtuales	Entornos virtuales en línea. Permiten tener una vida paralela en la red.	Second Life, Active Worlds, Entropia Universe, Dotsoul Cyberpark

Traducción y adaptación de cuadro de (OCDE, 2006)

Las aplicaciones web 2.0 se realizan en un formato beta, similar a un estadio de prueba, lo que permite que, mediante la experiencia y retroalimentación del usuario, se enriquezca y se mejore. Las actualizaciones son descargables desde la misma red en su ciclo permanente de evolución.

La web 2.0 es una herramienta diseñada para comunidades de usuarios, este enfoque ha permitido relacionarse de una manera distinta con el entorno social, promueve la interacción y colaboración, un ejemplo es Wikipedia quien reporta, para 2013, más de 20 millones de usuarios y más de 71,000 editores en activo (Wikipedia).

El desarrollo de tecnologías de la información y comunicación, ponen en manos de la sociedad la web 2.0, una herramienta que facilita, como nunca antes, el intercambio de grandes cantidades de información así como la colaboración a gran distancia y cuyo potencial radica en ser un espacio diseñado para comunidades convirtiéndolo en espacio de encuentro.

Cada usuario conectado a la web 2.0 es un nodo de una red distributiva a escala global con el potencial de sortear los límites impuestos por la infraestructura material de la red.

La actitud 2.0 tiene un impacto en las formas de relacionarse con la información y de vincularse con el entorno, tema en el cual se profundiza en el siguiente capítulo.

## **Capítulo 2 Tecnología y nuevas formas de relación con el entorno**

En este capítulo se aborda el impacto de la tecnología en la forma en que las personas interactúan con su medio y con otras personas. A partir de hechos generados desde la web 2.0 y las tecnologías de la información y comunicación se definen acciones colectivas características así como nuevas formas de organización y expresión apoyadas por esos medios.

Lo presentado en esta sección permite describir las herramientas web 2.0 utilizadas para la movilización social y la participación ciudadana.

### **2.1 La tecnología como una extensión de los sentidos**

Marshall McLuhan en “El medio es el mensaje”, plantea que más allá del contenido, los cambios sociales y culturales son impulsados por la forma de los medios. Visualiza a los medios como prolongaciones de alguna facultad humana: la rueda como una ampliación del pie, el libro como ampliación del ojo – o la memoria -, el circuito eléctrico como extensión del sistema nervioso central. Así, los medios electromagnéticos, en particular las nuevas tecnologías de la información, permiten que todos los individuos estén- de manera virtual - simultáneamente en todas partes. (McLuhan, 1990)

Los medios moldean el ambiente, modifican la forma de ver y comprender el entorno y con ello la forma de actuar. El impacto de los medios electromagnéticos, al permitir ver y escuchar – estando en todas partes- estimula un regreso al espacio acústico, anteriormente visual a consecuencia de la predominancia de los medios impresos. El espacio acústico, sin horizontes y sin límites genera un sentimiento de re-tribalización, el regreso a la sensación de una vida en aldea, ahora una Aldea Global. (McLuhan, 1990)

Internet es un medio que influye en la manera de comprender el entorno, es una tecnología como extensión de los sentidos que genera la posibilidad de “estar en todas partes”, en una suerte de regalo del don de la ubicuidad. Es posible ver los acontecimientos en tiempo real o participar en conversaciones simultáneas con diversas personas en distintas zonas del planeta.

## **2.2 Un nuevo entorno, una nueva cultura.**

### 2.2.1 Teoría del Medio.

“ La tecnología afecta a la comunicación mediante los avances tecnológicos, el impacto de los avances tecnológicos afecta a la sociedad y los cambios de la sociedad provocan nuevos cambios en la tecnología”. Con esta frase West y Turner incorporan el Internet dentro de la Teoría del medio planteada originalmente por McLuhan. (West & Turner, 2009)

McLuhan y McLuhan proponen cuatro leyes de los medios: Refuerzo, Obsolescencia, Recuperación y Reconversión. Estas leyes permiten una interpretación de las bases de la movilización social generada a través de la llamada web 2.0.

La primera ley se refiere a como los medios amplifican a la sociedad, o mejor dicho las actividades de la sociedad: el teléfono potencializó la palabra y las conversaciones a distancia, la radio amplificó la voz y la televisión la voz e la vista. Internet por su parte permite la ampliación de los sentidos vista y oído, descentralizando la información y haciendo horizontal la comunicación.

La segunda ley se refiere a como el avance tecnológico de los medios ocasiona que algunos otros medios se vuelvan obsoletos: la imprenta desplazó a la tradición oral, la televisión desplazó a la radio, Internet hizo lo propio con la radio y la televisión. Internet además trasciende la barrera geográfica ya que permite el impulso de nuevas “tribus” cuyos miembros se identifican mutuamente por el interés en un tema o actividad.

La tercera ley se refiere a la capacidad de los medios para restaurar algo que alguna vez se perdió. Si bien la televisión desplazó a la radio, recuperó la importancia de lo visual, de conocer la imagen del interlocutor. Internet desplaza a la televisión, sin embargo recupera de cierta forma la comunicación por comunidades a través de sus *chat rooms*, blogs, etc.

La cuarta y última ley hace mención de la posibilidad de los medios de convertirse en algo más, los programas de la televisión ahora son posibles de ser retransmitidos de manera doméstica por el complemento de las videograbadoras, DVD, etc. Particularmente Internet tiene la capacidad de reorganizar a pequeñas y grandes comunidades, de retransmitirse y multiplicarse de manera exponencial, de convertirse en un espacio de visibilización de temáticas y acciones, y todo ello de manera casi instantánea.

Postman acuña el término tecnópolis y sostiene que la tecnología modifica negativamente a el tejido social al dominar el pensamiento y el comportamiento de las personas. Asimismo señala que la tradición, las costumbres sociales, los mitos, rituales y religión tienen que luchar por sus vidas frente a la tecnología.

Meyrowitz coincide con McLuhan en la idea de que los medios electrónicos tienen consecuencias sociales. Sostiene además que las relaciones de poder y las clases sociales pueden encontrarse en los medios electrónicos.

Estas ideas son la base de la Teoría del Medio las cuales surgen en el marco de los albores de Internet, ahora con el desarrollo de nuevas tecnologías las consecuentes nuevas formas de comunicación se enfrentan a un nuevo análisis.

Las leyes de McLuhan presentan una vigencia interesante cuando se le confronta con la movilización social por el medio denominado web 2.0. Esta actividad social que se da en forma de una red distributiva, donde el usuario no sólo es consumidor de contenidos sino generador y consumidor a la vez es un ejercicio que cabe perfectamente en la tercera ley, la cual menciona la recuperación. Ejemplo de ello son las wikis donde se recupera la construcción del conocimiento colectivo a través de la participación libre, algo que los demás medios no permiten por su diseño unidireccional. Por otra parte la posibilidad de convertirse en algo más señalada en la cuarta ley queda ejemplificada en el paso de la distribución de información a una acción concreta: convocatorias por Youtube que se convierten en flashmobs, cadenas de mensajes de textos que se convierten en marchas, correos electrónicos que se convierten en mensajes a tomadores de decisiones, son ejemplos que se repiten constantemente.

Contrariamente las ideas de Postman pueden debatirse con dos argumentos: El primero se describe que no es la tecnología en sí sino el uso que se le da; por ejemplo web 2.0 no es una tecnología en específico, se refiere sobre todo a un comportamiento social de movilización en red o redes y puede darse en temas de relevancia o de banalidad absoluta. El segundo argumento se refiere a los rituales, mitos, tradiciones, como componentes de la cultura y está es de carácter dinámico, no sólo la tecnología modifica la cultura.

Concluye McLuhan que los medios electrónicos tienen consecuencias sociales y que los medios de una era definen a sus sociedad. En los años 60 denomina a la era actual como la era de los medios electrónicos y considera la computadora como una prolongación del sistema nervioso central.

La Teoría del Medio asegura que el medio de comunicación principal de una época normalmente prevalece sobre el contenido del mensaje.

Los tres supuestos de esta Teoría:

- Los medios de comunicación inspiran todo acto y acción de sociedad
- Los medios de comunicación fijan nuestras percepciones y organizan nuestras experiencias
- Los medios de comunicación ponen el mundo en contacto

Con su frase “El medio es el mensaje” McLuhan da igual peso al medio que al contenido, si consideramos el medio a los espacios denominados redes sociales: Facebook, Twitter, blogosfera, etc. donde los argumentos tienen una vigencia de segundos y la información fluye en cantidades que pueden llegar a ser desbordantes, cincuenta años más tarde sigue teniendo un argumento sólido.

Un enfoque propuesto desde la antropología, por parte de Ardevol, permite encuadrar el estudio del nuevo entorno causado por las tecnologías de la información y comunicación al que se le denomina comúnmente cibercultura. En ese enfoque plantea cuatro posibles perspectivas: (Ardevol, 2005)

- Cibercultura como un nuevo modelo cultural basado en la tecnología de Internet
- Como una cultura emergente de Internet
- Como los productos culturales desarrollados en Internet
- Como una forma de medio

Estos elementos los conjuga en para explicar cultura desde cuatro tendencias principales para su conceptualización: cultura como una estrategia adaptativa, cultura como un sistema, cultura como un orden simbólico y cultura como una práctica significativa.

Tabla 3

Un enfoque antropológico de interpretar la cibercultura

Un nuevo modelo cultural	Una cultura de Internet
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet como una tecnología</li> <li>• Surgimiento de una nueva sociedad</li> <li>• Cambio social y cultural</li> </ul> <p>Cultura como una estrategia adaptativa</p>	<p>Cibespacio como un nuevo contexto</p> <p>Surgimiento de formas culturales</p> <p>Sociedad virtual, comunidades virtuales</p> <p>Cultura como un sistema</p>
Un producto cultural	Una forma de medio
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet como una herramienta</li> <li>• Producción creativa y colaborativa</li> <li>• Cultura digital</li> </ul> <p>Cultura como una producción simbólica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet como un medio de comunicación</li> <li>• Cambio de hábitos de consumo</li> <li>• Un medio que reta a los medios masivos</li> </ul> <p>Cultura como una práctica social</p>

Traducido y adaptado de Ardevol, “Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet”.

Por su parte Pierre Lévy considera la interconectividad, las comunidades virtuales y la inteligencia colectiva como principio clave de la cibercultura, provocan un nuevo ordenamiento del conocimiento así como de la experiencia, tanto individual como colectiva. Un modelo cultural que se articula como el tercer estadio en una escala evolutiva que va desde las pequeñas sociedades cerradas –de cultura oral–, a aquellas civilizadas o imperiales –donde la escritura posee un papel preponderante– hasta llegar a la cibercultura que corresponde a una etapa de mundialización concreta de las sociedades, de coexistencia entre los niveles locales y globales.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Lévy citado por E. Ardévol en “Cibercultura: un mapa de viaje: Aproximaciones teóricas para el análisis cultural de Internet”, 2003.

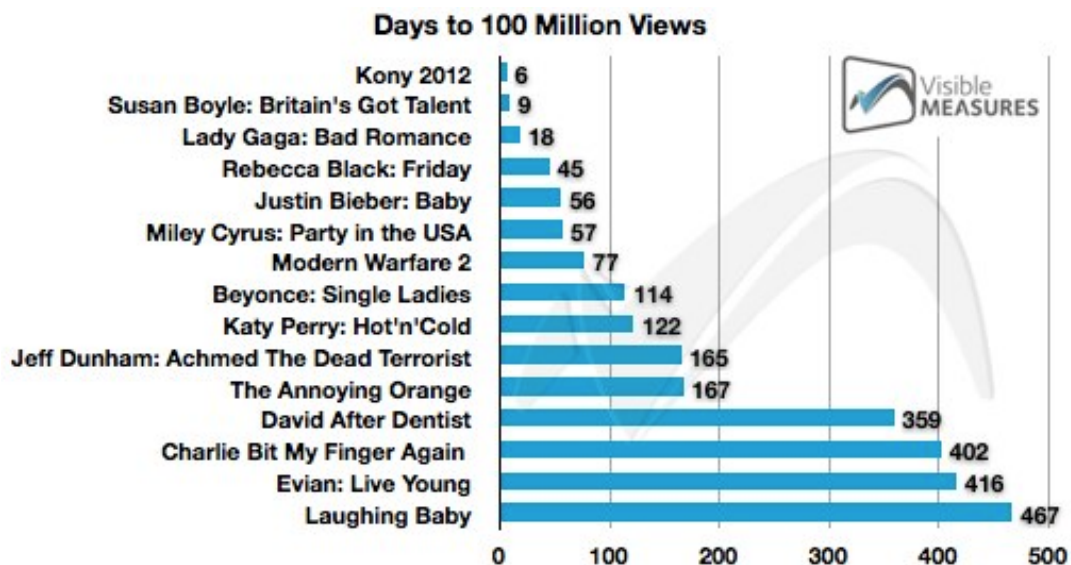


### 2.3 Los memes y la viralidad.

La capacidad de flujo de información y de generar contactos en Internet es tal que permite que 100 millones de personas observen un mismo video en menos de una semana, algo que otros medios no habían logrado. La campaña Kony 2012 alcanzó la cifra de 100 millones de vistas en seis días, (ver figura 4) ese record sería superado meses más tarde por un video de un meteoro cruzando el cielo ruso al lograr la cifra en 3 días, posteriormente el evento de caída libre *Stratos* promovida por Red Bull alcanzaría la cifra en sólo cinco días. Los tres eventos son de naturaleza distinta, ya que uno es promovido como publicidad por una empresa, otro es generado por un transeúnte que publica un video aficionado sin ningún propósito publicitario y uno es impulsado por una organización civil, ya sea como estrategia de mercado o producto de casualidad las posibilidades de divulgación no tienen precedentes.

Figura 4

Días transcurridos para llegar a las 100 millones de vistas



Tomado de Visible Measures 2013

La viralidad es, en cierta medida el rumor en Internet. Un fenómeno en el cual un video, una imagen o una frase se esparce a través de las redes de manera súbita llegando a millones de usuarios en una escala mundial. Organizaciones, empresas, artistas e instituciones han buscado la manera de aprovechar este fenómeno, sin embargo no es claro los factores que determinan que algo pueda convertirse en un fenómeno viral en Internet. La campaña Kony 2012 se diseñó pensando en ello, sin embargo su alcance fue rebasado por un video que casualmente tomo un automovilista cuando transitaba por una carretera en Rusia y tuvo la fortuna de registrar con su cámara el paso de un meteorito en su ingreso por la atmósfera.

Un instrumento para la viralidad es el *hashtag*, el cual es una etiqueta de una serie de palabras o caracteres concatenados que permite a otros usuarios y otros sistemas reconocer un tema específico y poder seguirlo. Un tema con alta presencia en Internet es una tendencia, a lo cual se denomina *trending topic*, es decir, lo que está hablando la gente.

La viralidad y el meme son conceptos a los que se les asocia comúnmente, el término meme fue generado por Richard Dawkins<sup>3</sup>, es un neologismo formado por la palabra en inglés gen y la palabra memoria, para referirse a una unidad cultural que es transmisible de una generación a otra –como parte de su memoria genética– . Actualmente hace se trata de un fenómeno, en forma de video, imagen o texto que se transmite de persona a persona en línea y que pasa rápidamente a tener una alta presencia en los usuarios y es reconocido como un parte de la cibercultura.

---

<sup>3</sup> Richard Dawkins, “The Selfish Gene”. Al crear el término Dawkins no se refería al fenómeno que actualmente se da en Internet, el término ha pasado de ser “Internet meme” a simplemente “meme” .

## 2.4 Acciones desde la red

Las expresiones artísticas, formas de organización, de vinculación, de hacer comercio en Internet avanzan y evolucionan constantemente, estas formas de “vivir” la cibercultura ha generado algunas expresiones particulares, ya sea desde Internet o en Internet: *flashmobs*, hacktivismo, *prosuming*, ciberturbas, entre otros. Cada uno ha aportado no sólo técnicas comunicativas y organizativas sino valores, principios y maneras de ser y estar en Internet.

### 2.4.1 Flashmobs

Los *flashmobs* son eventos breves en cuanto a su duración donde las personas, a través de sus redes sociales acuerdan realizar una acción concreta por un determinado lapso de tiempo que oscila entre algunos segundos a varios minutos, “cibernautas sincronizados y coordinados a través de Internet se reúnen en un lugar, bien prefijado, bien descubierto en un estadio anterior de la comunicación virtual, realizan algo insólito y absurdo y se dispersan inmediatamente. (Urrutia, 2003)

El escenario es el espacio público, la calle, centrales de autobuses, librerías públicas, plazas, cualquier área que permita una concentración de gente y el contacto con otras personas que no tienen conocimiento del evento.

En una comunicación del IV Congreso de la Cibersociedad 2009 Crisis Analógica, Futuro digital se cita a Bruce Sterling , uno de los gurús de la red: *“la organización de estos encuentros relámpago evidencian la facilidad con que se pueden crear (y destruir) redes con conexiones débiles de esas que son más favorables para la rebeldía cuando la irritación producida por el aburrimiento no es muy intensa. Si no pueden ser utilizados para apoyar una causa quizá sea porque las redes débiles desaparecen fácilmente y no porque estén especialmente diseñados para acciones (relativamente) absurdas”*. (Cibersociedad.net, 2009)

Se trata de un fenómeno lúdico de la sociedad en red, una suerte de arte 2.0, con un impacto incierto pero que provoca un sentimiento de estupefacción al transeúnte que tiene la fortuna – o desacierto – de encontrarse en el lugar al momento del *flashmob*.

Algunos de los *flashmob* más citados en la red son:

- Frozen Grand Central. Convocados por la organización ImprovEverywhere, cientos de personas se dan cita en la estación de tren subterráneo Grand Central, sin previo aviso quedan “congeladas” de manera simultánea por varios minutos, al final salen de ese estado y continúan su camino.
- Black Eyed Peas – Oprah kick off party. Más de 20, 000 personas bailan de manera coordinada, sin haber ensayado antes la coreografía la canción “*I gotta feeling*” en el evento de arranque de la 24ta. temporada de Oprah en las calles de Chicago.
- Roma 2003 . Cientos de personas se acercan a una librería en el centro de la ciudad a preguntar por libros que jamás han sido escritos.
- *Demonstration about nothing*. En la ciudad de Praga en 2004 cientos de personas se reúnen en una marcha con carteles vacíos y mantas en blanco a protestar acerca de nada.

