

**Historial Editorial**

Recepción: 10-04-13

Revisión: 25-04-13

Aceptación: 26-04-13

**Comunidades virtuales en Twitter como canal de comunicación e información entre sociedad y gobierno: Caso @Vecinodeteca.**

**Francisco Javier Tarango Regis**

Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Contaduría y Administración, México  
lia.tarangoregis@gmail.com

**Roberto Fuentes Enríquez**

Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Contaduría y Administración, México  
downplus44@gmail.com

## Comunidades virtuales en Twitter como canal de comunicación e información entre sociedad y gobierno: Caso @Vecinodeteca.

### Resumen.

Las relaciones sociales y humanas han sido impactadas por las redes sociales, modificando el comportamiento de las personas tanto a nivel laboral como personal. La presente investigación muestra el caso de una comunidad de vecinos en el Estado de México, que empleando una plataforma de redes sociales como lo es Twitter logra establecer un canal de comunicación con sus autoridades para enviar mensajes, reclamar y exigir respuestas a sus demandas.

### 1. Introducción.

Estamos viviendo una nueva era, en la que la política, la participación ciudadana y la colaboración social ya no son como solía serlo, actividades unidireccionales, ahora con todas las herramientas en línea de las cuales dispone la ciudadanía ya no es permitido el no ser partícipe en dichas actividades. Estas herramientas llámense Twitter, Facebook, YouTube, sitios web, aplicaciones móviles, han revolucionado la forma de participar con el Gobierno.

Los ciudadanos han logrado encontrar en estas herramientas las salidas para expresar sus ideas, pensamientos y en algunos casos las inconformidades que tienen con sus autoridades, les permiten alzar la voz tanto a la comunidad en general, como a sectores en específico (Gonzalez Mendoza & Petersen, 2010).

En la actualidad tanto los ciudadanos como los personajes políticos han encontrado en las redes sociales una nueva forma de coexistencia con la gente que los sigue, los políticos hacen cada vez un uso más cotidiano de la plataforma Twitter para interactuar con sus seguidores. Aunque aún existe una diferencia entre el uso que le da al Twitter la gente “común” y los personajes políticos, la gente “común” está usando Twitter para buscar un cambio, una mejora o una evolución para el bienestar de la comunidad (Corona, 2011). La necesidad de un cambio ha hecho que la gente sea más participativa, se involucre en aspectos políticos, a dar su opinión sin temor a represalias, a tomar parte en las decisiones y también en las acciones; una encuesta realizada en 2009 de manera online a usuarios de internet de entre 15 y 50 años cuyo único requisito era pertenecer al menos, a una red social, demostró que más de la mitad de 102 encuestados había participado en la

vida real en un evento organizado por internet, revelando que las movilizaciones políticas o sociales suelen llegar a una gran audiencia a través de internet (Chávez, 2010) y si eso fue en 2009 cuando los medios de comunicación por internet no tenían el alcance que se tiene ahora, hechos recientes demuestran la capacidad y alcance de los movimientos generados y coordinados por medio de internet, las manifestaciones sociales se han generado tanto a nivel mundial como nacional con casos como los ocurridos en Egipto, Irán, Túnez, Libia, (Azab, 2012; Daniel Chub, 2011) y a nivel nacional como lo ocurrido con los casos de #InternetNecesario y hace unos meses el movimiento estudiantil #Yosoy132 (Sandoval-Almazán & Alonzo, 2011; Sandoval-Almazán & Gil-García, 2013).

En México en los últimos años ha sido evidente el impacto que ha tenido Twitter. A principios del año 2010, un grupo de militares mexicanos ingresó en las instalaciones de la universidad privada Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, donde resultaron muertos dos estudiantes presuntamente narcotraficantes. La información se obtuvo gracias a que un estudiante de dicha universidad que se encontraba en lugar de los hechos, se hallaba enviando mensajes a través de su cuenta de Twitter tanto a sus amigos como a los medios de comunicación, quienes desmintieron la versión oficial y finalmente pudieron limpiar el nombre de los alumnos universitarios, ubicando así a la plataforma de Twitter como una herramienta para generar un contrapeso de comunicación entre los medios oficiales, y la comunicación de parte de los ciudadanos(Sandoval-Almazán & Alonzo, 2011).

Para el año 2011 un par de mexicanos que radicaban en la ciudad de Veracruz, mencionaron en su cuenta de Twitter que hombres armados estaban secuestrando niños en una primaria pública de la capital del Estado. Este mensaje de Twitter causó pánico entre los padres de familia, quienes acudieron masivamente a retirar a sus hijos de las escuelas y ocasionaron graves daños a la economía del lugar y problemas viales. El mensaje resultó falso, y los responsables fueron arrestados e inculcados de terrorismo. Finalmente debido a la presión internacional y de los medios de comunicación fueron liberados(Sandoval-Almazán & Gil-García, 2012).

Twitter y ciberactivismo son dos palabras que van de la mano y es que la plataforma de microblogging ha sido la herramienta perfecta para la gestación de estos movimientos, las características que posee lo han hecho la red social favorita para impulsar el ciberactivismo (Fernández Prados, 2012; Rincón, 2011). El uso de estas nuevas tecnologías en la relación de los ciudadanos con el gobierno está cambiando, dice @Vecinodeteca en su perfil de Twitter:

“Reconocemos cuando se trabaja bien y cuando no, ¡lo denunciemos! Buscamos el éxito del gobierno = al éxito de la comunidad”; Esta es la misión de la cuenta de Twitter, para lo que fué creada.

Actualmente no existe mucha investigación sobre movimientos sociales en el ámbito más íntimo y pequeño como puede ser una comunidad de vecinos. Aunque si se ha comenzado a estudiar el impacto a nivel país (Khamis & Vaughn, 2012) e incluso sobre grandes movimientos sociales (Castells, 2012; Sandoval-Almazán & Gil- Garcia, 2013).

El caso @Vecinodeteca es un caso de movimiento social íntimo, en una pequeña comunidad, es por eso que ha llamado la atención la manera en la que un grupo de vecinos del municipio de Huixquilucan en el Estado de México, se organizó y creó esta cuenta de Twitter a la cual nombraron @Vecinodeteca, en relación con el nombre de su barrio: Tecamachalco. El modo en que es utilizada la cuenta como canal de comunicación con las autoridades y el crecimiento que ha tenido esta expresión ciudadana en una región muy localizada y los impactos que ha logrado en este corto tiempo, han sido los factores que determinaron centrar la investigación en esta comunidad.

El artículo está dividido en cinco apartados: el presente apartado de introducción; un segundo apartado que describe el marco teórico, un tercero donde mostramos la metodología, un cuarto apartado que presenta los hallazgos de la investigación y finalmente un apartado donde se describen las conclusiones y líneas de investigación futura. Antes de iniciar con la revisión teórica, parece acertado situar el contexto donde acontece esta investigación.

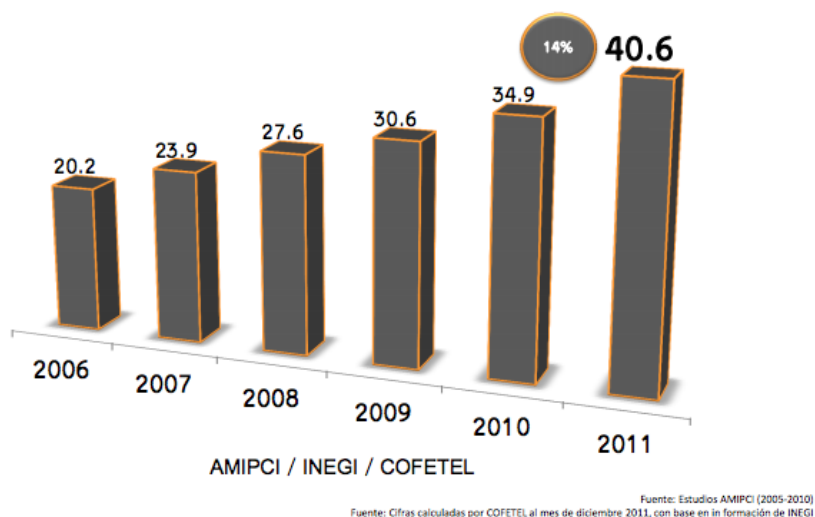
### **Redes sociales en México.**

En 2011 el acceso a redes sociales en México llegó a un 92% con respecto al 61% del año 2010, entre las actividades generales, y representa la actividad más importante entre las labores de recreación de los internautas mexicanos como lo describe la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en su octavo estudio sobre los hábitos de los internautas en México (AMIPCI, 2012). En promedio un internauta mexicano se encuentra inscrito a cuatro redes sociales (Interactive Magazine, 2012). Asimismo, la búsqueda de información aparece ya como una actividad importante (71%) (AMIPCI, 2012), nueve de cada diez internautas mexicanos utilizan redes sociales. La red más

utilizada es Facebook teniendo el 90% de internautas mexicanos inscritos mientras que Twitter ocupa la tercera posición con un 55%, después de YouTube con un 60% ( AMIPCI, 2012).

Es evidente que el uso de internet ha crecido de manera acelerada en los últimos años en México. En el año 2000 el país contaba con 2.8 millones de usuarios de Internet y sólo doscientas cincuenta y cinco ciudades tenían acceso; las localidades con conexión pública a Internet pasaron de 2,776 en 2000 a 32,326 en 2006. De acuerdo a la Asociación Mexicana de Internet A.C. en el 2008 existían 27.6 millones de internautas, para el 2011 se llegó a un total de más de 40.6 millones de mexicanos con acceso a internet (AMIPCI, 2012).

**Figura 1. Histórico de usuarios de internet en México**



Fuente: AMIPCI (2012).

El crecimiento de Twitter en México ha sido del 935% y el de Facebook 145% tan sólo en el 2010 (Comscore & Marchant, 2010). Para enero de 2010 la cantidad de cuentas totales creció cuatro veces su tamaño, mientras que las cuentas activas creció un total de ocho veces. En el caso de Facebook, este crecimiento fue del 154% en este año, alcanzando los 20 millones de usuarios mexicanos (NIC, 2011). Actualmente se estima que hay 4 millones 103 mil personas inscritas en Twitter, pero solo la mitad usa sus cuentas (NIC, 2011). Según Jasna Seguic de Comscore: "El crecimiento de la audiencia mexicana de Twitter se multiplicó seis veces el año pasado, para así lograr el tercer lugar en penetración en Latinoamérica y el octavo lugar a nivel mundial".

## 2. Marco teórico

Los “nuevos” movimientos sociales universales o masivos se presentan a partir de los años '80. Sin embargo, Alberto Melucci (1994) señala en los 90, que estos movimientos no son “nuevos”, sino que “combinan formas de acción que refieren a distintas orientaciones y pertenecen a fases de desarrollo de un sistema o a diferentes sistemas históricos”. De modo que se identifican nuevas formas de acción de los movimientos conjuntados en comunidades.

Por su parte Clauss Offe (1992), afirma que se observa la aparición de un nuevo paradigma de acción colectiva a través de los nuevos Medios Sociales, que presenta novedosos comportamientos de los actores, contenidos, valores y modos de actuar en conflictos políticos-sociales. Alain Touraine (2000) alerta sobre la aparición de nuevas preocupaciones y nuevos horizontes para los movimientos sociales, muchos de los cuales tan sólo se pueden explicar a partir de las acciones que son capaces de proponer y de ejecutar en un mundo de flujos de comunicación en red.

Un par de componentes cruciales en el crecimiento económico y tecnológico de cualquier sociedad son la información y el conocimiento, en este sentido, las tecnologías de la información juegan un papel indispensable en un nuevo contexto ideológico, político y cultural (Lago & Marotias, 2007).