Ya sea para ofrecer un concierto de música clásica, llevar a cabo una guerra de almohadas en la plaza de la ciudad, un viaje en el metro sin pantalones, hacer una coreografía de alguna obra musical los *flashmobs* tienen el común denominador de transitar de la red al espacio urbano y de vuelta a la red, donde permanecen sino vivos, por lo menos documentados.

Aún cuando sus alcances sean debatibles, o de su orientación lúdica o apelativa, en palabras de Sterling: “se trata sin duda de signos de vitalidad social”. (Citado por Urrutia, 2005)

#### 2.4.2 Ciberturbas

Utilizado principalmente por Juan Urrutia, el término refiere a la movilización masiva en el espacio urbano, resultado de la discusión en medios electrónicos sobre un tema en particular. Se trata del tránsito al mundo real desde el espacio virtual al que se refiere Castells. El término es útil para diferenciar los *flashmobs*, los cuales tiene un carácter lúdico, artístico o estético, mientras que las ciberturbas tienen una naturaleza reivindicativa.

Gestado en la red, como una forma de organización bajo la lógica de *swarming*<sup>4</sup>, se distribuye un debate social en la red cuyas consecuencias no son previsibles desde el inicio. *“se inicia un tema y se espera a que «se caliente» en el proceso deliberativo hasta desembocar espontáneamente en una ciberturba o en un nuevo consenso social”*. (Ugarte, 2007)

Comúnmente se reconoce como la primer ciberturba registrada a la movilización en Seattle en el año de 1999 en torno a la Ronda del Milenio de la Organización Mundial del Comercio. La acción fue con un enfoque reivindicativo y se gestó a través de medios electrónicos.

Actualmente es impensable una actividad masiva sin el soporte de las redes sociales. Desde aquel 1999 las aplicaciones han intensificado su cualidad para crear y fortalecer las redes virtuales.

---

<sup>4</sup> Swarming: Estrategia de ataque de muchas unidades autónomas en una variedad de formas, es una estrategia multiagente y multicanal. En ejemplo de ello es las comunicaciones de Anonymous

Para Rheingold, “las multitudes inteligentes (*smartmobs*) están formadas por personas capaces de actuar conjuntamente aunque no se conozcan. Los miembros de estos grupos cooperan de modos inconcebibles en otras épocas porque emplean sistemas informáticos y de telecomunicaciones muy novedosos que les permiten conectarse con otros sistemas del entorno así como con los teléfonos de otras personas” (Fullea, 2012)

## 2.5 Activismo en-línea

A medida que el uso de web 2.0 se intensifica y se consolida, las opciones para realizar acciones y actividades en el espacio virtual aumentan, ya sean promovidos por individuos, u organizaciones sociales; es de notar que son las mismas herramientas o similares las que emplean gobiernos, partidos políticos o empresas. Algunas opciones actuales comprenden<sup>5</sup>:

- Reuniones o asambleas virtuales
- Coordinación de acciones globales en tiempo real
- Campaña de firmas o adhesiones, peticiones mediante el envío de cartas pre diseñadas dirigidas a tomadores de decisiones. (Clicktivismo o activismo a un clic)
- Manifestaciones virtuales a un sitio o portal específico de manera masiva a fin de que se su servidor se bloquee. (*Netstrike*)
- Difusión de acciones en tiempo real con voz, datos e imágenes.
- Envío masivo de correos electrónicos a una determinada persona, institución o empresa a fin de saturar su bandeja de entrada
- Introducción de virus informáticos a sistemas de instituciones o empresas
- Robo de información confidencial a través del cracking de cuentas de correo o claves de acceso

---

<sup>5</sup> Adaptado de (Fullea, 2012)

- Ocupación ilegítima de portales para manipular la información o plantar una leyenda (pinta o graffiti virtual)

### 2.5.1 Hacktivismo

Al uso de las computadoras y redes informáticas con la finalidad de realizar protesta política se le ha denominado hacktivismo. Uno de los grupos más reconocidos *Cult of the Dead cow* (cDc) se atribuyo la invención del término.

En al 2001 Pekka Himanen plasma en *La ética del Hacker y el espíritu de la información* los principios y valores del fenómeno hacker. Hace una crítica a la ética del trabajo y la ética del dinero y sostiene que el hacker encuentra la actividad de programación satisfactoria por si misma, intrínsecamente emocionante e interesante, consideran su actividad como un aporte a la comunidad, esa es su motivación y no el interés económico. La ética hacker se contrapone a la ética protestante del trabajo. (Himanen, 2001)

Tres aspectos contempla Himanen en su ética: el tiempo, el dinero y la ética en la red. Por último el comportamiento del hacker ante estos aspectos. Cualquier persona puede adquirir amplio conocimiento informático y ejercerlo en la red, sin embargo depende de su ética para ser considerado un hacker, de lo contrario se le considera un cracker, aún cuando ambos navegan en el vacío normativo señalado por Caldevilla. (Caldevilla, 2010)

En el mismo 2001, generado por un profundo sentimiento de alarma por la censura en Internet patrocinada por los gobiernos la organización *cDc* publica *The Hacktivism Declaration*, un compendio de principios encaminados a promover la libertad en y de Internet con base en la Declaración de los Derechos Humanos.

La declaración hacktivista expresa:

*Que el respeto total por los derechos humanos y las libertades fundamentales incluye la libertad del acceso equitativo y razonable a la información, sea por radio de onda corta, correo aéreo, telefonía simple, la Internet global o cualquier otro medio.*

*Que reconocemos el derecho de los gobiernos a prohibir la publicación de ciertos secretos de estado oportunamente categorizados, pornografía infantil, y asuntos relacionados con la vida privada y los privilegios personales, entre otras restricciones aceptadas. Pero nos oponemos al uso del poder del estado para controlar el acceso a los trabajos de las figuras críticas, intelectuales, artísticas y religiosas.*

*Que la censura de la Internet respaldada por el estado erosiona la coexistencia pacífica y civilizada, afecta al ejercicio de la democracia y pone en peligro el desarrollo socioeconómico de las naciones.*

*Que la censura de la Internet apoyada por el Estado es una severa forma de violencia organizada y sistemática contra los ciudadanos, destinada a generar confusión y xenofobia, y es una condenable violación de la confianza.*

*Que estudiaremos las formas y maneras de burlar la censura de la Internet respaldada por los Estados y que implementaremos tecnologías para desafiar las violaciones de los derechos a la información.<sup>6</sup>*

El último punto es un máximo del quehacer del hacker quien sustentado por la búsqueda de un bien mayor, trasgrede e incluso irrumpe en la ilegalidad en su búsqueda por la libertad en Internet. Anonymous es reconocido como el grupo hacktivista activo más visible en la actualidad.

---

<sup>6</sup> La declaración hacktivista se encuentra en línea en [www.hactivismo.com](http://www.hactivismo.com)



### 2.5.2 Prosuming

Atribuido a Alvin Toffler, el término *prosumer* es un acrónimo derivado de las palabras del idioma inglés *producer* y *consumer*, permiten definir la actitud del interesado en agregar valor a los bienes que consume mediante un diálogo con el producto. *Prosuming* por tanto es la actividad del *prosumer* la cual tiene, al igual que el fenómeno hacker, un constructo ético bajo el cual busca construir un diálogo con sus interlocutores.

En el año 1999 Fredrick Levine, Christopher Locke, Doc Serls y David Weinberger identifican a Internet como la herramienta y el espacio para establecer una nueva relación como consumidores con las empresas y los mercados. Lo plasman en un documento publicado en línea como El Manifiesto Cluetrain. (Cluetrain, 1999) Ahí se concentra un listado de 95 afirmaciones que son a su vez un llamado a la acción, invitan a los consumidores a intercambiar información y comunicarse entre sí, al tiempo que invitan a las empresas y mercados a dialogar con la finalidad de agregar valor a los productos y servicios que desean consumir.

Algunos extractos de su contenido son<sup>7</sup>:

- Tesis 1: “Los mercados son conversaciones”
- Tesis 6: “La Internet hace posible tener conversaciones con seres humanos que simplemente eran imposibles en la era de los medios masivos de comunicación.”
- Tesis 12: “No hay secretos. El mercado en red sabe más que las empresas acerca de sus propios productos. Y sea que las noticias sean buenas o malas, se las comunican a todo el mundo.”

---

<sup>7</sup> *The Cluetrain Manifesto: “the end of business as usual”*.

- Tesis 18: Las compañías que no se dan cuenta que sus mercados ahora están interconectados persona-a-persona, y por consecuencia volviéndose más inteligentes y profundamente unidos en conversación, están perdiendo su mejor oportunidad.”
- Tesis 40: “Las compañías que no pertenecen a una comunidad de diálogo morirán”
- Tesis 89: “Tenemos poder real y lo sabemos. Si no alcanzas a ver la luz, alguien más vendrá y nos dará mayor atención, será más interesante y divertido para jugar”

El manifiesto es una búsqueda de posicionamiento y poder frente a los mercados. Si este poder es superfluo o de amplia penetración es materia de otro estudio, sin embargo es posible reconocer en los portales de Internet de las empresas el cambio de un formato meramente informativo a incluir un espacio de diálogo con sus consumidores, donde ellos pueden aportar ideas para el diseño de sus productos. El uso de herramientas web 2.0 se observa también en los foros de discusión de consumidores de una marca o producto.

Los consumidores utilizan Web 2.0 para establecer un diálogo con otros consumidores para evaluar un producto y con las empresas para proponer mejoras o personalizar sus productos, por su parte las empresas se comunican con sus consumidores con las mismas herramientas a fin de ampliar su mercado y fomentar fidelidad.

## **2.6 Periodismo participativo.**

En el año de 1963 Abraham Zapruder, un ciudadano común, realizó una filmación de casi 27 segundos mientras presenciaba el paso de la caravana presidencial en las calles de la ciudad de Dallas, Texas. En ese lapso de tiempo, registra el asesinato del presidente de los Estados Unidos de América John F. Kennedy. El documento, conocido como the Zapruder film, es uno de los más estudiados y difundidos en ese país por su relevancia histórica y política. La grabación fue retenida por el gobierno y sus derechos comprados por la revista LIFE, sin embargo sólo fue difundida al público en general a través de los medios masivos de comunicación hasta 1975.

Con las actuales tecnologías y conectividad un hecho como el registrado por Zapruder hubiera sido fácilmente capturado en un teléfono celular y difundido a través de redes sociales por cualquier transeúnte que presenciara el hecho. Aún con la censura que un evento así puede generar, la arquitectura de las redes sociales y su característica redundancia haría que el documento generado fuera difícil de eliminar por completo de la red.

En “Nosotros, el medio” , Bowman y Willis definen “el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información”... con el término de periodismo participativo. “La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere” (Bowman & Willis, 2003)<sup>8</sup>

El término tiene variantes como el de periodismo ciudadano o periodismo cívico y existe una amplia discusión sobre el tema en el ámbito de la comunicación. La premisa es que subir un video de 25 segundos a tu red social no te hace periodista, sin embargo el hecho de poder documentar un evento, ya sea natural o social, desde el lugar de los hechos y difundirlo instantáneamente a nivel mundial, necesariamente tiene implicaciones fuertes en la forma de acercarse a la información y en el actuar de los medios que tradicionalmente comunican las noticias.

Los medios tradicionales ya contaban con espacios como las “cartas al director” o el correo ilustrado” donde los lectores podrían enviar comentarios principalmente, ahora los medios noticiosos cuentan en sus portales electrónicos con espacios para que su audiencia envíe, no sólo comentarios sino imágenes y videos de hechos que pudiesen ser noticia. Actualmente TV Azteca en México promueve una aplicación, disponible de manera gratuita en iTunes, llamada PC- Periodismo ciudadano, la cual potencia la capacidad del Smartphone para

---

<sup>8</sup> Extracto de “Nosotros, el medio” Como las audiencias están transformando el futuro de las noticias y la información. The Media Center, 2003

enviar noticias con datos adicionales como título, geo-localización, formato de la imagen o video, permite clasificar la información por categorías y compartirlas a través del acceso a redes sociales.

En el proceso de evolución del periodismo participativo se habla de Periodismo 3.0, una nueva forma que adopta la forma de la socialización de las noticias. Periodismo 1.0 hace referencia al traslado de la información de los medios tradicionales hacia la digitalización, es decir, un cambio de plataforma. El periodismo 2.0 contempla la creación de contenido informativo multimedia digital específico para ser difundido a través de la red. En el periodismo 3.0 la información se vuelve conversación, impulsa un periodismo sin compromisos con el poder, aborda temas de interés para la ciudadanía no impuestos por los medios masivos tradicionales.

*Ohmynews, Indymedia* son ejemplo de portales de periodistas ciudadanos y activistas que se congregan alrededor de la idea de periodismo 3.0, donde publican comparten y conversan sus noticias y la colocan a disposición del público.

Wikileaks es un exponente de un modo de periodismo ciudadano, sin embargo, a pesar de que su nombre utiliza el término wiki, el portal no utiliza esa tecnología y no permite la colaboración para los contenido en el formato wiki. Tiene publicados más de un millón de documentos que han sido aportes de personas alrededor del mundo. Por el carácter de la información busca el anonimato de sus fuentes de colaboración.

### Más acciones desde y con Internet

Internet, en mayor o menor medida, ha sido reconocido como una herramienta de por organizaciones, ejércitos, individuos o colectivos para la generación de acciones tanto en el espacio virtual como en el terreno de lo urbano o lo rural. Dentro de las acciones colectivas relacionadas con Internet que más frecuente se mencionan están:

- En 1994 desde la Selva Lacandona en Chiapas, México, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional crea la primera guerrilla informática, genera comunicados que permiten que su movimiento se visibilice a nivel planetario. Desde la sociedad surge un llamado al Alto al fuego.
- En 1999 en la ciudad de Seattle, Washington se organiza una protesta en contra de la Organización Mundial de Comercio mediante el uso de mensajes de celular y correos electrónicos.
- En 2000 la organización Greenpeace Argentina mediante Internet y de voz en voz logra recopilar un millón de firmas para la modificación de la Ley de Bosques.
- Desde 2006 Wikileaks publica diversos documentos confidenciales entre los que destacan los diarios de guerra de Irak en 2010, generando turbulencia en un tema de interés público como lo es la guerra de Irak.
- En 2008 Anonymous. Movimiento sin estructura que busca crear una super conciencia usando como base el Internet.
- En 2010 Amnistía Internacional realiza en Internet una campaña de firmas para suspender la pena de muerte de Sakineh Ashtiani impuesta por el gobierno iraní.
- En 2011 la organización Invisible Children promueve en redes sociales su documental Kony 2012 el cual se convierte es el video viral más visto de la historia hasta ese momento.
- En México el surgimiento de #Yosoy132 en mayo de 2012 desde la plataforma de Youtube genera una gran cantidad de adeptos y acciones similares como #Yosoy133 – acción en solidaridad generada por menores de 18 años – o #Yosoy17, esta última en referencia a la movilización generada en solidaridad en torno a una orden de aprensión de 16 médicos.

La web 2.0 es un espacio que facilita el encuentro de personas con intereses similares independientemente de la distancia o cultura de origen. La sociedad en red tiene una suerte de simbiosis con Internet y web 2.0 facilita la creación de nuevos vínculos.

La confluencia de personas en torno a intereses similares ha derivado en diversas expresiones en el terreno de lo lúdico, lo político, lo social, el consumo, etc. Redes verticales temáticas coinciden con redes horizontales afectivas, generando flujo de redes cerradas y redes abiertas que ayudan a la diáspora de información y permite el contacto entre redes.

Las diferentes formas de expresión colectiva que toma la sociedad en red permite pensar en la posibilidad de un incremento en la capacidad organizativa y de movilización de masas con el soporte de la web 2.0 y las telecomunicaciones, asunto que se explora en los siguientes capítulos.

### Capítulo 3. Internet como espacio de generación de opinión pública

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación, siguiendo la idea de McLuhan, están provocando un cambio en la forma de comunicarse entre las personas, de acercarse a los diferentes temas y consecuentemente, en los procesos de formación de opinión pública. Particularmente los servicios de Internet permiten acceso inmediato a noticias en tiempo real, permiten la clasificación y el almacenamiento de datos conforme a los intereses y necesidades del usuario; mediante la sindicación es posible dar seguimiento a temas en particular – en lugar de buscar la noticia, la noticia es quien me busca a mi – y me permite conectarme con personas con interés en el mismo tema para intercambiar información, experiencia y opinión.

La intrusión de Internet en la comunicación abre una posibilidad nueva ante la función tradicionalmente ejercida por los medios masivos de comunicación. A medida que el uso de las TIC se generaliza, también lo hace la pluralidad en la red y la actitud activa del público.

Como una reminiscencia de la actitud pasiva del usuario consumidor de web 1.0, la mayoría de las personas aún viven la experiencia de Internet como expectadores, es decir, más como meros lectores que como creadores, algunos de ellos quizás como replicadores de información que otros crearon. La idea central de este comportamiento se conoce como la regla 1-9-90 de Jacob Nielsen, (ver figura 5) la cual hace referencia a que sólo el 1% de los usuarios es creador, el 9% es retransmisor, denominados editores de esa información y el restante 90% se comporta como una audiencia pasiva, a la cual se les denomina “*lurkers*”.<sup>9</sup>

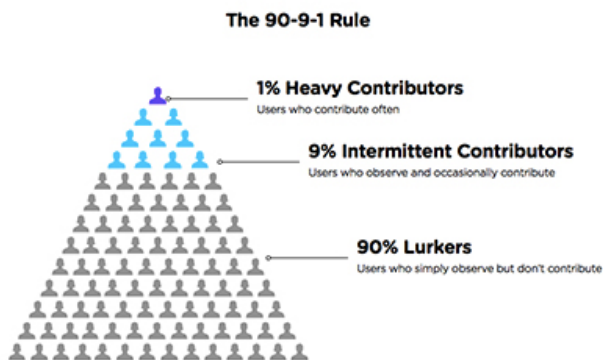
Lo más destacado del planteamiento es la idea de tres formas de participar en la red: grandes contribuyentes, los cuales por su capacidad creadora llegan a ser sujetos con

---

<sup>9</sup> (Nielsens, 2006).

influencia; contribuyentes intermedios, los cuales retransmiten la información o hacen comentarios sobre lo que otros crearon y, finalmente los “*lurkers*”, quienes son la audiencia o público.