Para esos casos, Internet y sus soportes físicos y móviles han sido herramientas útiles (Valadés García, 2011), es aquí donde entran las redes sociales también como herramientas y que se pronuncian en forma de sistemas de información y sistemas de comunicación (Galindo-Cáceres Julio, 1998), que necesitan metodologías no cotidianas para ser estudiadas. “La investigación de los sistemas de comunicación mediada por computadora refleja una variedad de paradigmas de diversas disciplinas, distinciones tecnológicas y acercamientos de evaluación” (Rice, 1999), Los nuevos medios necesitan ser incluidos en la investigación sobre comunicación tradicional, es importante tomar responsabilidad en la construcción de un entendimiento sobre los cambios que están generando las llamadas nuevas tecnologías; su estado actual y su uso potencial (Gómez y García, 2000).

El estudio de las comunidades virtuales como tal comienza a mediados de los años noventa, es cuando fueron denominadas como una nueva modalidad de organización que ponía en contacto a un número ilimitado de usuarios en internet, reunidos por un interés en particular (Félix, 1998), por ejemplo en campos del conocimiento como investigadores y profesionales, o grupos de

aficiones ya sea a los deportes, a la literatura, a los medios de comunicación, o bien, grupos de movimientos sociales como el feminismo, la promoción de los derechos humanos, etc. Estos ejemplos demuestran las posibilidades de establecer una conexión con individuos interesados en temas puntuales, independientemente de su ubicación geográfica, edad, estado civil, ocupación, nivel educativo, etc.

Félix (1998) explica cómo se da la transición de las comunidades sociales a las virtuales. En primer lugar aparece la comunidad social, un grupo de personas organizadas en la que existen vínculos de pertenencia, para pasar a la comunidad de interés, que es una agrupación de personas en función de intereses comunes, para de este modo llegar a las comunidades virtuales donde a partir de esos intereses, la gente encuentra en una computadora su centro de reunión, ya sea de manera simultánea o a través de un espacio permanente en la red, sin la necesidad del contacto interpersonal cara a cara.

Es necesaria para la búsqueda esencial de la construcción de una sociedad con sentido, la participación de los diferentes tipos de actores (Blumer, 1982), y la interacción de éstos se convierte en pieza clave para la articulación del propósito de convivencia necesario en toda organización política.

Las investigaciones sobre el tema tomaron varias direcciones en diversos ámbitos, por ejemplo, el caso del uso de internet en la educación, se analizaron las comunidades virtuales con la educación en línea (Félix, 1998); en el caso de las redes, comunidades y cultura, los estudios de Galindo-Cáceres Julio, (1998) y los estudios de redes sociales y movimientos sociales en la política por Bimber (1999).

En distintos países se han hecho intentos por observar el comportamiento en estas comunidades virtuales, en Toronto, Canadá se creó una comunidad conectada vía internet que se llamó NetVille y se observó el comportamiento de los habitantes de dichas comunidades (K. N. Hampton & Wellman, 2000; K. Hampton & Wellman, 2003).

Avogadro (2005) fué quien hizo un primer estudio de las comunidades virtuales estudiando: el tiempo de interactividad, el componente afectivo y la interactividad en sí misma. Completando este estudio (Raad, 2004) hace un análisis a partir del impacto que causa la falta de emociones usando las tecnologías como mecanismos de intermediación entre las relaciones. Otros autores se

concentran en tanto su construcción o arquitectura de información (Jahn, 2007) como en las nuevas formas de comunicación (Flores Vivar, 2009).

Sin duda, la disponibilidad de nuevas herramientas en línea ha animado a algunos ciudadanos a participar más en el gobierno, probablemente sea demasiado pronto para decir si el gobierno mismo ha sido transformado por estas iniciativas (Castro, 2010), sin embargo estos estudios permiten explorar cómo se relacionan los miembros, cuales son los vínculos que desarrollan, cómo deambulan entre los espacios físicos y virtuales, y si son simultáneos, y cómo la tecnología permite acelerar procesos sociales (Pachón Urrego & Soto Niño, 2012).

Se analiza la evolución de comunidades virtuales en redes sociales, en este aspecto el estudio de las redes sociales en función de los movimientos sociales y en el ciberactivismo, ha tenido un número trascendental de investigaciones (Atton, 2003; Griffiths, 2004; Lago & Marotias, 2007).

La llegada de la primavera árabe con las revueltas en Egipto, Túnez e Irán, marcó la pauta en movimientos sociales por medio de redes sociales y dispositivos móviles que forman comunidades virtuales para lograr sus objetivos (Andrea Kavanaugh, Yang Seungwon, & Edward Fox, 2011; Daniel Chub, 2011; Kiss & Rosa-García, 2011).

En México, los primeros estudios sobre comunidades virtuales con un enfoque político, surgen en 1994 a raíz del levantamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas (Cáceres, 1997), la razón primordial del estudio fue la observación de que uno de los principales efectos de este movimiento, era organizar grupos espontáneos de seguidores alrededor del mundo, que se comunicaban usando las páginas web, estas se convirtieron en las primeras comunidades virtuales.

Un parteaguas en el estudio de los movimientos sociales a través de las redes sociales en México fue el caso del movimiento estudiantil #YoSoy132 que se generó en Twitter y Facebook, para posteriormente convertirse en una comunidad en línea que interactúa usando estas plataformas sociales y generando el sentido de pertenencia a una comunidad virtual (De Mauleón, 2012; Sandoval-Almazán & Gil- Garcia, 2013), es uno de los casos más representativos del ciberactivismo en México.



Sandoval-Almazán y Alonzo, (2011) estudiaron el impacto de Twitter en el movimiento ciudadano #InternetNecesario, donde sobresale el hallazgo que precisa la forma de organización virtual y el impacto de esta plataforma en un ejemplo mexicano de ciberactivismo. Daniel Gayo-Avello & Panagiotis (2011) y Lassen & Brown (2011), han analizado el impacto de Twitter en las elecciones, sin embargo, en el caso mexicano varios investigadores -(A. Sandoval, 2012; R. Sandoval, Matus, & Rogel, 2012)- han analizado los distintos esfuerzos que han hecho los tres partidos políticos principales para organizarse, en aras de buscar la presidencia de la República en el 2012, utilizando las redes sociales como un elemento importante para sus estrategias de campaña política.

El periódico Milenio publicó un artículo donde reveló que muchos políticos “tuitean” sin parar mientras que otros han abandonado su cuenta y a sus seguidores. Su presencia en Twitter los ha convertido hoy más que nunca en sujeto de crítica y evaluación constante (Milenio, 2009). Los mayores críticos de estos políticos develan que el político no sabe “tuitear” porque no conoce la tecnología, porque ponen a sus asistentes a responder los mensajes que reciben en sus cuentas y porque se han cansado de recibir insultos (Trecho, 2010).

La dinámica de las redes sociales amplifica las necesidades de cualidades para lograr un liderazgo efectivo, como la creatividad estratégica, comunicación auténtica, y la capacidad para hacer frente a la dinámica social y política (Deiser & Newton, 2013).

No es suficiente solo crear formularios en línea que permiten a los ciudadanos “participar” debe existir un seguimiento para que el ciudadano sepa que está siendo tomado en cuenta dice Castro (2010).

Como instrumento político nuevo, las redes sociales de los políticos pueden ayudar a familiarizar a los ciudadanos con sus representantes como individuos, mediante ellas informar sobre el trabajo electoral, reclutar seguidores para existir y contactar a los posibles representantes, crear públicos virtuales, así como la ideología de mercado de una parte o de la política (Griffiths, 2004).

La brecha digital puede ser entendida como el acceso desigual a información que impulse el desarrollo humano y su nivel de vida (Sandoval-Almazán, 2012). Según cifras recientes, el 88% de los usuarios de Internet se encuentran en países desarrollados, lo que constituye únicamente un 16% de la población mundial (Óscar del Álamo, 2003b).

Por otro lado los teléfonos inteligentes se han vuelto más comunes, en el Reino Unido, Estados Unidos y Japón casi la mitad de su población cuenta con un teléfono inteligente. A nivel mundial la mayoría de los usuarios de teléfonos inteligentes utilizan su dispositivo principalmente para interactuar en redes sociales seguido de conseguir trabajo, consumo e información política. En México por ejemplo 6 de cada 10 usuarios de teléfonos inteligentes acceden a redes sociales con sus teléfonos (Pew Research Center Global Attitudes Project, 2012).

Este conjunto de estudios e investigaciones sobre las redes sociales y las comunidades virtuales, nos acercan a los actores de estudio que son las comunidades de vecinos comunicándose a través de internet.

### **3. Metodología.**

La forma óptima de investigar esta área no es a través de la investigación tradicional usada para las ciencias exactas (Galliers, Land y Myers, 2002), ya que existen elementos que nos impiden realizar una investigación transversal o longitudinal por el acelerado cambio de la tecnología, pues impediría comprobar cualquier prueba bajo las mismas circunstancias (Sudweeks y Jones, 1999).

En este estudio se decidió que sea de carácter exploratorio, mostrando únicamente los datos cuantitativos que se han recopilado a lo largo del tiempo y tomando diferentes muestras del contenido generado por la cuenta de @Vecinodeteca para compararlo con su actividad de años anteriores, analizarlo y conocer de qué forma las comunidades virtuales sirven de canal para la comunicación entre sociedad y gobierno. En este sentido, nuestra pregunta de investigación es ¿Han aumentado los niveles de participación entre sociedad y gobierno a través de las comunidades virtuales creadas en Twitter?. Para la realización de este estudio es de suma importancia recopilar datos de la conducta del uso de la cuenta @Vecinodeteca, esto debe incluir los tuits, las menciones y los retuits de la cuenta Vecinos de Tecamachalco @Vecinodeteca.

Tecamachalco es una comunidad que pertenece al Municipio de Huixquilucan en el Estado de México. Su población es de alrededor de 242,167 personas según el censo de 2010 (INEGI, 2012). @Vecinodeteca es una cuenta de Twitter manejada por un grupo de vecinos que habita en esta comunidad, la cuenta es alimentada por un grupo de ciudadanos cuya finalidad es ejercitar la democracia participativa, su número de seguidores es de 9,623 al mes de marzo de 2013. Como lo

menciona la descripción de su perfil, buscan que su gobierno municipal trabaje correctamente, buscando siempre el beneficio de la comunidad.

@Vecinodeteca surgió en el año 2010 y contaba con 1,400 seguidores para julio de ese mismo año, la evolución de esta cuenta a lo largo del tiempo la ha convertido en un medio de comunicación y difusión para solucionar problemas, reportar incidentes y como servicio a la comunidad dando reportes viales, informando sobre tormentas, fallas eléctricas, la utilizan para hacer consultas, etc. Convirtiendo una simple opinión en una discusión con soluciones y problemáticas que se exigen sean resueltas y donde los personajes políticos interactúan de una manera más cercana con la ciudadanía lo cual ha permitido que la cuenta genere un nivel elevado de reputación y sea seguida por autoridades, funcionarios del Municipio de Huixquilucan y del Estado de México. Esta reputación generada a partir de confianza, genera herramientas para la comunicación entre la ciudadanía y el gobierno y que muchas veces se ve reflejada en el hecho de que la ciudadanía tiende a acercarse en un principio a la cuenta @Vecinodeteca para comunicar sus inquietudes, reportes, información, etc.; para después informar a los personajes políticos y dependencias gubernamentales.

La recolección de los datos se hizo por medio de la plataforma de Twitter, tomando en cuenta las cuatro funcionalidades de esta plataforma:

*Seguidores:* usuarios de Twitter que se suscriben a una cuenta de Twitter (en este caso @Vecinodeteca) para hacerse llegar de sus publicaciones en forma automática, dado que los seguidores son lectores potenciales, la relevancia o la fama de un usuario de Twitter está determinada por el número de seguidores que tenga.

*Siguiendo:* usuarios a los que se suscribió el dueño de la cuenta de Twitter para recibir automáticamente sus comentarios y contribuciones en tiempo real.

*Tuits:* mensajes de carácter público o privado de 140 caracteres o menos que se envían utilizando la plataforma de Twitter.