Figura 5  
Pirámide 1-9-90



Fuente: Internet

Un estudio posterior realizado por la BBC menciona que esta actitud está cambiando, ya que el planteamiento de Nielsen lo realizó en el año 2006 y desde entonces las redes sociales y las plataformas que facilitan al usuario la creación de contenidos han mantenido un crecimiento constante. ( ver figura 6) El estudio señala una tendencia de los usuarios hacia la creación y contribución y no únicamente como *lurker*.

Figura 6  
La elección de la participación – frente a la regla 1-9-90





Fuente: Internet

La arquitectura descentralizada de Internet y el comportamiento distributivo que ofrece web 2.0 permiten pensar que se trata de un espacio no jerárquico que permite al usuario exponer, recibir información, expresar opiniones sin depender de la selección que los medios masivos tienen a su alcance. Cualquiera, ya sea como individuo o como agrupación, institución puede publicar, retransmitir o difundir información. Internet como un espacio de interacción, un espacio de generación de opinión pública en el sentido de Santori:

*“Es el conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en los públicos. Pero la noción de opinión pública es también, y sobre todo, el conjunto de opiniones generalizadas del público, opiniones endógenas, que son del público porque su sujeto real es el público. Y se denomina pública no solo porque es del público sino también porque incluye la res publica, la cosa pública, es decir, los argumentos que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común, los problemas colectivos”.* (Sartori, 1998)

Si bien Sartori centra sus planteamientos en torno a la influencia de la televisión y el video en la generación de opinión público: *“La televisión es invasora porque supera a los denominados líderes intermedios de opinión y porque anula la multiplicidad de "autoridades cognitivas" que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quien creer, quien es digno de crédito y quien no lo es”*, su abordaje sirve para hacer una reflexión sobre la opinión pública en el contexto de un medio de comunicación e información nuevo como lo es Internet.

Aún cuando las redes sociales e Internet contiene un amplio contenido no formal de comunicación, de igual manera se genera opinión pública. Agrega Sartori: *“Opinión es doxa, no es epistème, no es saber y ciencia; es sencillamente un "parecer", una opinión subjetiva que no necesita ser demostrada.”*

### 3.1 Teoría del grupo producto y teoría eulogística.

Floyd Allport en “*Toward a Science of public opinion*” analiza distintas perspectivas del teorías sobre la opinión pública, destaca su abordaje sobre la teoría de grupo emergente y teoría eulogística, las cuales hacen referencia a la opinión pública como un producto novedoso que emerge de la discusión grupal, más allá de la suma de pensamientos individuales o el consenso de las opiniones individuales. (Allport, 2009) La opinión pública es entonces: “un paso en el camino a la decisión social, una especie de punto de encuentro para la voluntad social a medida que se organiza para la acción”. En particular la teoría eulogística considera a la opinión pública que se trata de un producto superior de las mentes cuando actúan en solitario, ya que los errores de lo individual pueden ser cribados, prevaleciendo aquellas que son mejoradas, consecuencia de la interacción.

A fin de ser conocidas, las opiniones generales deben de ser expuestas por personas, quienes a su vez se han visto influenciadas por otras opiniones. Algunos de estos personajes individuales representan liderazgos de opinión, sin embargo Allport concluye que este tipo de teorías resultan científicamente estériles al no poderse determinar el grado de influencia que tienen las diferentes opiniones en las personas que llegan a emitir o comunicar la opinión pública.

De acuerdo a Allport los fenómenos llamados “opinión pública” son en esencia instancias de comportamiento, y a continuación enlista una serie de características<sup>10</sup>:

---

<sup>10</sup> ibid

- Debe de poder ser explicado por palabras, implica verbalización.
- Debe de considerarse por muchos individuos alrededor de un objeto único que los estimule
- Están dirigidos hacia un tema o situación universalmente conocidos. Este tema o situación es de importancia general.
- Las actitudes u opiniones son expresadas o, al menos, podrían ser expresadas en la situación apropiada.
- Los individuos que realizan o podrían realizar estos actos pueden o no hacerlo en presencia de otros (la situación de la opinión pública en relación con la multitud).
- Sus contenidos verbales pueden ser tanto permanentes como transitorios, constituyendo respectivamente “material genético de base” o “postura actual ante el asunto en cuestión”.
- Consisten en esfuerzos presentes de oponerse a algo o conseguir algo más que en patrones prolongados de conducta (la opinión pública en contraste con la ley y la costumbre).
- Puesto que versan sobre temas comunes frecuentemente implican conflictos entre individuos alineados en bandos opuestos.
- Son lo bastante intensos y numerosos como para que exista una probabilidad de que logren alcanzar su objetivo.

Bajo esas características es posible entender a las redes sociales en Internet como espacios de generación de opinión pública, por su alto grado de interacción y la facilidad para colocar temas de interés general al alcance de las personas. Asimismo es necesario considerar el alcance de las propias redes para colocar temas en la agenda pública.

La teoría del *agenda setting*, se refiere a la capacidad de los medios masivos de comunicación para influir en el público acerca de los asuntos que deben ser considerados y el propio peso o relevancia que tiene cada uno de esos temas.

El peso específico de una información puede notarse en el su extensión, por ejemplo el espacio en periódico o tiempo al aire en un noticiero; su frecuencia, es decir, el número de repeticiones de la noticia en los diferentes medios; su ubicación, es decir, el lugar donde se plasma la noticia, primera plana o al inicio de un noticiero.

La teoría le da un papel protagónico a los medios masivos en la influencia de la opinión pública, medios a los que se les ha delegado la función de comunicar las noticias y que tienen la patria potestad de la selección de los temas que deciden ofrecer a sus audiencias.

Una de las críticas al *agenda setting* señaladas por N. Chomsky es que algunos temas pueden obedecer a intereses particulares, como alianzas entre gobiernos y medios, o colocados en los medios masivos gracias al patrocinio de empresas. Con ello se presenta una pérdida de la función original de los medios y la comunicación de información se convierte en un espacio de poder.

La teoría de la tematización expone como las noticias y opiniones se constituyen en temas, impulsado en buena medida en gran medida por los medios masivos de comunicación. Los temas pueden desenvolverse como controversias políticas en la orientación de los procesos de decisiones políticas. (Castillejo, 2009)

La evolución de los medios de comunicación ha abierto las puertas a nuevas formas de acceder a la información. El potencial creativo de web 2.0 facilita la comunicación de temas no abordados por los medios de comunicación. Un ejemplo conocido y documentado es Wikileaks, un portal que exhibe información supuestamente secretos de empresas y gobiernos y cuya divulgación puede tener fuertes implicaciones políticas y financieras. Este tipo de información no es tradicionalmente expuesta en los medios masivos. El efecto distributivo ayudó a que la información se esparciera y se convirtiera

en temas de interés general, con ello se genera opinión pública acerca de los involucrados y consecuentemente acciones fuera del terreno virtual.

Fenómenos virales en la red como #Yosoy132, #IceBucketChallenge los cuales transitan transversalmente en distintas plataformas como Youtube, Facebook o Twitter resultan imposibles de no ser vistos y convertirse en tema de interés para los medios masivos tradicionales, logrando con ello un flujo hacia los mecanismos tradicionales de generación de opinión pública.

El peso de la opinión pública en las cuestiones éticas o en las decisiones políticas son motivo de análisis, Luhman le concede la función de mecanismo de guía del sistema político “que reduce la elevada contingencia de aquello que es política y jurídicamente posible por la vía estratégica de adaptar la estructura temática de los procesos de comunicación pública a las exigencias decisorias de la sociedad y de su sistema político.” (Castillejo, 2009)

La tematización toma relevancia en el contexto de la transición hacia web 2.0 y su crecimiento como una forma alternativa de acercarse a las noticias y la información o como una alternativa a la propia generación de noticias.

En el ámbito de las redes sociales es necesario diferenciar los matices entre una red social temática y una red social de relaciones, las primeras introducen herramientas que facilitan la convergencia en torno a tópicos de interés entre usuarios, mientras que las segundas se concentran en crear vínculos por afinidades afectivas. Las redes temáticas convocan a los usuarios en torno a asuntos que les resultan interesantes o comunes y les permiten opinar, intercambiar experiencias y conocimientos de ello. Las redes sociales de relaciones se enfocan en que los usuarios conozcan a más personas. Ambas interactúan en el sistema de redes que la propia Internet permite y promueve.

Las redes temáticas, también conocidas como redes verticales, se han diversificado de tal manera que es posible encontrar desde algunas dirigidas a temas populares como gastronomía (Foursquare) o viajes (Tripadvisor), hasta unas sobre interpretación de sueños, (Esoterikbook) o memoriales a seres fallecidos (Respectance).

Redes sociales como Twitter permiten seguir a personalidades que funcionan como líderes de opinión en torno a un tema, sin embargo no se trata de una red temática ya que el vínculo se crea por razones interpersonales.

### **3.2 Redes complejas**

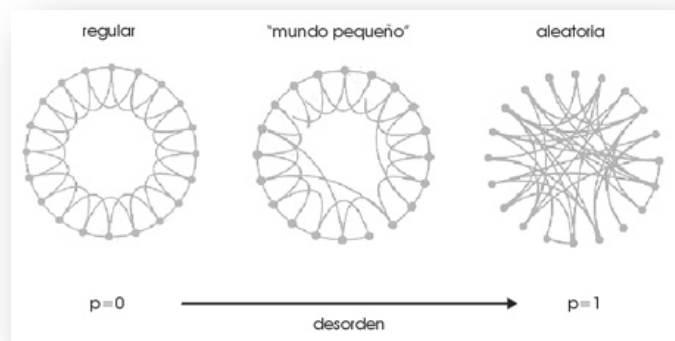
Las redes complejas se fundamentan en los sistemas complejos, cuya característica principal es que el comportamiento global de los fenómenos colectivos no se puede reducir a la suma de sus partes, o al comportamiento típico de uno de sus elementos o componentes. Una segunda característica es la de tratarse de una situación intermedia entre un estado de orden y uno de completo desorden.

El marco de interpretación de las redes sociales en esta investigación es el de las redes complejas, ya que sus propiedades, tanto del diseño arquitectónico o topográfico en el que se basan los servicios de Internet, así como las propias redes sociales se ajustan al modelo.

Una de las propiedades de las redes complejas es la llamada del mundo pequeño, cuya característica es la de que dos nodos pueden conectarse con pocos pasos intermedios, a medida que la aleatoriedad aumenta, el número de pasos disminuye. (Ver figura 7)

Figura 7

Principio del mundo pequeño



Fuente: [www.thegreymatters.net](http://www.thegreymatters.net)<sup>11</sup>

En el grafo de la idea del mundo pequeño se presenta primero una estructura ordenada de nodos con sus aristas comunicadas de manera, a medida que la aleatoriedad de sus aristas aumenta, la posibilidad de conectarse con otro nodo en un menor número de pasos aumenta. Es posible también incrementar el grado de cada nodo y con ello reducir aún más los pasos para vincularse con otro nodo. El mundo pequeño se trata de una etapa intermedia en la que la aleatoriedad, el desorden genera una sensación de reducción de las distancias entre nodos, lo cual sucede de manera similar en la transición de una red centralizada a una descentralizada y a una distributiva.

Una segunda propiedad es la curva ley de potencia, la cual considera que no todos los nodos poseen el mismo grado, es decir el mismo número de aristas. Un número pequeño de nodos poseen un grado muy alto en contraste con el elevado número de

---

<sup>11</sup> Basado en el gráfico de Watts y Strogatz (1998)

nodos que tienen un grado bajo, por tanto los nodos no pueden considerarse como de iguales en cuanto a su conectividad se refiere. En Internet esos nodos son mencionados como *hubs*. La forma más común de convertirse en un *hub* es mediante los *hiperlinks*, por ejemplo en el caso de un artista, muchos de sus seguidores pueden poner la dirección de enlace al portal del artista en sus blogs personales o en sus redes sociales, sin embargo el artista no tendrá los vínculos de regreso a los portales de sus seguidores. El portal del artista por tanto tiene mucha mayor visibilidad y posibilidades de vinculación, que la de cualquiera de sus seguidores.

Una tercera propiedad es la conocida como de libre escala, en la cual los componentes que ingresan al sistema tienen la tendencia a conectarse con los nodos que tienen mayor número de conexiones, a lo que se le denomina efecto “el rico se hace más rico”, siguiendo una curva ley de potencia.<sup>12</sup> Esto genera un fenómeno de autoorganización, distinto al de la centralización ya que el crecimiento es continuo, puede agregarse dirección a la arista y provocan mayor complejidad al sistema.

Internet y sus redes sociales pueden interpretarse como una red compleja, con un alto número de nodos y una conectividad e interacción de amplia intensidad, supone también que la relación es no lineal sino aleatoria, en ocasiones asociadas por temas o por cuestiones interpersonales.

---

<sup>12</sup> Castillejo basado en estudios de Watt, Strogatz y Babarasi.



## Capítulo 4. Sociedad en movimiento

Esta sección estudia diferentes enfoques y conceptualizaciones sobre los movimientos sociales y la participación ciudadana, establece las bases desde donde se abordarán las diferentes manifestaciones de la acción colectiva generada desde web 2.0 en los casos de Cabo Pulmo y Sierra de La Laguna.

Se hace una diferencia entre los movimientos sociales, generados desde la sociedad y la participación ciudadana, impulsada desde el Estado.

Se definen las características de los movimientos sociales, los nuevos movimientos sociales y los llamados novísimos movimientos sociales y la relación de estos últimos con los medios de comunicación e información.

### 4.1 Movimientos sociales en la era de la globalización.

En su análisis de los movimientos sociales Alain Touraine plantea el siguiente cuestionamiento: *¿Cuál es el movimiento social que ocupará en la sociedad post-industrial el rol central que fue del movimiento obrero en la sociedad industrial y de aquel movimiento de las libertades cívicas en la sociedad comercial?* (Touraine, 1995), al hacerlo coincide con la idea de que los movimientos sociales no pueden interpretarse como los movimientos sociales tradicionales, como lo manifiestan Ibarra y Tijerina “... *el nuevo marco para interpretar los movimientos sociales es la globalización.*” (Ibarra y Tejerina, 1998)

Durante la segunda mitad del siglo XX surgieron movimientos sociales con características diferentes a los movimientos sociales tradicionales, lo cual generó una intensificación en el estudio del tema desde diversos campos de conocimiento. Al análisis de los llamados movimientos sociales tradicionales se suma el de los nuevos movimientos sociales y los, ahora, novísimos movimientos sociales.

Los movimientos sociales tradicionales surgen en el marco de la sociedad industrial, generalmente asociados a las luchas de trabajadores, personajes masculinos, regidas por la lucha de clase y que tiene al movimiento obrero como la referencia más determinante. (Jeffrey, Pereyra 2012)

Los nuevos movimientos sociales hacen referencia a aquellos surgidos a mediados del siglo XX incorporan nuevas formas de acción colectiva, son contraculturales, reivindicativos de los derechos cívicos y tiene al movimiento feminista como referencia, además del movimiento estudiantil, el ecologista, el homosexual, por mencionar algunos.

Los novísimos movimientos sociales que se gestan en el marco de la sociedad globalizada, en el siglo XXI, se mueven en el contexto de las redes sociales y las ciberculturas, son intergeneracionales, interculturales y comprenden aquellos llamados altermundistas o antiglobalización. Actúan para cambiar los valores de la sociedad, no buscan la redistribución del poder, sino los valores de la sociedad. En la práctica, los movimientos de todas las eras exhiben características asociadas típicamente con los viejos, nuevos, y novísimos movimientos.<sup>13</sup>

Estos términos “tradicional, nuevos y novísimos”<sup>14</sup> no se presentan como categorías rígidas de análisis o clasificaciones exhaustivas de los movimientos sociales, sino como una herramienta heurística ya que muchas características o elementos de distintas conceptualizaciones o concepciones, son aplicables a los diferentes movimientos sociales.

Para los nuevos movimientos sociales una definición como la de Tilly ayuda a definir elementos característicos, particularmente el cambio en el ejercicio del poder, elemento

---

<sup>13</sup> Jeffrey, “La globalización alternativa y los ‘novísimos’ movimientos sociales”

<sup>14</sup> El término novísimo es un término que empieza a utilizarse cada vez con mayor frecuencia, se utiliza en este documento considerando que también se les ha denominado “nuevos nuevos movimientos sociales”, lo que permite diferenciar a movimientos surgidos en contextos históricos diferentes.

ausente en los novísimos movimientos: “Una serie continua de interacciones entre los titulares nacionales del poder y personas que reclaman con éxito hablar en nombre de unos electores carentes de representación formal, en el curso de las cuales esas personas hacen públicas demandas de cambio en la distribución o en el ejercicio del poder, y apoyan esas demandas con manifestaciones públicas de apoyo”. ( Tilly, 1979).

Para Touraine un movimiento social comprende:

*“El movimiento social es la conducta colectiva organizada de un actor luchando contra su adversario por la dirección social de la historicidad en una colectividad concreta...”*  
(Touraine, 2006)

Incorpora el concepto de historicidad, la transformación de la sociedad por ella misma, lo que significa un proceso dialéctico del sistema social. El campo de juego de la historicidad es el conjunto formado entre los actores sociales y el *enjeu*, es decir , aquello que está en juego y que genera un conflicto entre partes.

Touraine va más lejos al sostener que, *“en una sociedad postindustrial, en la que los servicios culturales han reemplazado los bienes materiales en el núcleo de la producción, la defensa del sujeto, en su personalidad y su cultura, contra la lógica de los aparatos y los mercados, es la que reemplaza la idea de la lucha de clases”*

Touraine y Castells coinciden en la idea de la identidad propia de los movimientos sociales, al referirse a la autodefinición del movimiento, coinciden también en la necesidad de un oponente o un adversario. Un tercer elemento radica en el objetivo social para Castells y en la totalidad de Touraine lo cual está en relación con la visión propia del movimiento.

Por su parte Giddens es explícito en señalar el espacio de la acción colectiva al definir los movimientos sociales como: *“Intento colectivo de luchar por un interés común o de*

*garantizar que se alcanza un objetivo compartido, mediante una acción colectiva que tiene lugar al margen de la esfera de las instituciones establecidas” (Giddens,1998).*

Esta puntualización es importante para establecer la diferencia con entre acciones que buscan mover grupos de personas o colectivos y que son generadas desde el ámbito del Estado a lo que se le denominará Participación Ciudadana.

Por su parte Melucci considera los movimientos sociales en el contexto de las sociedades complejas, no como un actor políticamente organizado, sino como redes de grupos, puntos de encuentros y circuitos de solidaridad. Sin una estructura consolidada, pero tampoco limitante, en la cual “ellos se vuelven explícitos únicamente durante los periodos transitorios de movilización colectiva por problemas que traigan la red latente a la superficie, sumergiéndose luego nuevamente en el tejido de la vida cotidiana.” (Melucci, 1996)

Salvador Martí I. Puig describe a los movimientos sociales como actores políticos colectivos los cuales comparten una relativa estabilidad organizativa<sup>15</sup>, una comunidad de objetivos, ideas e intereses entre sus miembros, una línea de acción coordinada y la voluntad de intervenir en la política incidiendo así en la gestión de un conflicto social. A esta descripción añade rasgos principales:

- Débil estructura orgánica
- Discurso generalmente temático o transversal
- Ámbito preferencial de intervención, suele ser la política no convencional o contenciosa (no partidista)

---

<sup>15</sup> Salvador Martí I. Puig, “Los movimientos sociales”, 2012.

- La naturaleza de sus recursos, no es mayoritariamente material, sino de carácter simbólico,- como la cohesión emocional o el compromiso de sus miembros.

La noción de un carácter simbólico queda expresado también la definición de Raschke:

“Movimiento social es un actor colectivo movilizador que, con cierta continuidad y sobre las bases de una alta integración simbólica y una escasa especificación de su papel, persigue una meta consistente en llevar a cabo, evitar o anular cambios sociales fundamentales, utilizando para ello formas organizativas y de acción variables.” (Raschke, 1994)

Para Castells el desarrollo tecnológico ha cambiado la base material donde vivimos y por tanto la forma de relacionarnos, la manera en que vivimos, la que consumimos, la manera de educarnos inclusive la forma en que se sufre y se margina. Particularmente el avance de las tecnologías de la información y comunicación ha derivado en lo que denomina la sociedad red, una estructura constituida por las redes de información. La sociedad red es la estructura social dominante de la época, por lo que infiere que los movimientos sociales surgen de esta estructura y en particular de su herramienta tecnológica de comunicación más poderosa que es Internet.

Considera que los movimientos sociales propios de la era de la información tienen tres elementos comunes:

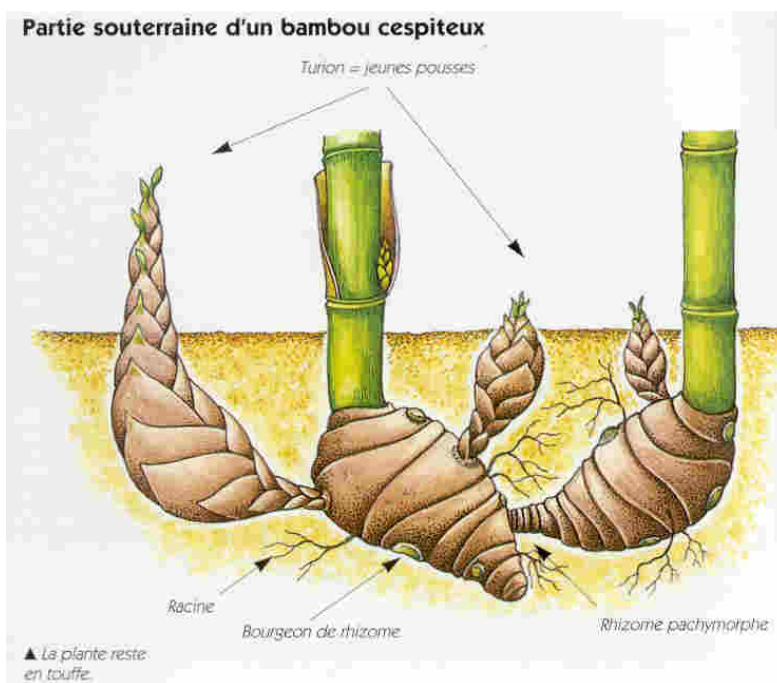
- Se inician por Internet
- Viven en Internet, van y vienen al espacio urbano
- Son rizomáticos

El carácter rizomático de los movimientos debe de entenderse desde la concepción filosófica que brindan Deleuze y Guattari. Extraída del campo de la biología, (ver figura 8) el concepto de rizoma hace referencia a un modelo descriptivo en el que la organización de los elementos de un colectivo no responde a una lógica de subordinación jerárquica, cualquier elemento puede influir o incidir en otro. Se trata de un modelo orgánico que posibilita que al eliminar un elemento no perezca todo el conjunto, al no existir un elemento superior en la jerarquía. (Deleuze & Guattari, 1977)

El rizoma cumple con cuatro principios fundamentales: conexión, donde cualquier punto – o nodo - puede ser conectado con otro; heterogeneidad, sus elementos no obedecen a una lógica jerárquica; multiplicidad, se trata de un entramado de fibras y no líneas manipuladas por un nodo central; ruptura asinificante, se puede llegar a romper una conexión entre nodos pero la comunicación recomienza en cualquier parte.

Figura 8

Ejemplo de rizoma: raíz de bambú.



Gilles Deleuze y Félix Guattari (1977)

## Distinciones en torno a la sociedad en movimiento en red

A partir de las contribuciones de los trabajos de Touraine, Melucci y Castells, Scherer-Warren plantea dos categorías como unidad de análisis cuando se consideran los actores sociales de los movimientos en red.<sup>16</sup>

Colectivos en red se refiere a “las conexiones –en una primera instancia comunicacional e instrumentalizadas a través de redes técnicas– de varios actores u organizaciones que quieren difundir informaciones, buscar apoyos solidarios o incluso establecer estrategias de acción conjunta” . Identifica como ejemplos los vínculos que hacen las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) entre ellas mismas o con otros actores sociales, con el potencial para constituirse como parte de una red más amplia de movimientos sociales.

Redes de movimientos sociales son más profundas en su complejidad y trascienden el marco de las organizaciones y ... “conectan de forma simbólica, solidaria o estratégica sujetos individuales y actores colectivos, cuyas identidades van constituyéndose en un proceso dialógico: a) de identificaciones sociales, éticas, culturales y/o político-ideológicas b) de intercambios, negociaciones, definiciones de campos de conflicto y de resistencia a los adversarios y a los mecanismos de discriminación, dominación o exclusión sistémica. c) con vistas a la transposición de los límites de esta situación sistémica en dirección de la realización de propuestas o proyectos alternativos”. (Scherer-Warren, 2012)

En ese sentido el proceso dialógico de las redes de movimientos permite construir permanentemente su identidad, identifica el conflicto, su adversario o el “enjeu” en el sentido de Touraine y da perspectiva de rumbo o dirección del propio movimiento.

---

<sup>16</sup> Ilse Scherer-Warren: “Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información”

Jorge Machado, basado en aportaciones de Melucci y Castells, describe 10 características de los movimientos sociales que actúan por medio de las redes basadas en Internet<sup>17</sup>:

- Proliferación y ramificación de los colectivos sociales. El alcance de las nuevas TIC permite una proliferación de la relación entre organizaciones civiles y colectivos sociales, una integración eficiente y estratégica; surgen nuevas formas de alianzas y sinergias de alcance global.
- Horizontalidad, flexibilidad de las redes. Menor jerarquización, individuos, organizaciones o redes se convierten en nodos que funcionan en un plano horizontal.
- Tendencia coalizacional. Tendencia a interactuar con otras redes con intereses comunes, en lo regional y lo global en forma de redes coalizacionales con base en la infraestructura de comunicación propiciada por la Internet.
- Existencia dinámica o según los hechos. Surgen y desaparecen rápidamente, conforme a situaciones o hechos que detonan la movilización.
- Minimalismo organizacional-material. La operación basada en comunicación por Internet hizo que la sede física dejara de tener relevancia y los requerimientos materiales no fueran un factor determinante.

---

<sup>17</sup> Jorge Alberto S. Machado, Universidad de Campinas, Brasil en un trabajo presentado en el II Congreso On-line del Observatorio para la Cibersociedad. Barcelona, noviembre de 2004, grupo de trabajo 46: Redes Digitales: potencialidades de acciones colectivas en el siglo XXI



- Universalismo y particularismo de las causas. *“Los ideales pueden ser universalistas y particularistas. Pueden atender a una o a un conjunto de aspiraciones de colectivos sociales bastante pequeños y específicos (e inclusive geográficamente separados). Sin embargo, aunque vinculados a una causa o tema específico, la lucha puede orientarse cada vez más con relación a un cuadro de luchas más amplio, con respeto a principios de aceptación universal, como el desarrollo sustentable, los derechos humanos, el derecho a la autodeterminación de los pueblos, el combate al racismo y a las formas de discriminación, la democracia, la libertad de expresión, etc.;*” (Machado, 2004)
- Gran poder de articulación y eficiencia. El tránsito de lo virtual al espacio urbano traspasa lo local, se realizan acciones globales simultáneas de manera eficiente. Protestas simultáneas en diferentes ciudades, incluso países con la participación de diferentes actores son cada vez más generalizadas
- Estrategias deslocalizadas de ideologías compartidas. Las estrategias en el espacio de los flujos buscan conectar identidades, objetivos, ideologías y visiones de mundo compartidas. Identidad y solidaridad pasan a desempeñar papeles fundamentales en la formación de tales redes.
- Multiplicidad de identidades / circulación de militantes. Los activistas circulan por diferentes causas, tienen contacto con otros movimientos, con otros actores individuales o colectivos. Permite la circulación de los militantes en las redes. Un mismo activista puede estar enmarañado en otras causas, con otros actores individuales y colectivos; puede militar en varios movimientos e, inclusive, transmitir sus reivindicaciones en las diferentes redes en que participa a través de sus conexiones identitarias.

- Identidad difusa. *“El anonimato y la multiplicidad de identidades potencian las formas de activismo. Pero también por esa razón es que cada es vez más difícil tratar de cuestiones identitarias de los movimientos sociales. Los intereses de los individuos que los vinculan a las redes son cada vez más cruzados, diversos y frecuentemente tenues. Se lucha cada vez más alrededor de códigos culturales, valores e intereses diversos.”*

## 4.2 Participación ciudadana

En el contexto de la democracia representativa, impera la necesidad de contar con formas de relación entre representantes y representados a fin de que la ciudadanía vaya más allá de del ejercicio del voto, sino que se involucre etapas y grados del ejercicio de gobierno.<sup>18</sup>

La relación entre representantes y representados debe de significar una intervención por parte de los ciudadanos *en algún nivel de lo público, así como en la gestión del gobierno, construyendo interlocución y generalmente con soporte en la voluntad política de los gobiernos locales correspondientes.*<sup>19</sup> Para A. Caruso el concepto de participación ciudadana comprende aquellas formas de intervención individual y colectiva, la cual supone redes de interacción complejas, cuyo eje determinante es siempre la relación de personas, grupos e instituciones con el estado.

“La idea central es que incluyendo a la ciudadanía en los procesos de diseño y adopción de políticas sociales y con reglas de actuación de los diferentes actores previamente definidas se pueden obtener mejores resultados que permitan avanzar en el camino de construir ciudadanía” (Ziccardi, 2004)

Los instrumentos de participación ciudadana pueden agruparse con respecto a su función y objetivos:

- Instrumentos de consulta pública para la toma de decisiones.

---

<sup>18</sup> A. Ziccardi, “Participación ciudadana y políticas sociales en el ámbito local”. 2004

<sup>19</sup> A. Caruso “Instrumentos de participación y políticas sociales” 2004

- Instrumentos de diseño de políticas sociales
- Instrumentos de diseño, aplicación y monitoreo

Caruso por su parte encuentra tres grandes orientaciones en la convocatoria y apelación a la participación ciudadana: la primera con una tendencia a entender al ciudadano como un usuario de los servicios públicos y su participación se materializa en las propuestas de control de esos servicios. La segunda entiende al ciudadano como sujeto de derecho de opinión y fomenta la consulta ya sea para conocer expectativas o nuevas propuestas, pero permite también legitimar el discurso participativo, aún cuando el espacio puede o no tener contacto con las instancias de toma de decisión. La tercera está orientada a la politización de las relaciones, fomentando la constitución de espacios públicos como las mesas de coordinación institucional o los consejos consultivos.

Por su parte, la Ley de Participación Ciudadana para el Distrito Federal utiliza su propia definición. La cual expone en su Artículo 2:

“Artículo 2.- Para efectos de la presente ley, la participación ciudadana es el derecho de los ciudadanos y habitantes del Distrito Federal a intervenir y participar, individual o colectivamente, en las decisiones públicas, en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas, programas y actos de gobierno.

La participación ciudadana contribuirá a la solución de problemas de interés general y al mejoramiento de las normas que regulan las relaciones en la comunidad, para lo que deberá considerarse la utilización de los medios de comunicación para la información, difusión, capacitación y educación, para el desarrollo de una cultura democrática de la participación ciudadana; así como su capacitación en el proceso de una mejor gobernanza de la Ciudad Capital. ” (DOF, 1998)

La propia Ley diferencia instrumentos como el plebiscito o el referéndum, de órganos como los consejos ciudadanos o representantes de manzana.

A diferencia de las movilizaciones sociales, la participación ciudadana se realiza en el marco de las instituciones, son avalados, facilitadas y promovidas por el Estado, el cual desarrolla mecanismos de diversa índole y alcance, como son las leyes o bien instancias que van desde las consultas ciudadanas, a otras más complejas como el referéndum o los presupuestos participativos.

La Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, publicada el 21 de diciembre de 1998 tienen como objetivo fomentar, promover, regular y establecer los mecanismos que permitan la organización y funcionamiento de la participación ciudadana y su relación con los órganos de gobierno del Distrito Federal. De este tipo de instrumentos sirven de orientación para los diferentes sectores y sus instituciones para la elaboración de mecanismos e instrumentos de participación ciudadana.

Por su parte la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil, publicada el 9 de febrero de 2004 en el Diario Oficial de la Federación, “que permite a las organizaciones legalmente constituidas el acceso a los apoyos y estímulos definidos en la misma ley, siempre que no persigan fines de lucro ni de proselitismo partidista, político-electoral o religioso...” es un mecanismo que busca impulsar la participación ciudadana que se gesta en el marco de las organizaciones de la sociedad civil organizada.

Algunos mecanismos o instrumentos de la participación ciudadana son:

- El acceso a la información. Con fundamento en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública el ciudadano tiene la posibilidad de solicitar y obtener información mediante mecanismos expresamente diseñados para ello.
- Consultas ciudadanas. Espacios donde de los ciudadanos brinda sus opiniones y perspectivas en torno a un tema. Las encuestas y sondeos sobre la calidad de servicios públicos son un ejemplo.

- Consejos Consultivos o Ciudadanos. Instancias de representación ciudadana como interlocutores.
- Espacios de diálogo y consulta. Foros y mesas de diálogo en torno a un tema con participación de expertos, organizaciones de la sociedad civil e instituciones de gobierno.
- Observación ciudadana. Vigilancia de procesos por parte de ciudadanos, por ejemplo de los procesos electorales.
- Financiamiento público a proyectos propuestos por actores sociales. Asignación de recursos públicos por parte de una institución de gobierno a actores sociales para puesta en marcha de proyectos sociales o de investigación. El Fondo de Coinversión Social de INDESOL es un ejemplo de esta práctica.
- Contraloría Social. Vigilancia de los recursos o de gestión de los recursos públicos por medio de formas de organización en el marco de los programas institucionales.
- Procesos o sub-procesos compartidos gobierno-sociedad. Es la facultad u obligación de una institución pública para delegar procesos de decisión a ciudadanos o actores sociales. Un ejemplo de estos casos es la dictaminación de proyectos sociales que hacen de manera conjunta representantes de la sociedad y del gobierno, para definir si son susceptibles de recibir el apoyo económico de un fondo o programa público.

#### 4.2.1 Participación ciudadana, gobierno y medios electrónicos.

E. Kaufman utiliza el término gobierno electrónico a la utilización por parte de los órganos de gobierno para ofrecer servicios y brindar información mediante las tecnologías de información y comunicación. Considera que un buen gobierno electrónico tiene como plataforma básica mínima la combinación eficaz de las tecnologías de la información y comunicación, reingeniería en sus estructuras y cambios de culturas organizacionales. <sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> E. Kaufman. Participación ciudadana y gestión pública... (2004)

Serna, citado por la propia Kaufmann incluye un listado de canales de comunicación e interacción que ofrece el gobierno en su versión electrónica:

- Sitios web (con carácter informativo)
- Portales con servicios de ventanilla en línea
- Correo electrónico para atención al ciudadano
- Listas de distribución para brindar información a suscriptores
- Foros de noticias
- Chats en línea generalmente de atención al ciudadano, usuario de un servicio
- Encuestas de opinión, generalmente asociadas al uso de un servicio

El anterior listado inicia contiene elementos que se consideran servicios de Internet y servicios típicos de web 1.0. El correo electrónico es un servicio de Internet, mientras que los sitios web son tan sólo un cambio de plataforma, de una versión impresa hacia una versión electrónica. Las encuestas de opinión, listas de distribución, aunque implican actividad más allá de la lectura o actitud pasiva de parte del usuario, no se consideran servicios web 2.0 ya que no implican un esfuerzo creativo, ni publicación por parte del usuario, requisitos expuestos en el capítulo anterior.

Kaufman integra los servicios de un gobierno electrónico en tres categorías: servicios de información, servicios de comunicación y servicios de transacción, con lo cual desarrolla una tipología observable en la tabla 4.