*Menciones:* son los mensajes que hacen cita dentro de los tuits a tu cuenta de Twitter, lo que significa que la gente está hablando de ti.

El proceso de recolección de datos que se siguió fue el siguiente:

1. Se visitó la plataforma de Twitter para encontrar la cuenta vigente de los vecinos de Tecamachalco (@Vecinodeteca); se validó para corroborar que fuera la cuenta de este grupo vecinal.

2. Una vez hecha la validación de la información se recolectaron los datos que el sitio proporcionó, tales como: número de seguidores, número de seguidos y número de mensajes enviados (tuits).

3. La recolección se llevó a cabo de manera manual utilizando una tabla en Microsoft Excel, para su posterior análisis.

4. Además del número de mensajes enviados o tuits, también se recogieron los mensajes escritos por la cuenta, mediante una herramienta llamada AllMyTweets (<http://allmytweets.net>), que nos permite recolectar una muestra de tuits dando la posibilidad de recolectar únicamente retuits, menciones o simplemente tuits.

5.- Las menciones se obtuvieron mediante una herramienta en línea "Fetch Twitter Search Results", que es una hoja de cálculo en Google Docs, que utiliza un script de Google llamado GetTweets que permite exportar rápidamente los resultados de una búsqueda de Twitter en una hoja de cálculo (<http://bit.ly/UJy9Sh>), en donde se pueden obtener más de 1,500 resultados y es una casilla que el usuario puede manipular para obtener el número deseado de menciones, la búsqueda es sencilla, solo hay que colocar en una casilla de color verde que aparece, la cuenta de usuario que se desea buscar y los resultados aparecen de forma automática colocados en 3 columnas (Fecha de extracción, autor del tuit y el mensaje escrito o tuit), después de esto la búsqueda se exporta a un formato .xml de Excel para su posterior análisis.

Esos datos se recogieron utilizando un par de navegadores: Firefox y Google Chrome, en una red de banda ancha.

Recabados todos los datos continuamos con la observación de la evolución de la cuenta de Twitter @Vecinodeteca, en función de los seguidores, siguiendo y tuits se llevó a cabo durante los meses de marzo de 2012 y marzo de 2013 para realizar un gráfico comparativo y así determinar el grado de crecimiento o decremento en relación a los aspectos mencionados. Cabe mencionar que gracias

a esta muestra fue posible encontrar un periodo en el cual la herramienta estuvo inactiva lo cual se profundizara más adelante.

En cuanto al análisis de los datos, para el caso de las menciones y los tuits se utilizó un procedimiento más laborioso, una vez obtenidos estos datos gracias a las herramientas empleadas (AllMyTweets y el script de Google "GetTweets"), se procedió a encontrar las palabras más utilizadas y recurrentes dentro de los tuits y las menciones, este procedimiento se llevó a cabo de manera manual y bajo una clasificación de las palabras más utilizadas o palabras clave, se agruparon dentro de cuatro grandes conjuntos de datos:

- a) *Preguntar*: tuits o menciones que hacen referencia a alguna pregunta que los usuarios han lanzado para la cuenta o para los otros usuarios, las palabras más utilizadas son por mencionar algunas ¿Alguien?, ¿Sabes?, ¿Quién?, ¿Quién?, ¿Qué? En análisis de palabras encontraremos el símbolo de interrogación "?" el cual se consideró de igual forma y por separado, ya que dicho símbolo se podía presentar en más de una categoría, por lo cual fue necesario un estudio más meticuloso.
- b) *Tránsito*: palabras referentes a cualquier desatención de las vialidades del municipio y lugares aledaños, a los reportes de tráfico generado ya sea por obras públicas o por algún incidente automovilístico o percance sobrenatural (inundación, caída de árboles, etc.) las palabras relacionadas con el tráfico de la ciudad son: vial, vialidad, vialidades, tráfico, accidente, carril, carretera, etc. Inclusive podemos encontrar etiquetas tales como "#CircuitoMarioKart" el cual hace mención a el Circuito Magno centro, una vialidad del municipio de Huixquilucan en el desarrollo urbano de Interlomas, fue nombrado así por la cantidad de problemas con los que cuenta dicha vialidad. En esta categoría también encontramos el símbolo de interrogación "?" ya que durante el análisis observamos que tanto la cuenta @Vecinodeteca como sus seguidores realizan preguntas para obtener información acerca de recomendaciones, problemas, seguridad, etcétera, referente a dicha categoría.
- c) *Informar / Comentar*: una manera de informar a la comunidad en Twitter, además de un mensaje de 140 caracteres, es compartiendo enlaces que pudieran ser de utilidad para los usuarios lo cual abre la puerta a que las personas que reciben el mensaje acudan al perfil a seguir informados de lo que acontece en su municipio o simplemente se generen algunas

notas informativas, del mismo modo la utilización del hashtag #Huixquilucan para mantenerse al tanto de los sucesos del municipio además de recomendaciones y recordatorios.

- d) *Reportes / servicios/ reparación*: fuga, reparado, reparar, fundidas, bache, agua, seguridad, etc. Son las palabras que se utilizan con mayor frecuencia para reportan las fallas, fugas o cualquier problema en servicios públicos que aquejan a la comunidad y que necesitan ser atendidas. De igual forma en esta categoría se realizan el mayor número de menciones a servidores públicos y dependencias de gobierno ya que es a dichos personajes de quien se espera una respuesta o solución a los problemas que la ciudadanía denuncia.

*Interacción con autoridades y cuentas a favor de la comunidad*: la mayoría de los tuits involucran a alguna cuenta de Twitter de ciertas autoridades, dependencias e inclusive Presidente Municipal y Gobernador del Estado para que estos atiendan las demandas de los ciudadanos y las solucionen. Son “palabras” que se utilizan muy a menudo, sin embargo podrían pertenecer a varias categorías a la vez, para este estudio se decidió solo hacer mención de cuáles son las cuentas a las que se solicitan reparaciones o se denuncian problemas que aquejan a la ciudadanía, con las que existe mayor interacción. Es importante resaltar en este apartado la forma en cómo los ciudadanos utilizan la cuenta @Vecinodeteca como canal de comunicación entre las autoridades antes mencionadas y los ciudadanos, ya que de otra forma no obtendrían respuesta alguna debido a que las opiniones de los ciudadanos son pocas veces tomadas en cuenta, a menos que sean respaldadas por una fuente de reputación elevada y de información confiable, tal es el caso de la cuenta @Vecinodeteca.

Con esta forma de clasificación a partir de las palabras más usadas se puede valorar el comportamiento que se tiene en la cuenta y saber cuál es el uso que los vecinos le dan a la misma, estos resultados se presentan en la siguiente sección.

#### 4. Hallazgos

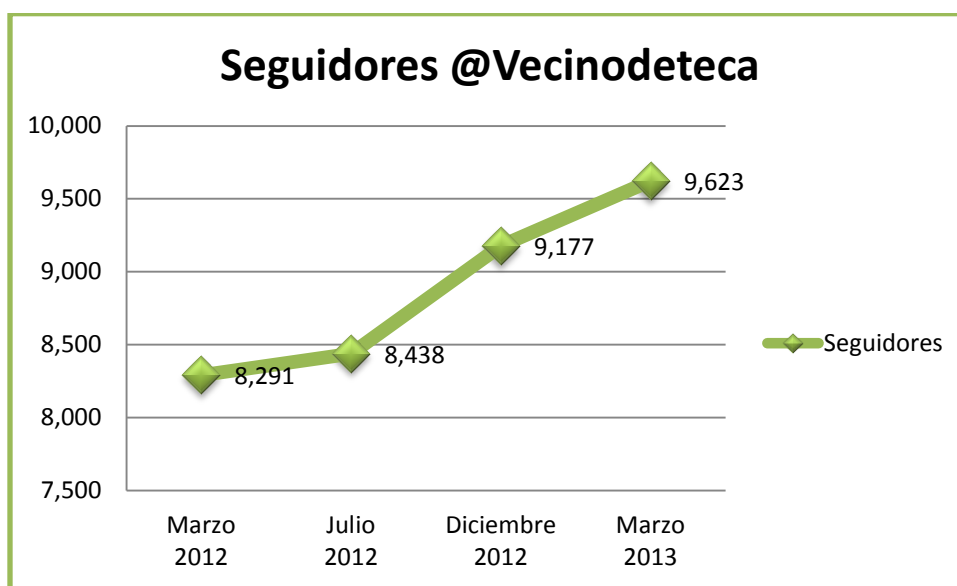
En la presente sección se muestran los resultados de la recolección de datos, dividiendo la investigación en dos partes, la primera muestra los resultados cuantitativos partiendo de las tres funcionalidades primordiales de Twitter (seguidores, siguiendo y tuits). Para la segunda parte se

presenta un análisis de contenido mediante las palabras más utilizadas en la cuenta @Vecinodeteca.

## Seguidores

La figura 2 muestra la evolución que ha tenido la cuenta @Vecinodeteca a lo largo de un año, de marzo de 2012 a marzo de 2013. Se puede observar un incremento de 1,332 seguidores en un año. Esto debido a la penetración de las nuevas cuentas de Twitter en México en los últimos años, como se mencionó en la introducción de este artículo.

Figura 2. Tendencia seguidores: @Vecinodeteca



Fuente: elaboración propia.

En marzo de 2012 @Vecinodeteca contaba con 8,291 seguidores, una cantidad muy plausible para una cuenta que no es “oficial” (que no es manejada por autoridades del municipio). Y un notable crecimiento con respecto al 2010, año de creación de la cuenta, en donde solo poseía 1,400 seguidores.

Se puede observar también un notable crecimiento de julio de 2012 a diciembre de 2012 ampliando su número de 8,438 a 9,177 seguidores, el aumento más significativo entre los periodos de medición del año con un total de 739 seguidores en este lapso.

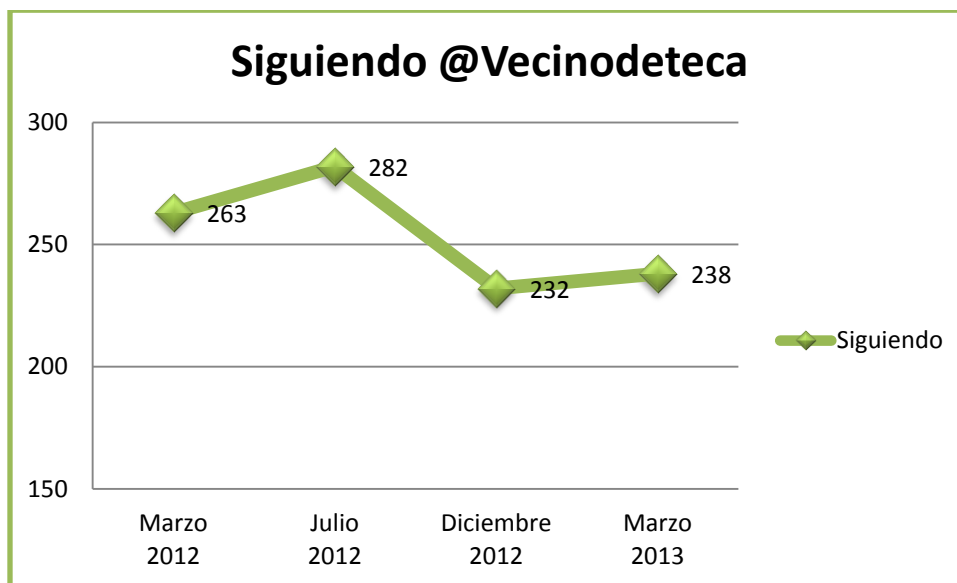
El total de nuevos seguidores en un año fue de 1,332, aumentando en promedio 4 seguidores nuevos cada día (3.7 seguidores).