Tabla 4

Servicios de gobierno electrónico

	Servicios de información	Servicios de comunicación	Servicios de transacción
<b>Vida cotidiana</b>	Información laboral, doméstica, De: educación, salud, cultura, transportes, medio ambiente, etc.	Tablón de anuncios de tipo laboral o comercio Informes climatológicos	Reservación de boletos, matriculación de cursos (Pago de servicios, multas, impuestos.)
<b>Administración a distancia</b>	Direcciones de servicios públicos Guía de trámites Registro y bases de datos públicos	Correo electrónico con funcionarios Buzón de quejas Solicitud de documentación	Presentación de formularios
<b>Participación política</b>	Leyes, documentos parlamentarios, programas, reglas de operación. Información sobre procesos de decisión	Debates sobre problemas políticos Contacto con políticos mediante correo electrónico	Referendos Elecciones sondeos

Fuente: Instituto de Evaluación Tecnológica, citado por Kaufman 2004

El concepto de movilización social está en permanente construcción, hay consenso en diferenciar movimientos sociales tradicionales o clásicos de los nuevos movimientos y de los ahora llamados novísimos o movimientos altermundistas.

La participación ciudadana se realiza en el marco de las instituciones y está encaminada a la construcción de ciudadanía, son promovidas por el estado.

Los novísimos movimientos sociales se gestan en el contexto de la globalización y tienen características de los tradicionales y de los nuevos movimientos sociales, apelan a cambiar los valores de la sociedad y no se enfocan a la búsqueda del poder.

## **Capítulo 5. Metodología**

### **5.1 Metodología y organización del trabajo**

Para la realización de este trabajo se consideró un enfoque metodológico cualitativo interpretativo, con base epistemológica en el historicismo, la fenomenología y el interaccionismo simbólico; el análisis es interpretacional, sociolingüístico y semiológico de los discursos, las acciones y estructuras latentes; el alcance de la investigación se relaciona con la búsqueda cualitativa de significados de la acción humana.

El enfoque metodológico se plantea desde un contexto dinámico en permanente cambio, lo cual incluye desde las tecnologías que sirven de base a la web 2.0 como a la propia dinámica de las acciones colectivas en torno al Parque Nacional Cabo Pulmo y La Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna; está orientado al proceso de generación de movilización y no en sus resultados; es descriptivo y se orienta a descubrimientos ya que aborda un fenómeno poco estudiado dado su surgimiento reciente.

La investigación aborda un fenómeno social dentro de una realidad compleja y dinámica, que tiene una fuerte base en una herramienta tecnológica de constante y rápida evolución, se enmarca en un periodo de tiempo entre los años 2010 y 2012, considerando que no se trata de una fecha específica en que las movilizaciones sociales hayan surgido y desaparecido.



Los procedimientos realizados son los siguientes:

a) Descripción del conflicto o el “*enjeu*”.

Se realizó una identificación de actores sociales, políticos y de la iniciativa privada involucrados, así una revisión de la información publicada en Internet por parte de los diferentes actores involucrados, mencionando las fechas de su publicación inicial, el medio donde se publica, el público a quien va dirigido y su accesibilidad. Se realizó una interpretación del *enjeu* visto desde lo que se publica de cada actor.

b) Observación y monitoreo de herramientas web 2.0

Se realizó una búsqueda y seguimiento de publicaciones en línea como blogs, wikis, causas, cuentas de Twitter con mayor frecuencia de seguidores y de publicación constante. Se identificaron los mecanismos de invitación a acciones a través de redes sociales, diferenciando las herramientas web 2.0 de las web 1.0. Adicionalmente se realizó un análisis de los mensajes, su lenguaje, la imagen y su capacidad de convocatoria.

c) Entrevistas a usuarios generadores de contenidos

Se realizaron entrevistas a usuarios generadores de contenidos mediante comunicación en línea, personal o telefónica donde se les consultó acerca de su percepción de los generadores 2.0 en sus acciones de movilización social.

d) Patrón de conexiones para la movilización.

Se realizó un grafo sobre la interactividad en cada uno de los casos propuestos y un tercer grafo que conecta ambos grafos.

## **5.2 Descripción del conflicto o el “enjeu” Cabo Pulmo.**

### 5.2.1 Parque Nacional Cabo Pulmo

La bahía de Cabo Pulmo se localiza en la costa del Golfo de California en el municipio de Los Cabos, Baja California Sur y fue declarada como área natural con carácter de Parque Marino por el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas el 6 de junio de 1995. Actualmente su categoría es la de Parque Nacional desde el 7 de junio del 2000 por la Ley de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente.

Comprende una superficie de 7,111-01- 00 hectáreas. Cuenta con el único arrecife coralino en el Golfo de California, con una antigüedad mayor a los 20, 000 años y “representa un tipo particular de hábitat, de procesos ecológicos, de comunidades biológicas y de características fisiográficas; situación que le confiere no sólo una importancia regional, sino una gran relevancia en el ámbito mundial. Se trata del arrecife coralino que tiene la ubicación más septentrional en el Pacífico Este y es, actualmente, uno de los que presenta mayor cobertura coralina” INE, 2003

En el año 2005 fue nombrado Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO y en el 2008 entró a la lista del Convenio RAMSAR para la protección de humedales de importancia mundial.

El ecosistema de Cabo Pulmo alberga a especies que se encuentran en la NOM-054- 1994 bajo una categoría de protección especial. Tal es el caso de la *Lepidochelys olivácea* ubicada en categoría de “peligro de extinción”.

El Instituto Nacional de Ecología considera que el potencial económico del lugar es de carácter turístico con énfasis en actividades acuáticas como kayak, buceo libre y autónomo, vela y pesca deportiva.

La comunidad de Cabo Pulmo cuenta con 21 familias y cerca de 100 pobladores, con una población flotante que varía conforme a la temporada baja o alta relacionada con el turismo. La infraestructura es básica, no cuenta con conexión a la red eléctrica, el suministro de energía eléctrica se realiza con paneles solares y pequeños generadores; la señal de telefonía celular es limitada por lo que la comunicación con el exterior puede verse comprometida. El acceso es por carretera de terracería ya sea hacia San José del Cabo o bien hacia La Rivera.

La actividad económica preponderante es el turismo, la pesca comercial esta prohibida y para consumo familiar cada jefe de familia tiene permitido pescar hasta 10 kilos diariamente.

#### 5.2.2 Cabo Cortés

Desde la perspectiva de SEMARNAT:

Cabo Cortés es un Proyecto Inmobiliario Integral, enfocado al mercado turístico nacional e internacional. Responde a la política Nacional de captación y consolidación de inversiones nacionales y extranjeras, así como a las demandas y crecimiento del mercado turístico internacional.

El Proyecto encuentra en la Región Noroeste de México un área con gran potencial turístico y una ubicación estratégica para el mercado de Norte América y México, así como para el creciente mercado Europeo y Asiático

Previo a la decisión de Cabo Cortés de promover el proyecto inmobiliario, consideró su viabilidad legal y de uso de suelo, tal como consta en los siguientes oficios emitidos por el Municipio de Los Cabos (se incluye copia en el Anexo 4-IL-4 de Información Legal):

- Autorización de Uso de Suelo US/389/PU/2006 del 21 de julio del 2006
- Oficio No. 0537 del 3 de julio del 2006
- Oficio No. 0845 del 7 de noviembre del 2006
- Autorización de Uso de Suelo US/590/PU/2006 del 22 de noviembre del 2006

Cabo Cortés ha dividido los conceptos en dos grandes grupos: a) Infraestructura y Destinos: Que refiere a los conceptos para los que se propone una ubicación precisa, plazos de construcción y criterios constructivos y de operación. B) Usuarios y consumidores de Bienes y Servicios: Que refiere a tanto a las personas (turistas, trabajadores, visitantes, etc.) como a los sistemas de operación (sistema de abastecimiento, drenaje, tratamiento y riego de agua, entre otros) que demandan acceso a recursos, bienes y servicios para su satisfacción y/o operación.<sup>21</sup>

### 5.2.3 El conflicto visto desde la red

En el portal de Cabo Pulmo Vivo:

*Cabo Cortés:*

*En el año 2008, la empresa española Hansa Urbana pretendió construir en Cabo Pulmo, un mega-proyecto turístico que llevó por nombre Cabo Cortés.*

*Este mega-proyecto turístico pretendía edificar a escasos metros al norte de Cabo Pulmo más de 30,000 habitaciones (entre hoteles y viviendas), 3 campos de golf, una marina y un aeropuerto. La intención de construir un desarrollo de tal escala a las orillas de un frágil ecosistema arrecifal es difícil de comprender. Nuestra preocupación no solamente está en torno a lo ambiental, sino también a lo social, pues deseamos que esta región se desarrolle integralmente, sin que se comprometa el bienestar de las comunidades locales y la salud del entorno natural.*

---

<sup>21</sup> Transcrito de:

<http://app1.semarnat.gob.mx/dgiraDocs/documentos/bcs/estudios/2008/03BS2008T0004.pdf>

En el portal de Greenpeace se encuentra esta información:

*“En enero del 2011 la Semarnat modifica el permiso otorgado a Cabo Cortés en el que se permite a Hansa ocupar una extensión superior a 3,800 hectáreas para construir una marina de 490 amarres, instalada sobre las dunas costeras, 27 mil habitaciones y dos campos de golf, entre más infraestructura. Es decir, una capacidad habitacional casi igual a la de Cancún, en una zona semidesértica que históricamente ha sido de muy baja densidad poblacional.*

*Semarnat ignoró la opinión de científicos, la fuerte oposición de la comunidad de Cabo Pulmo, así como los argumentos presentados por la coalición “Cabo Pulmo Vivo”, que integra a individuos, académicos y organizaciones de la sociedad civil. Además, no tomó en cuenta la disponibilidad de agua de la región y los criterios del Plan de Ordenamiento Ecológico de Los Cabos.*

*El riesgo principal para el arrecife de Cabo Pulmo es el arrastre de contaminantes, sedimentos del dragado de la marina, aceites de las embarcaciones, salmueras de la desaladora, aguas residuales; especialmente en las épocas del año cuando las corrientes van del norte al sur. Todo esto impactaría directamente en la gran biodiversidad conservada y recuperada en 15 años de trabajo.*

*Cabo Cortés no es un proyecto necesario para desarrollar económicamente a la Baja California Sur. Es más importante fortalecer los destinos turísticos existentes, como Los Cabos, La Paz y Loreto, que no han logrado salir de la crisis económica y continúan con una ocupación turística muy por debajo de su capacidad.”*

### **5.3 Identificación de estrategias 2.0**

Como primer paso se identificaron a los actores más visibles del conflicto en medios electrónicos y se establecieron tres categorías diferentes: sociedad civil, gobierno y empresa. Se identificaron sus expresiones en Internet: portales, blog, cuentas de Twitter, Instagram, Vimeo, canal de Youtube.




Se realizó una revisión de los mecanismos de comunicación, divulgación, promoción y convocatoria que utilizan los actores sociales, gobiernos y empresas involucradas en el conflicto. Se hizo una diferenciación entre las estrategias en medios electrónicos en un listado con los términos web 1.0 y web 2.0.

En las tabla 5, 6 y 7 se observan los diferentes actores sociales, tanto de la iniciativa privada como del Estado y de la sociedad civil organizada. Se identifican las diferentes herramientas utilizadas bajo la lógica o actitud web 1.0 y las empleadas bajo web 2.0.

Se distingue como las organizaciones de la sociedad civil organizadas recurren a las herramientas de web 2.0 con mayor incidencia que el sector privado y el sector público.

Es recurrente la creación de micrositiros específicos de los temas, el establecimiento de alianzas o colectivos entre organizaciones de la sociedad civil y el uso de las redes sociales para la difusión de la información.

Tabla 5 Cabo Pulmo: Actores sociales y sus herramientas 2.0

Actor social/ Gobierno / Empresa	Web 1.0	Web 2.0
<p><b>Hansa Urbana</b> <a href="http://www.hansaurbana.com">http://www.hansaurbana.com</a></p>	<p>Portal Informativo. (contiene una pestaña “Cabo Pulmo” sin información)</p>	<p>Ninguna</p> 
<p><b>Greenpeace</b> <a href="http://www.greenpeace.org.mx">www.greenpeace.org.mx</a> <a href="http://salvemoscabopulmo.org">http://salvemoscabopulmo.org</a></p> 	<p>Portal con información de la organización Información de otras campañas Documentos para todo público, descargables en formato PDF Enlace a micrositio. Pre-portal promoviendo la campaña</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un micrositio alternativo al portal de la organización.</li> <li>• Invitación a convocar a votar</li> <li>• Materiales descargables para redes sociales: avatar para Facebook, blogs personales y Twitter, Imágenes de la campaña como portada de Facebook</li> <li>• Invitación a reproducir materiales</li> <li>• Videos de la campaña en su canal de Youtube</li> <li>• Enlace a redes sociales Facebook, Twitter.</li> <li>• Sindicacion</li> </ul>
<p><b>CONANP</b> <a href="http://pncabopulmo.conanp.gob.mx">http://pncabopulmo.conanp.gob.mx</a></p> 	<p>Informativo</p>	<p>Dale megusta en Facebook, Twitter</p>

Fuente: Creación propia.

Tabla 6 Cabo Pulmo: Actores sociales y sus herramientas 2.0 (continuación 1)

Actor social/ Gobierno / Empresa	Web 1.0	Web 2.0
<p><b>Cabo Pulmo Vivo</b> <a href="http://cabopulmovivo.org/portal/">http://cabopulmovivo.org/portal/</a></p> 	<p>Informativo Documentos descargables en línea</p>	<p>Campaña de votación en línea, Comparte en Facebook, Twitter y otras redes sociales. Sindicación Hypervínculos</p>
<p><b>CEMDA</b> <a href="http://www.cemda.org.mx">http://www.cemda.org.mx</a></p>	<p>Informativo, Documentos descargables, Enlace con otras campañas</p>	<p>Síguenos en Facebook, Twitter, Youtube. Sindicación Hypervínculos</p>
<p><b>Wild Coast Costa Salvaje</b> <a href="http://www.costasalvaje.com">http://www.costasalvaje.com</a></p> 	<p>Informativo. Boletín, Invitación a voluntariado, Enlace con otras campañas.</p>	<p>Invitación a firmar peticiones Síguenos en Facebook, Twitter, Youtube, Instagram. Sindicación</p>
<p><b>DAN Defensa ambiental del noroeste</b> <a href="http://www.dan.org.mx/">http://www.dan.org.mx/</a></p>	<p>Informativo, documentos descargables en PDF, hypervínculos. Enlace con otras campañas</p>	<p>Síguenos en Facebook Donación en línea</p>
<p><b>Asociación Interamericana para la Defensa del Ambiente</b> <a href="http://www.aida-americas.org/es">http://www.aida-americas.org/es</a></p>	<p>Información de la organización Invitación a la acción, Información de diversas campañas</p>	<p>Hypervínculos a otras organizaciones Presencia en Facebook, Twitter Sindicación Enlace a blog temático Recaudación en línea</p>

Fuente: Creación propia.



Tabla 7 Cabo Pulmo: Actores sociales y sus herramientas 2.0 (continuación 2)

Actor social/ Gobierno / Empresa	Web 1.0	Web 2.0
<p><b>NIPARAJÁ</b></p>  <p>SOCIEDAD DE HISTORIA NATURAL Niparájá</p>	<p>Información de la organización</p> <p>Documentos descargables</p>	<p>Enlace a Facebook, Twitter, Youtube</p>
<p><b>NRDC</b></p> <p><a href="http://www.nrdc.org/laondaverde/">http://www.nrdc.org/laondaverde/</a></p>	<p>Informativo,</p> <p>Enlace con otras campañas.</p> <p>Boletín</p> <p>Voluntariado</p>	<p>Enlace a Facebook, Twitter, Myspace, Youtube</p> <p>Tags o etiquetas</p> <p>Formato blog</p> <p>Sindicación</p> <p>Recaudación en línea</p>
<p><b>Pronatura Noroeste</b></p> <p><a href="http://pronatura-noroeste.org">http://pronatura-noroeste.org</a></p>	<p>Informativo,</p> <p>Enlace con otras campañas</p>	<p>Enlace a Facebook, Twitter, Vimeo, Pinterest, Youtube</p> <p>Campaña de adopta un ecosistema o una especie.</p> <p>Blog</p> <p>Recaudación en línea (Creative commons)</p>
<p><b>Amigos para la conservación de Cabo Pulmo</b></p> <p><a href="http://cabopulmoamigos.org/home.html">http://cabopulmoamigos.org/home.html</a></p>	<p>Informativo,</p> <p>Newsletter,</p> <p>Oportunidades de voluntariado</p>	<p>Enlace a Facebook, Youtube.</p> 

Fuente: Creación propia.

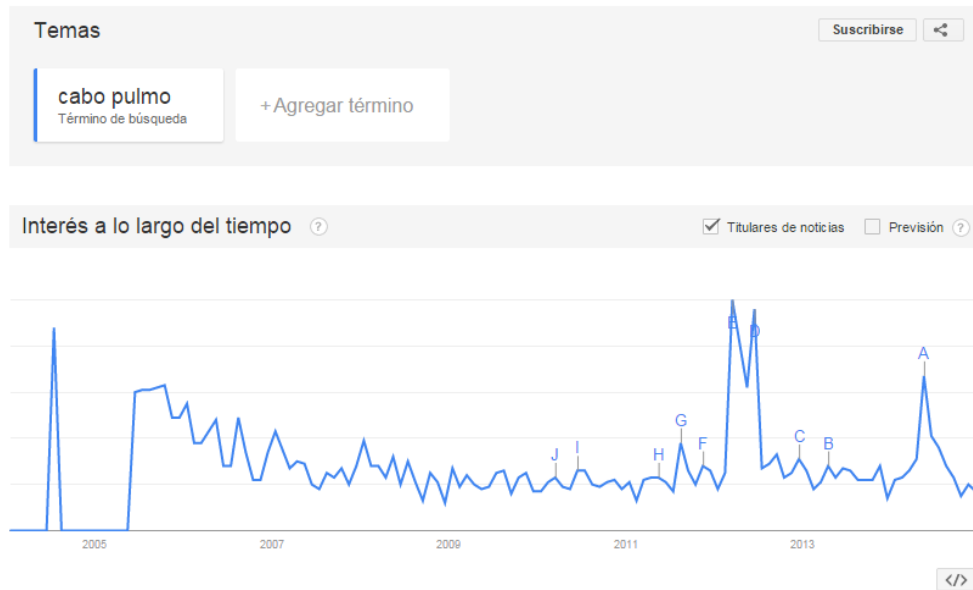
## 5.4 Tendencias del tema en Internet

Se realizó un análisis de las tendencias de búsqueda en el motor de búsqueda más utilizado: Google. Al buscar un término en Tendencias de búsqueda, aparece un gráfico debajo del término en el que se muestra su popularidad a lo largo del tiempo

Los números incluidos en el gráfico no representan el total de búsquedas, sino datos normalizados en una escala de cero a 100. Cada punto del gráfico se divide entre el valor del punto más alto y se multiplica por 100. Los números del gráfico reflejan la cantidad de búsquedas que se han realizado de un término específico en relación con el número de búsquedas totales realizadas en Google a lo largo del tiempo. Líneas descendentes significan un descenso en la popularidad en la búsqueda del tema, las ascendentes significan un ascenso en la popularidad.