Actualmente @Vecinodeteca cuenta ya con aproximadamente 9,623 seguidores, convirtiéndose una cuenta con un elevado prestigio entre los usuarios de Huixquilucan, debido a que se puede obtener información confiable, actual y de libre acceso, inclusive siendo seguida por las mismas autoridades del municipio e impulsando iniciativas de otras comunidades en pro del beneficio de la comunidad.

### Siguiendo

Al inicio del año 2012 @Vecinodeteca estaba suscrito a 263 cuentas, aumentando su número para julio, para diciembre se observa una tendencia al decremento, el número de las cuentas a las que se suscribe puede ser considerado como una cuestión estratégica, una de las posibles razones es que no es necesario seguir a todas las personas que lo siguen (follow back), solo basta seguir a aquellos que tengan información que al público le sea de mayor interés y que a los seguidores de la cuenta les sea de utilidad, para que de esta forma se pueda brindar la mejor información a sus suscriptores. Lo antes mencionado se muestra en la figura 3.

Figura 3. Tendencia siguiendo: @Vecinodeteca



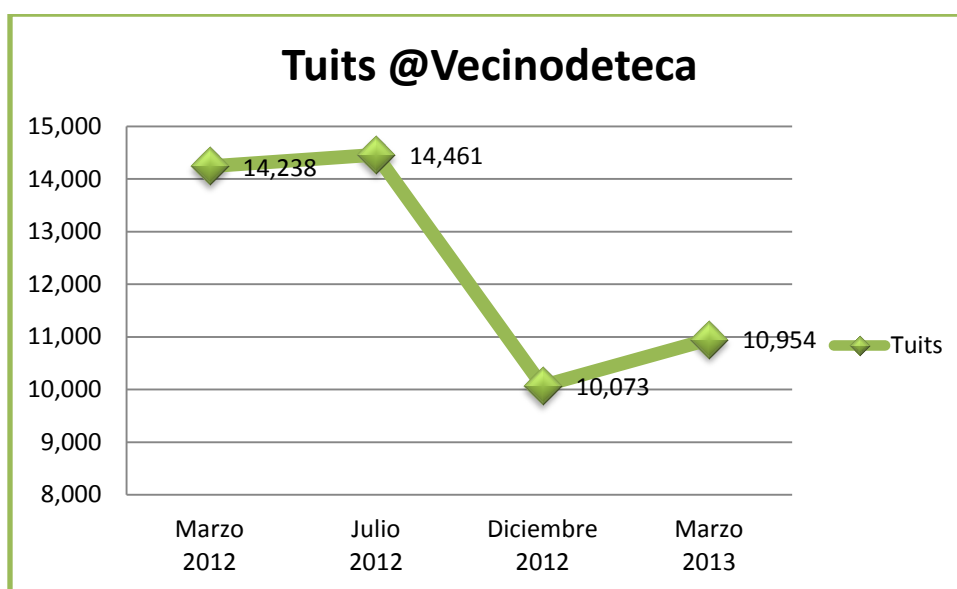
Fuente: elaboración propia.



## Tuits

Los tuits son los mensajes de 140 caracteres (o menos) que envía el emisor a un conjunto de suscriptores –receptores– estos pueden ser otros vecinos, ciudadanos, dependencias de gobierno o medios de comunicación. La figura 4 muestra el número de tuits que la cuenta @Vecinodeteca ha enviado a sus seguidores, el periodo de medición fue de un año: de marzo de 2012 a marzo de 2013.

Figura 4. Tendencia tuits: @Vecinodeteca



Fuente: elaboración propia.

En marzo de 2012 @Vecinodeteca tenía registrados 14,238 tuits, incrementando su cifra para julio de 2012 a 14,461. Un aumento de 223 tuits en cinco meses, tuiteando en promedio 1.5 tuits por día. Para la medición de diciembre se observa un notable decremento comparado con el número de tuits que se registraban en el mes de julio de 2012, la cuenta estuvo inactiva del 4 de octubre de 2012 al 11 de febrero de 2013 y en ese lapso pudieron haber sido eliminados algunos de sus tuits, sin embargo al retomar la actividad, @Vecinodeteca sigue creciendo en la cantidad de tuits. La figura 5 muestra la evidencia de la inactividad de la cuenta @Vecinodeteca.

Figura 5. Evidencia de la inactividad de la cuenta @Vecinodeteca



Fuente: <http://twitter.com/vecinodeteca>

Siguiendo con los tuis, se sabe que son un parámetro importante para definir el grado de interacción y actividad de una cuenta de Twitter, @Vecinodeteca ha sabido utilizar este componente para interactuar con sus seguidores y es posible definir que la cuenta está en constante actividad. Entre mayor sea el número de mensajes tanto enviados, reenviados o contestados significa que existe actividad dentro de la cuenta y la plataforma social.

Es indiscutible el crecimiento que ha tenido la cuenta @Vecinodeteca, no solo hablando de datos duros como el incremento de seguidores o de tuits, sino que también ha conseguido crecer en influencia, se ha convertido en una cuenta referente en el municipio con una credibilidad bastante elevada y hoy en día siendo imitada por algunos otros vecinos que intentan lograr una mejor comunidad.

## Análisis de contenido

En esta segunda sección se muestran los resultados del análisis de contenido, a través de una categorización de palabras seleccionadas; lo que nos permitirá conocer con mayor precisión cual es el uso que los vecinos le han dado a la cuenta, lo que más se discute entre los usuarios y administradores y saber si las peticiones, solicitudes y demandas tienen respuestas.

La tabla 1 muestra en la columna “*Categoría*” las descritas en el apartado metodológico (preguntar, tránsito, informar/comentar y Reportes/servicios/repación). En la columna de “*Palabras clave*” se muestran aquellas que aparecieron con mayor frecuencia dentro de los tuits y las menciones para cada uno de los grupos; el número al frente de las columnas *tuits* y *menciones*, es el número de veces que apareció alguna de las palabras clave en los tuits y menciones (por ejemplo: las relacionadas con el tránsito aparecieron 52 veces en los tuits que la misma cuenta @Vecinodeteca realizó, al final se muestra el total de apariciones de cada rubro).