En la figura 9 se distingue la proliferación de búsquedas en Google del tema “Cabo Pulmo” en 2012 con respecto a años anteriores: Cresta “E” y cresta “D”. A cada letra corresponde una noticia. La gráfica no distingue si las búsquedas las realiza un turista interesado en visitar Cabo Pulmo o un activista o inversionista interesado en el conflicto. Por esa razón se realizó un cruce con el tema “Cabo Cortés” en la figura 10. El resultado es una menor proporción de búsquedas, pero un movimiento en paralelo de la gráfica. De lo anterior se puede inferir que hay un amplio sector de inversionistas o activistas siguiendo el tema en ese periodo de tiempo.

Figura 9  
Tendencia de búsqueda a través del tiempo: Cabo Pulmo



Fuente: Google trends

Figura 10  
Tendencia de búsqueda a través del tiempo: Cabo Pulmo + Cabo Cortés

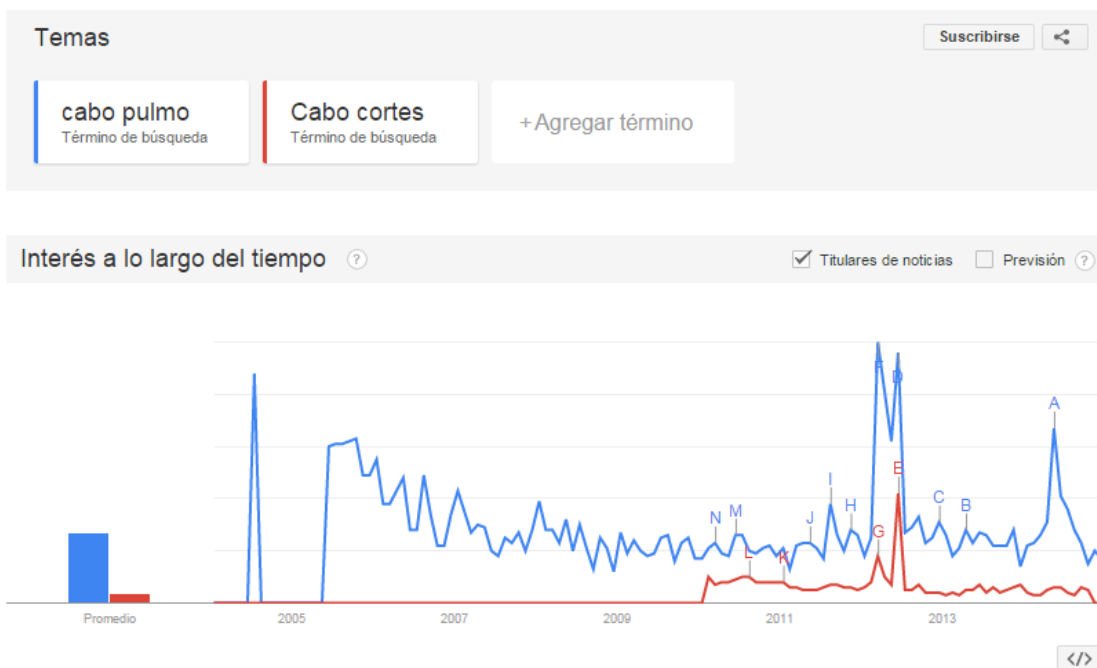


Tabla 8 Interpretación de claves de figura 10

Clave en grafica	Medio	Noticia
<b>J</b>	Vanguardia.com.mx	Pide la Unesco al gobierno que revise los proyectos de Cabo Pulmo
<b>I</b>	Radio fórmula	Amenaza proyecto turístico a Cabo Pulmo: Greenpeace con Ricardo Rocha
<b>H</b>	Univisión	Pide Greenpeace detener proyecto en Cabo Pulmo
<b>E</b>	MiamiHerald.com	Mexico cancels cabo Cortés, \$2 billion Baja California
<b>D</b>	Azteca Noticias	Calderón cancela cabo Cortés en Cabo Pulmo

Para comprobar los picos del gráfico se buscaron “re-tweets” y repeticiones de la misma noticia en blogs: El pico “E” en motor de búsqueda Google identificó 870 resultados más con el título: “Mexico cancels Cabo Cortés 2 billion.” (Figura 10)

Repercusión en blogs: (Ejemplos)

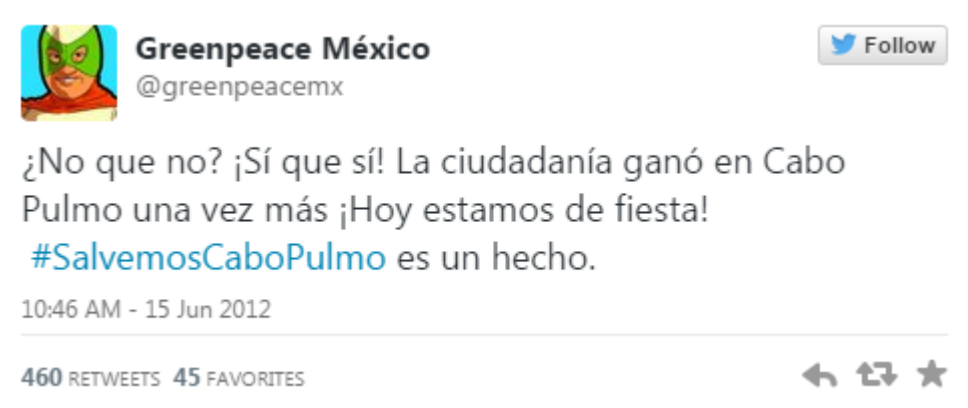
- <http://www.mcclatchydc.com/2012/06/15/152553/mexico-cancels-cabo-Cortés-2-billion.html>
- <http://mexbiznews.com/mexico-cancels-2-billion-resort-baja-peninsula>
- <http://sergededina.com/2012/06/16/victory-in-cabo-pulmo/>
- [http://article.wn.com/view/2012/06/16/Mexico\\_cancels\\_Cabo\\_Cortés\\_2\\_billion\\_Baja\\_California\\_7/](http://article.wn.com/view/2012/06/16/Mexico_cancels_Cabo_Cortés_2_billion_Baja_California_7/)
- <http://thelatestfuzz.info/2012/07/01/baja-california/>
- <http://forums.bajanomad.com/viewthread.php?tid=46661&page=3>
- [http://bajarealestateblog.blogspot.com/2011\\_09\\_01\\_archive.html](http://bajarealestateblog.blogspot.com/2011_09_01_archive.html)
- [http://www.nrdc.org/international/files/Baja%20Investor%20Briefing\\_11LR.pdf](http://www.nrdc.org/international/files/Baja%20Investor%20Briefing_11LR.pdf)
- <http://www.reuters.com/article/2012/06/15/mexico-tourism-idUSL1E8HFBLM20120615>
- <http://www.travelweekly.com/Mexico-Travel/Back-to-drawing-board-for-developer-of-Baja-resort-complex/>
- <http://www.topix.com/forum/city/la-jolla-ca/TLC5NBPGSUH5OQJ51>
- [https://www.facebook.com/permalink.php?id=201369029899826&story\\_fbid=395258200510907](https://www.facebook.com/permalink.php?id=201369029899826&story_fbid=395258200510907)
- <https://www.facebook.com/thebajacitizen/posts/320109531405275>

## Noticias en Twitter:

En el marco de la reunión del G20, el entonces presidente de México Felipe Calderón anuncia la cancelación del proyecto Cabo Cortés a través de su cuenta de Twitter, rápidamente se convierte en uno de sus Twitts con más retweets hasta el momento, 3872. La cuenta de @FelipeCalderon cuenta con más de 3.1 millones de seguidores.



Al darse la noticia de la cancelación, la Organización Greenpeace México anuncia en su cuenta de Twitter, teniendo una repercusión de 1046 retweets. La cuenta @Greenpeacemx tiene 206 mil seguidores.



#### Otras cuentas en Twitter

- La cuenta @CaboPulmovivo tiene 3 tweets y 133 seguidores.
- La cuenta @CEMDA también compartió la noticia a sus más de 4 mil seguidores
- El plano individual @BravoGaxiola tiene más de 3,400 seguidores y cerca de 15 mil tweets
- La cuenta @NiparajaAC tiene cerca de 900 seguidores.
- HansaUrbana no tienen cuenta en Twitter (2011)

En el caso de Cabo Pulmo, el anuncio dado por el entonces presidente, Felipe Calderón, en Twitter y su alta cantidad de retweets, motivan que la gente se informe aún antes de que los medios masivos tradicionales puedan transmitir las noticias en sus espacios habituales como noticieros o periódicos. Si bien la profundidad de la información generada en un tweet está limitada por su cantidad de caracteres, su instantaneidad permite transmitir el hecho a los actores involucrados.

## **5.5 Descripción del conflicto o el “enjeu” Sierra de La Laguna**

### 5.5.1 La Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna

Ubicada en los municipios de La Paz y Los Cabos con una extensión territorial de 112,437-07-25 hectáreas, la región conocida como Sierra de la Laguna fue decretada Reserva de la Biosfera el 6 de junio de 1994, está incluida en el “Programa el hombre y la biosfera”, de la UNESCO desde el año 2004. Se localiza en la parte sur del estado de Baja California Sur, constituyendo parte de un macizo montañoso, del que la Reserva, ocupa una extensión de aproximadamente 48 kilómetros de largo y un promedio de 20 kilómetros de ancho.

Citados en el Programa de Manejo de la Reserva, Arriaga, et al., (1996), señalan que la Reserva se encuentra compuesta por siete grandes cañones. Cinco de ellos se encuentran en la vertiente del Golfo y dos en la vertiente del Pacífico. En las partes altas de la sierra se encuentran algunos valles o micro cuencas. En sus estribaciones, la Reserva presenta planicies aluviales con lomeríos de regular prominencia.<sup>22</sup>

La Sierra de la Laguna posee una gran riqueza biológica y paisajística, por su ubicación, en medio de una zona semidesértica, es conocido que tiene una considerable proporción de especies endémicas de flora y fauna; producto de la historia geológica de la Península y en particular de la región del Cabo. Las comunidades vegetales que la caracterizan son el bosque de pino-encino – único en el estado - y la selva baja caducifolia.

Dentro de los límites de la Reserva se asientan 127 ranchos con alrededor de 600 habitantes. Los ranchos refieren a la tradición e identidad sudcaliforniana; son pequeñas unidades productivas hortícolas y ganaderas, aisladas y dispersas en un extenso territorio. Sus orígenes se remontan a los antiguos cortijos de Andalucía, España; emergieron durante el prolongado tiempo colonial, a contrapelo de la raigambre comunal indígena, del

---

<sup>22</sup> Extracto del Programa de Manejo Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna, CONANP, 2003

agrarismo ejidal campesino y al margen de las élites criollas urbanas y rurales. Asentados en lugares agrestes, estos pequeños y olvidados contingentes de la otra pobraería española han sobrevivido en la Sierra la Laguna desde finales del Siglo XVIII en el aislamiento y la dispersión.

Geopolíticamente la Reserva se encuentra compartida por dos municipios, el de La Paz y el de Los Cabos. Cuenta con rancherías dispersas (106) y una pequeña comunidad de 100 habitantes (Ejido San Jorge). “En toda la Reserva habitan 175 familias con una población total de 738 habitantes, lo que da un promedio de 4.2 habitantes por familia. De la población total 410 son hombres y 328 mujeres. En los rangos de edades de 0 a 30 años se ubica casi 50 % de la población.” Es posible encontrar manifestaciones arqueológicas, como entierros funerarios y pinturas rupestres, o bien ruinas de antiguas moradas de los nativos que habitaron el área.

El Plan de Manejo de La Sierra de La Laguna señala un conjunto de problemáticas de las cuales destacan las siguientes<sup>23</sup>:

- Los límites que comprenden la Reserva únicamente están definidos en planos y documentos, no existe una delimitación física, ni señalización.
- Falta de aplicación de instrumentos normativos.
- Los recursos económicos con que cuenta la Reserva son insuficientes para atender las demandas que exige su administración.
- El personal asignado a la Reserva es insuficiente para satisfacer las necesidades de operación y atención a las demandas sociales y de conservación del área
- La minería a cielo abierto se presenta como una amenaza para la conservación de la biodiversidad en la zona de amortiguamiento de la Reserva, particularmente en la región noroeste.

---

<sup>23</sup> Extracto del Programa de Manejo Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna, CONANP, 2003



- Las comunidades que se encuentran asentadas dentro de la Reserva son expulsoras de mano de obra por falta de fuentes de empleo generados dentro de ella. Al no existir una diversificación productiva y al depender casi en su totalidad de la explotación ganadera tradicional
- La emigración de las comunidades que habitan la Reserva y la venta de sus predios, obligados por su necesidad, repercute en la conservación de los recursos naturales al llegar nuevos colonos sin un conocimiento pleno del ambiente a ocupar.
- La falta en la definición de la capacidad de carga o límite de cambio aceptable, propicia la imposibilidad de controlar la gran afluencia de visitantes que en forma masiva se presenta durante ciertas épocas del año.

#### 5.5.2 Paredones Amarillos

##### Descripción del proyecto

Minera Paredones Amarillos es un proyecto de la empresa Vista Gold, quién en su Reporte de Viabilidad ubica el sitio en la latitud 23° 39' norte y longitud 110° 06' oeste en el estado de Baja California Sur, aproximadamente a 55km al sureste de la ciudad de La Paz. Las comunidades más cercanas al sitio son El Rosario y Valle Perdido.<sup>24</sup>

La topografía del proyecto comprende colinas de moderada inclinación, con elevaciones en el rango de los 400m a 800m. De manera general, el sistema de drenaje se caracteriza por valles en forma de “V” de moderada inclinación.

El clima es considerado seco y semi-árido con lluvias en verano y menos de 5% de precipitación en el invierno.

---

<sup>24</sup> Resumen y traducción de Feasibility Study NI 43-101 Technical Report Vista Gold Corp. Paredones Amarillos Gold Project Baja California Sur, México

El acceso al sitio es por la carretera federal número 1, a una distancia de 17 km y es una combinación de caminos nuevos y otros previamente existentes. El camino de terracería existente hacia el sitio de la mina y planta desde Valle Perdido, la comunidad más cercana, es de aproximadamente 10 km. El nuevo camino al sitio sería de 7 m de ancho por 7 kilómetros de largo.

La ciudad de La Paz cuenta con las instalaciones portuarias de Pichilingue. La energía eléctrica para el proyecto será provista por la construcción de una línea de 18 kilómetros enlazada a las líneas de 115 kW de La Paz.

Los requerimientos de agua serán provistos por la planta desaladora ubicada en la costa del Pacífico al norte de Todos Santos. La planta poseerá 45 km de tubería para conectarse con el sitio de la planta de procesamiento. EL agua potable será utilizada para el proceso de producción, para cubrir necesidades de agua potable y para combate de incendios.

El proyecto está localizado en tierras propiedad del Gobierno de la República de las cuales no existen otras proclamas de propiedad.

Las concesiones mineras cubren cerca de 3,710 ha las cuales están controladas por MPA.

El proceso de permisos ambientales involucra 13 procedimientos legales, seis de los cuales son necesarios para el inicio del proyecto. Una Manifestación de Impacto Ambiental (MIA) para el proyecto fue aprobada en 1997. Cualquier cambio significativo o modificación planeada que se realice a la MIA previamente aprobada debe reportarse en una nueva MIA al momento de solicitar una extensión del permiso autorizado.

A Minera Paredones Amarillo se le ha otorgado el número SEMARNAP-BCS-03/409/97 por SEMARNAT, referente al uso de suelo. El permiso ha estado en 'stand by' por varios

años, la Delegación de SEMARNAT en Baja California Sur está revisando el estatus del proyecto.. MPA espera el la aprobación para el inicio del proyecto.

Paredones Amarillos se localiza en la zona de amortiguamiento de la Reserva Natural en donde la minería está permitida con autorización escrita. Los cuales serán obtenidos para el inicio de actividades.

### 5.5.3 Minería a cielo abierto desde las organizaciones en Internet

Defiende la Sierra resume y comunica en esta forma a público en general, mediante un documento descargable en su portal:

#### *9 cosas que deberías saber del proyecto Los Cardones*

*1. La minería de oro es sumamente contaminante. Para extraer el oro de las piedras, se utilizan y se generan químicos peligrosos que pueden envenenar el agua de la región, además de utilizar toneladas de explosivos diariamente, con efectos muy nocivos sobre la biodiversidad. Entre estos químicos sobresalen el cianuro, arsénico, ácido sulfúrico, plomo, mercurio y otros metales pesados que tienen impactos dramáticos en la salud de los humanos y en el ecosistema.*

*2. El oro es principalmente para hacer joyería. Muy poco del oro que se produce hoy en día se destina a industrias como la medicina o las telecomunicaciones. A nivel mundial, la mayor parte del oro que se extrae en la actualidad; más del 80% según algunas de las fuentes consultadas, es destinado a la industria de la joyería. Producir un anillo de oro, por ejemplo, genera cerca de 20 toneladas de desechos.*

*3. La minería de oro a cielo abierto tiene una historia negra en México y el mundo. En todo el mundo, desde África hasta Centroamérica, distintas comunidades han sentido en carne propia los efectos de la minería de oro a cielo abierto. Cada vez más comunidades se*

*han negado a permitir el establecimiento de este tipo de minas cerca de ecosistemas sensibles.*

*4. La sierra está amenazada. En junio de 1994 se creó la Reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna, para proteger este patrimonio de Baja California Sur y de México. Sin embargo, actualmente existen planes para la construcción de una mina de oro a cielo abierto dentro de la Reserva, en el área conocida como Paredones Amarillos. Por su ubicación y por el tipo de tecnología que utilizaría, esta mina representaría una amenaza para la Sierra, tanto para su biodiversidad, como para su papel como la fuente de agua de miles de personas.*

*5. Una mina de oro dura pocos años, mientras que la contaminación que genera dura siglos. De acuerdo a los cálculos de la misma empresa, la mina de oro de Los Cardones tendrá una vida útil de apenas 10 años. En cambio, los efectos de la degradación ambiental generada por los materiales que desecha y los químicos que utiliza dura muchos cientos de años.*

*6. La minería de oro a cielo abierto genera montañas de desperdicio, literalmente. La Mina Los Cardones estima extraer cerca de 41 toneladas de oro (1.4 Millones de Onzas) durante sus 10 años de vida útil. La producción de esta cantidad de oro, en los cálculos de la propia empresa, generarían 3 toneladas de desperdicio por cada gramo de oro producido. Esto significa, durante los 10 años, 175,000 millones de kilogramos de piedra de desecho; 47,000,000 kilogramos diarios.*

*7. Las minas de oro dejan cráteres gigantescos donde antes habían ecosistemas. La mina de Los Cardones generaría un cráter de 76.20 hectáreas dentro de la Sierra de la Laguna. Este tamaño es equivalente a las 62 cuadras que componen el centro de la ciudad de La Paz, o a unas 102 canchas de fútbol.*

*8. En la sierra nace nuestra agua. Mientras que en regiones como La Paz, Todos Santos y Los Cabos apenas llueve poco más de 17 centímetros por año, en las partes altas de la Sierra cae un promedio anual de un metro de lluvia. La Sierra de la Laguna es la fuente del agua que consumimos en la parte sur de nuestro estado.*

*9. En la sierra de la laguna está el único bosque de pino y encino del estado. La biodiversidad de la Sierra de la Laguna es única en el mundo. Este bosque contiene la mayor cantidad de especies de cualquier ecosistema terrestre del estado, con especies que no existen en ningún otro lugar del mundo, incluyendo 86 plantas endémicas.*

## 5.6 Identificación de estrategias 2.0 en el conflicto

Se realizó un análisis de los actores más visibles en el Internet para el caso de Sierra de La Laguna. En la tabla 9 se observan los actores sociales involucrados en el conflicto .

Tabla 9 Actores sociales Sierra de La Laguna (Institucional)

Sociedad civil	Gobierno	Empresas
Paredones amarillos no Vista Gold no Biosfera en peligro SOS Sociedad Organizada por Sudcalifornia Baja Sur en peligro Defiende La Sierra: Guardianes del agua Tortugueros Las Playitas Agua vale más que oro Decide A.C. Comunidad Viable y Desarrollo COVYDE Medio Ambiente y Sociedad, A. C. Centro mexicano de derecho ambiental. CEMDA DAN AIDA	SEMARNAT CONANP	Vista Gold: Minera Paredones Amarillos (MPA)

Quaayaip

<http://quaayaip.blogspot.mx>

Frente ciudadano en defensa del agua y la vida

<http://frenteaguayvida-bcs.org>

<https://www.facebook.com/frenteaguayvidabcs?fref=ts>

México contaminada

<http://mexicocontaminada.blogspot.mx>

ENLACES A REDES y organizaciones fuera de Baja California Sur

Red Mexicana de afectados por la minería REMA

<http://www.remamx.org>

No a la Mina

<http://www.noalamina.org>

Movimiento mesoamericano contra

el modelo minero extractivo

<http://movimientom4.org>

Reclame U

<http://reclameu.blogspot.mx>

Tabla 10 Actores Sierra de La Laguna y herramientas 2.0

Actor social/ Gobierno / Empresa	Web 1.0	Web 2.0
<b>Defiende la Sierra (Coalición)</b> <a href="http://defiendelasierra.org/">http://defiendelasierra.org/</a>	Informativo Documentos descargables	Enlace a Youtube Hiperlinks a organizaciones de la Coalición
<b>Medio Ambiente y Sociedad</b> <a href="http://www.mas-bcs.org">http://www.mas-bcs.org</a>  <a href="http://medioambientebs.blogspot.mx/">http://medioambientebs.blogspot.mx/</a>	Informativo Enlace a firma on line Descarga de documentos	Micrositio tipoBlog Comparte en Facebook, Sindicación Hypervínculos a otras organizaciones y blogs
<b>CEMDA</b> <a href="http://www.cemda.org.mx">http://www.cemda.org.mx</a>	Informativo, Documentos descargables, Enlace con otras campañas	Síguenos en Facebook, Twitter, Youtube. Sindicación Hypervínculos
<b>DAN Defensa ambiental del noroeste</b> <a href="http://www.dan.org.mx/">http://www.dan.org.mx/</a>	Informativo, documentos descargables en PDF, hypervinculos. Enlace con otras campañas	Síguenos en Facebook Donación en línea
<b>Guardianes del agua</b> <a href="http://elmangle.org/partners/guardianes-del-agua/">http://elmangle.org/partners/guardianes-del-agua/</a>	Informativo	Hiperlinks con otras organizaciones
<b>COVyDE</b> <a href="https://www.facebook.com/pages/COVYDE">https://www.facebook.com/pages/COVYDE</a>		Página de Facebook
<b>Tortugeros Las Playitas</b> <a href="http://www.todostortugeros.org/">http://www.todostortugeros.org/</a>		Enlace a Youtube
<b>Asociación Interamericana para la Defensa del Ambiente</b> <a href="http://www.aida-americas.org/es">http://www.aida-americas.org/es</a>	Información de la organización Invitación a la acción, Información de diversas campañas	Hypervínculos a otras organizaciones Presencia en Facebook, Twitter, Sindicación Enlace a blog temático Recaudación en línea

## 5.7 Tendencias de búsqueda para Sierra de La Laguna

Para el caso de Sierra de La Laguna se realizó el mismo ejercicio de tendencia de búsqueda con los términos “Paredones Amarillos” y “Sierra de La Laguna”, (Otra combinación de términos como “Vista Gold” no arrojaron resultados: flat-line)

La gráfica no distingue de turistas, inversionistas o investigadores que buscan información de la zona, por lo que se hace un análisis de ambos términos en conjunto.

En la figura 11 se distingue un pico o cresta coincidente en las gráficas de ambos términos en las mismas fechas : Crestas “C” y “D”.

Figura 11

Tendencia de búsqueda Paredones Amarillos + Sierra de La Laguna



Fuente: Google trends



Tabla 11 Interpretación de gráfica de tendencia de búsqueda

Clave en grafica	Medio	Noticia
<b>A</b>	La Crónica	Rechazan proyecto minero en reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna
<b>B</b>	La Crónica	Dos muertos, no cinco, por caída de avioneta en Sierra de La Laguna
<b>C</b>	Market Watch	Vista Gold announces dismissal of change of forest land use permit application for the Paredones Amarillos Project
<b>D</b>	Milenio.com	Advierten que extracción de oro en Sierra de la Laguna provocará severa contaminación
<b>E</b>	Fox Business	Vista Gold Corp. Announces Completion of Purchase and First Stage of Transportation of Gold Processing Equipment for the Paredones Amarillos Project
<b>G</b>	CNN Money	Vista Gold Corp. Announces Board of Directors and Corporate Personnel Changes; Decision to Fund Initial Development of Paredones Amarillos Project, Mexico

### Del espacio urbano al espacio virtual

“El 2 de junio del 2011, los grupos: agua vale más que oro, Quayaip, SOS, CEMDA Y Medio Ambiente Y Sociedad, hicimos entrega al gobernador de 33,000 firmas de sudcalifornianos que nos oponemos a la mega minería tóxica.” Medio Ambiente y Sociedad

- Foro Agua y Arsénico (9 y 10 Septiembre 2011)
- Marcha vs Paredones Amarillos (Febrero 2010)
- Famosos de La Paz Vs Mega Minería Tóxica ( Noviembre 2012 )
- Simposio Minería en México análisis social económico y lega (1 Mar 2013)
- Letreros y Muros vs Minería (Activo)

## 5.8 Cruce de tendencias de búsqueda en Internet

Finalmente se realizó una combinación de los términos “Cabo Pulmo”, “Cabo Cortés”, “Paredones Amarillos” y “Sierra de La Laguna” con la finalidad de identificar la relación de presencia en la red.

La relación entre tendencias de búsqueda (Figura 12):

- Cabo Pulmo: Sierra de La Laguna 100:12 (abril 2012)
- Cabo Pulmo: Sierra de La Laguna 62: 14 (mayo 2012)
- Cabo Pulmo: Sierra de La Laguna 94:11 (junio de 2012)
- Cabo Pulmo: Cabo Cortés: Paredones Amarillos: Sierra de La Laguna 19:9:0:24 (Feb-2010)
- Cabo Pulmo: Cabo Cortés: Paredones Amarillos: Sierra de La Laguna 18:0:10:10 (Ene-2010)
- Cabo Pulmo: Cabo Cortés: Paredones Amarillos: Sierra de La Laguna 21:6:0:20 (ene-2011)

De lo anterior se observa que hay una tendencia de la presencia en Internet más elevada para el tópico “Cabo Pulmo“ y “Cabo Cortés” que para el “Paredones Amarillos” y “Sierra de La Laguna.

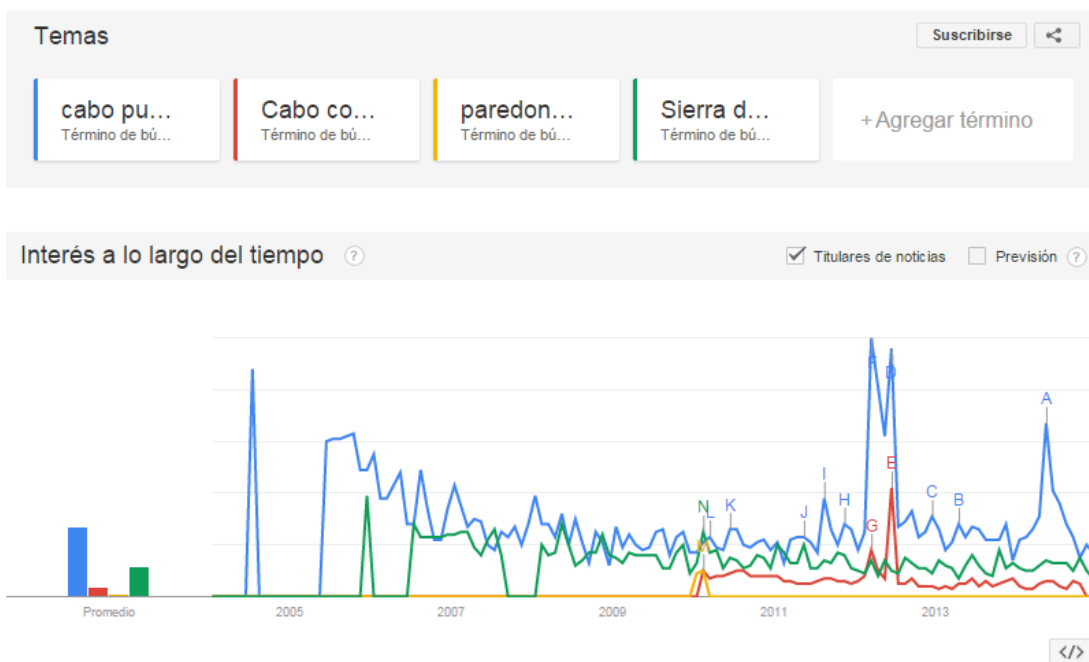
Ambas causas por parte de las organizaciones civiles realizaron actividades para la colecta de firmas o votos. La estrategia de Cabo Pulmo vivo fue 2.0, permitiendo el voto digital siempre y cuando se comprobara con credencial para votar, a fin de garantizar que por cada voto había una persona real, se alentó el voto de menores de 18 años, pero esos no se contabilizaron. Casillas descargables y promoción a través de redes sociales permitieron reunir más de 220,000 firmas. La estrategia de las organizaciones fue de casillas en las calles y no se permitió el voto por redes sociales, se colectaron más de 33,000 firmas.

Ambas organizaciones realizaron una foto colectiva en el año 2011, para enviar un mensaje a los tomadores de decisiones, ambas utilizaron redes sociales para convocar a la población. En este caso Cabo Pulmo Vivo con Greenpeace reunieron cerca de 50 personas, SOS en el tema de Sierra de la Laguna más de 5,000 personas, en la acción colectiva ambiental más concurrida en ese año hasta el momento.

Figura 12

Tendencia de búsqueda a través del tiempo:

Cabo Pulmo + Cabo Cortés + Paredones Amarillos + Sierra de La Laguna



Fuente: Google trends

## 5.9 Método Delphi

Se realizaron entrevistas a personas dedicadas a la generación de contenidos y a la movilización de personas en torno a los temas ambientales. La selección se hizo tomando en cuenta su función dentro de las organizaciones no como líderes de opinión acerca de la problemática sino como encargados de movilización on-line o off-line.

Mediante un cuestionario con preguntas abiertas se abarcaron tres temas principales:

- a. ¿Por qué la gente se engancha en temas como Cabo Pulmo en las redes sociales?
- b. ¿La movilización generada por redes sociales tiene un impacto en los tomadores de decisiones?
- c. ¿Cuál es el peso de las redes sociales para las movilizaciones actuales?

A) ¿Por qué la gente se engancha en temas como Cabo Pulmo en las redes sociales?

*“Creo que Cabo Pulmo, tenía todos los elementos de cómo contar una historia enganchadora (story telling), tenía un villano (Calderón), un mentor (Greenpeace), tenía armas que el mentor daba al héroe (participación), tenía héroes (eran voluntarios, y gente que se enganchaba). También era una problemática sencilla (o sea no rebuscada) y era alcanzable.”*

*“El saber que la comunidad dejó su principal fuente de ingresos que fue la pesca, y buscó darle una vuelta a la parte económica para preservar un ecosistema, le da mucho carisma a la campaña, le da liderazgo, le da un simbolismo muy importante, así como se habla de que necesitamos a las abejas para vivir, de que dependiendo el número de ballenas que nos encontramos en los océanos es cómo podemos diagnosticar que tan saludables están, el saber que existe un ecosistema como Cabo Pulmo, nos da una pauta para querer defenderlo y conservarlo. Que esté en el acuario del mundo, también le da un*

*plus. La comunicación que diversas organizaciones le han dado al tema es una razón también importante, para poder querer proteger a un lugar que está lejos y de difícil acceso, pero que la sociedad, poco a poco va sabiendo que existe. Actualmente los humanos destrozamos cada lugar que tocamos, y hay personas que hay cuidado esta zona, y personas también que quieren destruirla al sacarle provecho, entonces se transmite como algo vulnerable, una razón más para querer defenderlo”*

*“Porque acceden a información sobre las consecuencias y al ver que el problema les afectará directamente, les es importante participar en la defensa de su bienestar. Sin duda es el acceso a la información y allí es donde son fundamentales las redes sociales”.*

*“Es una historia hermosa, es una historia donde las personas pueden ser parte. ¿Quién no quiere ser parte de una historia de cambio?”*

*“Supongo que en cuanto a temas ambientales, la gente sabe que hay mucha destrucción, se nos ha dicho y hemos visto muchos desastres naturales, supongo que la gente sólo sentimos empatía. Sabemos q una gran construcción puede poner en riesgo algo que se ha mantenido, es por la misma razón que uno firma por el Amazonas o por el Ártico”*

*“Apoyo local, es un ejemplo de conservación, la comunidad dejó de depredar y se organizó para proteger y vivir cuidando el arrecife, se trata del Mega proyecto, el más grande de México en su tipo; cuenta con Inversionistas españoles (aunque no se promueve siempre hay una nacionalismo y un rechazo a los extranjeros "gandallas"). Los atributos intrínsecos, especies carismáticas y el paisaje del mismo arrecife hacen que la comunicación sea más fácil”*

B) ¿La movilización generada por redes sociales tiene un impacto en los tomadores de decisiones?

*¡Si, siempre y cuando haya una ciberacción en conjunto con alguna movilización o protesta offline... Pero por si solas, la ciberacción debe tener componentes muy específicos*

*para que pueda permear en los tomadores de decisiones... Ahora, que permee, no significa que influya como tal”*

*“Las ciber-acciones tienen un impacto político y social muy importante, ya que utilizando los medios de comunicación actuales, le damos voz a causas que necesitan ser escuchadas, esa voz que de una manera muy práctica y moderna se hace viral, y llega a un universo de personas muy grande, limitado ya que deben contar con algún tipo de tecnología, pero no es limitante ya que cada vez las personas cuentan con estos recursos con mayor facilidad y cercanía. Es un alcance mundial pero segmentado, ya que muchas personas no pueden dar su voz por este medio al no contar con un teléfono, computadora, etc., personas con pobreza o pobreza extrema no pueden apoyar alguna causa por esta razón. Pero el impacto es muy grande, genera un poder de persuasión enorme, y es mucho más rápido, que reunir firmas de manera física, y de alguna manera implica menos recursos, hablando de recursos de tiempo y económicos, así como de logística.”*

*“Sin las herramientas que aportó Greenpeace, la idea de bajar el nivel de la información para que la gente lo entendiera, los materiales que puedes bajar de Internet no se hubiera llegado a tanta gente. La gente necesita saber que hacer y las organizaciones ayudan a organizar la acción concreta. Las firmas influyen, 220 mil voces – que además necesitabas credencial de elector para comprobar que eras una persona real – deben de significarle algo a Calderón”*

C) ¿Cuál es el peso de las redes sociales para las movilizaciones actuales?

*“Las redes sociales informan...y desinforman, son herramientas que son fáciles de manipular. Pero dan la posibilidad de acceder a información que no verás en los medios tradicionales. Me es difícil imaginar un movimiento social que no las utilice para acercar seguidores.”*

*“En mi opinión, antes no existían las redes sociales, o existían con otro objetivo, como Metroflog, Myspace. Ahora Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, hay una variedad muy grande de maneras de conectarse con la gente, cada red social sigue innovando para no ser desplazada, teniendo de todos modos una fecha de caducidad, se incorporan nuevas estrategias de redes sociales, dimos un salto enorme en este tema, antes, los medios de comunicación, designados como el cuarto poder, eran quienes movían a las masas con sus noticias, ahora las redes sociales como este quinto poder, expresan, y generan un impacto de influencia mucho más directo, personal, con más libertad, los medios de comunicación, han tenido que sumarse a las redes sociales para poder seguir comunicando sus mensajes.*

*“Caemos malamente con esta innovación, en la pasividad, en si expresarte de manera virtual, pero llegamos a veces a sólo un clic en la acción, y no hacemos más, pensamos, obviamos, que con eso ya estamos haciendo algo, y se genera una sensación muy fuerte de que con tu publicación, ya lograste incidir, pero sólo llegaste a influir, necesitas darle seguimiento, y de la publicación pasar a la acción.”*

*“El que no existe en las redes no está presente. Hay organizaciones que nos dedicamos más a hacer, que a decir lo que hacemos, somos malos en las redes y no nos ven, pero sabemos de la importancia y por eso intentamos subirnos a las redes. ”*

*“¡Mucho! a pesar de que las firmas/votos no son de carácter vinculante, representan un peso político ante el gobierno. No solo es firmar, es hacer esa firma útil y que la gente lo entienda así.”*

*Listado de personas entrevistadas:*

<i>Constanza Mora</i>	<i>Ecology Project International</i>
<i>Paulina Godoy</i>	<i>Amigos por la Conservación de Cabo Pulmo</i>
<i>Gilberto Gaspar</i>	<i>UNICEF – GP</i>
<i>Bernardo Valadez</i>	<i>El Grito colectivo</i>
<i>Mineo Yanome Vargas</i>	<i>Greenpeace México</i>
<i>Alejandro Olivera</i>	<i>CEMDA</i>

## **CONCLUSIONES**

Los conflictos en torno al Parque Nacional Cabo Pulmo con el Proyecto Cabo Cortés y La Reserva de La Biósfera Sierra de La Laguna con la Minera Paredones Amarillos en el lapso de los años 2010 - 2012, han generado acciones colectivas organizadas con apoyo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, particularmente con las aplicaciones y herramientas web 2.0. En ambos casos las acciones colectivas son orquestadas o impulsadas por las organizaciones de la sociedad civil, quienes en su mayoría hacen uso de web 2.0, aunque con grandes diferencias en sus estrategias para el uso de esas herramientas.

Las empresas y los gobiernos no han utilizado web 2.0 para generar participación ciudadana, se han limitado a trasladar sus formatos impresos o de medios masivos tradicionales a un formato digital en línea en un modelo web 1.0., o brindando servicios con el apoyo de Internet en el llamado “Gobierno digital”. La comunicación que establecen es monocromática y en un sólo canal. Nuevas formas de participación ciudadana impulsadas por web 2.0 son incipientes o nulas, se reducen a utilizar las redes para convocar a reuniones informativas.

El gobierno estatal utiliza las redes sociales, particularmente Facebook para brindar un espacio de comunicación enfocado a sus ciudadanos, con mensajes a la población sudcaliforniana, lo cual se contrapone con el uso que dan las organizaciones sociales quienes no restringen sus mensajes a ciudadanos del estado, sino que lo hacen a cualquier persona u organización interesada en temas ambientales, o de justicia ambiental, o de cambio al modelo de desarrollo, esto es visible en el lenguaje utilizado en sus redes sociales.

La acción colectiva alrededor de Cabo Pulmo tiene mayor presencia en Internet, en particular CEMDA y Greenpeace han puesto el tema en un plano regional y global atrayendo a organizaciones aliadas y convocando a población abierta. Las estrategias de comunicación social a través de redes sociales, simplificando la información y brindando



opciones para la acción descentralizada crea un efecto multiplicador de población en general. Las organizaciones han sabido llevar las voces de la comunidad de Cabo Pulmo y se han coordinado para que ellos sean voceros de su propia causa. En contraste con los comunicados de empresa y gobierno, los de las organizaciones sociales están cargados de imágenes, historias personales y llamados a la acción, complementando con datos. Buscan generar identidad y pertenencia: avatares para tus redes, logotipos y fondos de portada, trípticos descargables, llamados a “compartir” y a ser protagonista de la historia.

La acción colectiva en torno a la Sierra de La Laguna se desarrolla mayoritariamente en el terreno urbano, tiene poca presencia en las redes sociales, ni empresa, ni gobierno ni organizaciones sociales han desarrollado el uso de herramientas 2.0 de la manera que lo han hecho algunas organizaciones en el caso de Cabo Pulmo. Esto no les resta fuerza ni legitimidad a la movilización que intenta generar las organizaciones sociales. La presencia de otros movimientos nacionales o regionales es apenas visible.

La web 2.0 es, hasta el momento, una herramienta de las organizaciones sociales para generar acciones colectivas con la población en general y organizaciones a nivel local y global. Las utilizan para comunicar, convocar y para hacer llamados a la acción, generando cierto grado de influencia con los tomadores de decisiones. La población que se logra convocar asiste para una acción en una coyuntura determinada y parece desvanecerse, para regresar nuevamente en otro llamado a la acción.

Las redes sociales son una herramienta que ayuda a las organizaciones a apelar a los valores de la sociedad como la justicia, son utilizados para promover causas haciéndola atractiva –con imagen, video, testimonios– y material de fácil lectura para la población en general.

Las nuevas formas de movilización se enfocan a hacer sentir a la población abierta como parte importante en el proceso, brindando materiales para subir a sus páginas personales y herramientas para que generen por si mismos movilización en sus propias redes, fomentando redes de redes. Esto es visible en el caso de Cabo Pulmo donde se genera una conexión en las redes verticales temáticas con las redes horizontales afectivas o de relaciones. Ambos casos generan *momentum*<sup>25</sup> a través de las redes sociales y sirven como pivote para con los novísimos movimientos sociales, no sólo al ambiental sino al de una lucha contra el modelo de desarrollo.

En los diferentes espacios de web 2.0 se observa la referencia cruzada de organizaciones que se mencionan mutuamente, con hiperlinks entre algunas de ellas. Su trabajo como coalición Cabo Pulmo Vivo y Defiende La Sierra proyecta un trabajo en red con sus elementos en un mismo plano de horizontalidad.

La organización con mayor enlace es CEMDA, mientras que la más aislada es Greenpeace. CEMDA funciona como enlace entre las redes de ambos movimientos, por la cantidad de enlaces y la fuerte generación de contenidos, aunque no es la única que participa promoviendo la movilización social.

La presencia en Internet de los conflictos en torno al Parque Nacional Cabo Pulmo y la Reserva de la Biósfera Sierra de la Laguna, alcanzada principalmente por el uso que las organizaciones, comunidades y población en general han dado las herramientas de web 2.0, ha rebasado la información generada por medios masivos de comunicación y logrado que

---

<sup>25</sup> MOMENTUM: En física es la cantidad fundamental que caracteriza el movimiento de cualquier objeto. Es el producto de la masa de un cuerpo en movimiento y de su velocidad lineal. El momento es una cantidad vectorial, lo que significa que tiene magnitud, dirección y sentido. En ciencias sociales se utiliza para describir un tipo de movimiento único o exclusivo entre los diferentes tipos de movimientos, que se exterioriza en un impulso poco común y con un ritmo e intensidad acelerado, y que puede influir en los individuos que lo experimentan de forma tremendamente positiva (impulso hacia adelante) o desesperadamente negativa (caída hacia atrás) (Adler, 1981).

una problemática local trascienda a lo planetario, las movilizaciones locales se integran a los novísimos movimientos sociales globales. La comunidad que busca protección de Cabo Pulmo se suma a un movimiento ambiental global a través de la vinculación que permiten las redes sociales y cabildeo de organizaciones y las propias comunidades. La comunidad en defensa de la Sierra de la Laguna se ve fortalecida por el movimiento anti minería continental y se suma también a un novísimo movimiento social planetario.

## BIBLIOGRAFIA

- Allport, F. (2009). Hacia una ciencia de la opinión pública. *Athenea Digital* , 141-152.
- AMIPCI. (n.d.). *Asociación Mexicana de Internet*. Retrieved 2012 йил 10-diciembre from <https://www.amipci.org.mx/es/>
- Ardevol, E. (2005). *Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet*. Retrieved 2013 from Media Anthropology Network: <http://www.media-anthropology.net/index.php/View-document-details/Ardevol-Cyberculture.-Anthropological-Perspectives-of-the-Internet.html>
- Blum, A. (2013). *Tubos, en busca de la geografía física de la red*. Mexico: Océano.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio*. Stanford: Creative Commons.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información* , 45-68.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *El poder de las redes*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castillejo, M. (2009). *Metodología para el análisis de la opinión pública y la comunicación política en Internet*. Retrieved 2014 22-febrero from [http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11356/TFM\\_Castillejo.pdf](http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11356/TFM_Castillejo.pdf)
- Cibersociedad.net. (2009 12-12). *La movilización social en Internet. Eventos organizados a través de la red: .* Retrieved 2013 20-diciembre from [cibersociedad.net/congres2009/](http://www.cibersociedad.net/congres2009/): <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/la-movilizacion-social-en-internet-eventos-organizados-a-traves-de-la-red-fenomeno-ludico-o-ciberactivismo/515/>
- Cluetrain. (1999). *Clue Train Manifesto*. Retrieved 2014 13-enero from <http://www.cluetrain.com/>
- CONANP. (2003). *Programa de manejo de lla Reserva de la Biósfera Sierra de La Laguna*. México: 1.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1977). *Rizoma*. El Cagadero del Diablo.

- DOF . (1998). *Ley de participación ciudadana para el Distrito Federal*. México: Diario oficial de la Federación.
- Fullea, J. (2012 ). *Ciberturbas, movimientos sociales y nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. *CLITVAGE* , 93-114.
- Gerhardt, W. (2008). *Prosumers: a new growth opportunity*. USA: CISCO.
- Himanen, P. (2001). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Finlandia: Software libre.
- Internet World Stats. (n.d.). *Internet World Stats*. Retrieved 2014 йил 14-enero from [www.Internetworldstats.org](http://www.Internetworldstats.org)
- J Van Dick. (2009). *Users like you*. Media Culture Society.
- McLuhan, M. (1990). *La Aldea Global*. Barcelona: Gedisa.
- Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México.
- Melucci, A. (1985). *Las teorías de los movimientos sociales*. México: FCPyS UNAM.
- Nielsens, a. (2006). *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*. Alertbox.
- OCDE. (2006). *Participative web: user created content*. Paris: DSTI/ICCP/IE.
- ONU . (2011). *V Informe sobre el voluntariado en el mundo*. Dinamarca: Phoenix Design.
- O'Reilly, T. (2005 йил 30-09). *O'Reilly*. Retrieved 2012 йил 11-11 from [www.oreilly.com](http://www.oreilly.com)
- RAND. (n.d.). *Rand Corporation*. Retrieved 2013 йил 2013-enero from <http://www.rand.org/>
- Raschke, J. (1994). Sobre el concepto de movilización. *Zona Abierta* , 121-134.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns La opinión teledirigida*. Taurus.
- Touraine, A. (1995). *La producción de la sociedad*. . UNAM.
- Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes*. Madrid: El Cobre.
- West, R., & Turner, L. (2009). *Teoría de la Comunicación, análisis y aplicación*. México: McGraw Hill.
- Wikipedia. (n.d.). *Wikipedia*. Retrieved 2014 йил 12-01 from [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- Ziccardi, A. (2004). *Participación ciudadana y políticas en el ámbito local*. México: UNAM.

Becerra y Berlanga. *Voluntariado en México, una nueva visión*. Noriega 2003

Batta, A. *Altermundismo: ¿sociedad civil global o nuevo movimiento antisistémico*. Norteamérica 2008

Centro de Estudios Jurídicos y Ambientales, *PROYECTO CABO CORTÉS Ejemplo de legalidad y armonía con el ambiente. Disponible en línea*  
[http://www.ceja.org.mx/IMG/REPORTAJE\\_CABO\\_CORTÉS\\_Final\\_.pdf](http://www.ceja.org.mx/IMG/REPORTAJE_CABO_CORTÉS_Final_.pdf)

Scolari Carlos A. *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico* SSN: 1138-9761 / [www.cac.cat](http://www.cac.cat)

Hernández R, et al, *Metodología de la investigación* McGraw Hill 2010

Ley de Participación Ciudadana para el Distrito Federal, Gaceta del Diario Oficial de la Federación, número 189, 21 de diciembre de 1998

Comninos, A. *Twitter revolutions and cyber crackdowns, User-generated content and social networking in the Arab spring and beyond* APC, 2011

Martin i Puig, S. *Los movimientos sociales*. Consultado en línea:  
<http://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Losmovimientossociales.pdf> 12 abril de 2013

Espiritusanto, Oscar. *Periodismo ciudadano Evolución positiva de la comunicación*. Fundación Telefónica 2011

Ugarte, David. *“El poder de las redes. Manual para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberperiodismo”*. Madrid: Ediciones El Cobre. (2007).

UN, V Informe sobre el voluntariado en el mundo 2011, consultado en línea  
[http://www.unv.org/fileadmin/docdb/pdf/2011/SWVR/Spanish/SWVR2011\\_%5BSpa%5D\\_full.pdf](http://www.unv.org/fileadmin/docdb/pdf/2011/SWVR/Spanish/SWVR2011_%5BSpa%5D_full.pdf)

Scherer-Warren Ilse. *Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información* UFSC Nueva sociedad

Lévy ,Pierre. *Inteligencia clectiva, por una antropología del ciberespacio* . Internet en el URL: <http://inteligencia colectiva.bvsalud.org>

Riechman, J. y Fernández, F. *Redes que dan libertad, Introducción a los nuevos movimientos sociales*, Paidós Estado y Sociedad

Sartori, Giovanni. *La opinión teledirigida Videopolítica U.N.P.S.J.B*

Van Dick, J. *Users like you? Theorizing agency in user-generated content*, Media Culture Society. 2009

Giddens, Anthony. (1998) *Sociología, España Manuales*

Luhmann Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos / México: Universidad Iberoamericana

Centro de Colaboración Cívica *Mapa de Actores Cabo Pulmo*. 2009

## GLOSARIO

Activismo digital o ciberactivismo. Utilización de correo electrónico, blogs y redes sociales para publicitar una causa mediante la diseminación rápida de información que no está disponible a través de las fuentes comerciales y gubernamentales.

Hactivismo o hackingtivismo. Irrupción en sistema de cómputo con fines políticos y sociales. El hactivismo promueve el acceso gratuito a la información en Internet. (whatis.techtargt.com).

*Hashtag*. Creado por Chriss Messina hace referencia a palabra o frase precedida del símbolo # para organizar y buscar mensajes en Twitter. (Messina 2007).

*Hub*. Es un dispositivo que canaliza el cableado de una red para ampliarla y repetir la misma señal a través de diferentes puertos, en teoría de grafos es un nodo concentrador.

Meme. Con base en el término “meme” generado por Richard Dawkings en 1976 Internet meme es un fenómeno cultural que se transmite de persona a persona en línea. (whatis.techtargt.com).

*Napster*. Servicio de distribución de archivos de música en formato MP3 creado por Shawn Fanning

UGC. *User generated content*. Contenidos generados por el usuario se refiere a la producción y publicación de información en medios electrónicos por personas no profesionales y sin fin de lucro en web 2.0



*Prosumer*. Término acuñado por Alvin Toffler combinando las palabras productor y consumidor. Hace referencia al consumidor que participa en el diseño y manufactura de productos a fin de que se realice con especificaciones individualizadas (worldwidewords.org).

*Swarming*. Estrategia de afrontamiento de conflictos dirigido a la convergencia de ataques de muchas unidades autónomas o semiautónomas sobre un objetivo (multiagente), y estos ataques pueden tener muchas diferentes formas (multicanal).

*Trending Topic*. Aquello de lo que más se habla en esta red social. Se identifica con el símbolo # que precede a uno o varios términos específicos juntos, y que Twitter identifica como *hashtag* o etiqueta.

Voluntariado. Acciones sin remuneración económica realizadas a favor de una causa, persona o comunidad, por voluntad propia. Se le llama también al conjunto de personas que realizan acciones voluntarias.

Voluntariado turístico o volunturismo. El turismo en el que los viajeros viven una experiencia de voluntariado para ayudar a las comunidades o el medio ambiente que visitan. (dictionary.com)

Voluntariado *online*. También llamado *e-volunteering*, voluntariado virtual, cibervoluntariado. Se llama a la acción no remunerada a favor de una causa o un tercero, por decisión individual a través de Internet.

Voluntariado *offline*. Acción realizada sin fin lucrativo, por decisión propia a favor de una causa o un tercero de manera presencial.

Voluntariado corporativo. Acción a favor de una causa, persona o comunidad organizada por una empresa para sus colaboradores y empleados.

Web 1.0 Referencia general a los primeros años de la world wide web, el término se utiliza para contrastar los primeros días de la red antes de los blogs, wikis, redes sociales y aplicaciones basadas en UGC.

Web 2.0 Término general para la segunda ola de la world wide web que fue acuñado en una conferencia sobre el tema por O'Reilly Media y CMP Media. A veces llamado la "nueva Internet" así como "Internet 2.0," Web 2.0 no es una tecnología específica, sino que se refiere a dos importantes cambios de paradigma. El más a menudo se promociona es "contenido generado por usuarios", lo que se refiere más a los individuos. La segunda, que es igualmente importante, pero más relacionada con los negocios, es el "*cloud computing*". (PCmag.com)

Wiki Término proveniente del hawaiano que significa súper rápido y hace referencia a sitios web que permite a los usuarios agregar y actualizar contenidos. Los wikis terminan siendo sitios creados principalmente por el esfuerzo colaborativo de sus visitantes. (techterms.com).