En total se analizaron 612 mensajes, de los cuales 271 fueron tomados de la cuenta @Vecinodeteca (escritos por ellos mismos), y otros 341 son tuits que hacen mención de la cuenta @Vecinodeteca. La selección fue manual con una validación de dos investigadores que verificaron cada mensaje.

**Tabla 1. Análisis de palabras: @Vecinodeteca**

<b>Categoría</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Tuits</b>	<b>Menciones</b>	<b>Total</b>
Preguntar	¿Alguien? ¿Quién? ¿Qué? ¿Saben? ¿Dónde? “?*”	30	33	<b>63</b>
Tránsito	tránsito, vehicular, lento, blvd, av, vía, calle, puente, transporte, accidente, precaución, retorno, seguridad, vial, choque, trafico, carril, “CircuitoMarioKart”, circuito, autopista, carretera, obra, peatones, “?*”, coche.	52	88	<b>140</b>
Informar/comentar	“http://”, #Huixquilucan, precaución, preocupa, recuerda, ayudar, recomendamos, vecinos, ojo.	135	115	<b>250</b>
Reportes/servicios/repación.	fuga, reparado, reparar, fundidas, bache, agua, cristalazo, urge, incendio, destapada, solicita, salud, seguridad, polis, policías, ayuden, fundido, sufre, problema(s), basura, generan, quema, ambulantes	54	105	<b>159</b>
<b>Total</b>		<b>271</b>	<b>341</b>	<b>612</b>

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la tabla 1 se puede elaborar un ranking del uso que los usuarios le dan a la cuenta @Vecinodeteca.

1.- Informar/comentar: la comunidad que sigue @Vecinodeteca, está bien informada gracias a que los administradores y usuarios de la cuenta procuran compartir enlaces (<http://>) de utilidad para todos los seguidores, así como recomendaciones y la utilización del hashtag #Huixquilucan para que los usuarios estén enterados de lo que acontece en su comunidad. El compartir enlaces y recomendaciones no solo corre a cargo de los administradores de la cuenta, sino que también los usuarios hacen parte en esta retroalimentación. 250 son las apariciones que tienen las palabras clave que permiten informar y comentar a la comunidad.

2.- Reportes/servicios/reparación: buscando siempre el bienestar de la ciudadanía en segundo lugar se encuentran los reportes, reparaciones o reclamos de las fallas, fugas, incendios, seguridad, baches o cualquier problema en servicios públicos que aquejan a la comunidad, así como las demandas que ya han sido atendidas, con un total de 159 apariciones de palabras clave.

3.- Tránsito: los usuarios de la cuenta, tanto administradores como suscriptores, utilizan la cuenta de Twitter para notificar sobre el tráfico de la zona, con 140 apariciones de palabras clave relativas a este tema. La cuenta @Vecinodeteca ha sido de gran utilidad para sus usuarios a la hora de reportar incidentes viales, llámense accidentes automovilísticos, obstrucciones viales por inundaciones, árboles o postes caídos, obras públicas entre otras, del mismo modo para indicar rutas alternas para evitar el tráfico, reportar las malas condiciones de las vialidades, etc.

4.- Preguntar: Los usuarios acuden a la cuenta @Vecinodeteca para externar alguna duda que puede ser resuelta por los administradores o por los demás usuarios de la cuenta, 63 apariciones en total tienen las palabras clave relacionadas con preguntas.

Interacción con autoridades y cuentas a favor de la comunidad: las apariciones de cuentas oficiales dentro los tuits de @Vecinodeteca es muy común, puesto que son aquellos a los que los ciudadanos hacen sus peticiones para lograr una mejor comunidad. A continuación se muestra en la tabla 2 una relación de las cuentas con las cuales @Vecinodeteca tiene mayor interacción.



## 5. Discusión y conclusiones

### Discusión

Las redes sociales permiten la colaboración y la cooperación, los usuarios de éstas se vuelven partícipes de los procesos políticos, empresariales, gubernamentales, vecinales, etc. y no sólo son observadores.

Todas las redes sociales tienen características que las distinguen, Twitter se ha convertido en la red social favorita para realizar movimientos sociales a través de internet (ciberactivismo) gracias al efecto viral que la identifica, el caso de la cuenta de Twitter @Vecinodeteca es un excelente caso de que con una adecuada organización, se pueden implementar canales que permitan crear una relación más directa con las autoridades por este tipo de medios electrónicos y que favorezcan a la comunidad.

### Conclusiones

Gran parte de los datos recolectados en el presente documento apuntan a que parece existir una nueva manera de relacionarse en este mundo 2.0, esta nueva forma de relación permite crear canales que facilitan la interacción entre ciudadanos y gobernantes para buscar el bien de sus comunidades, @Vecinodeteca sienta las bases de las nuevas formas de interacción, en la que los ciudadanos pueden conversar con sus gobernantes, gracias a estos canales de una manera directa “cara a cara” demandando las necesidades de su localidad, valorando lo que se hace bien, obteniendo respuesta por parte de los mandatarios, impulsando de alguna manera una nueva forma de gobernar, donde la ciudadanía juega un papel vital que impulsa la participación de la gente.

Los vecinos que tuvieron la iniciativa de crear este proyecto, optaron por utilizar Twitter como medio de difusión para llevar a cabo sus labores de “buen vecino”, por el grupo de características que posee, como ser una red social sólida, con prestigio, permite compartir información, y generar interacción. Si bien no al grado de ciberactivismo como se muestra en la revisión de literatura y que ha impactado a países enteros, si puede organizar a una comunidad y potencializar sus reclamos a nivel local y nacional (Sandoval-Almazán & Alonzo, 2011). Por otro lado, se puede convertir en un medio donde la gente puede resolver sus dudas así como aclarar las de los demás,

esto promueve la construcción de una red de apoyo, donde todos buscan el bien común pero al mismo tiempo la construcción del conocimiento (Gómez-Díaz, Sandoval-Almazán, & Nava-Rangel, 2011; Gómez-Díaz & Almazán, 2009).

El impacto de las redes sociales en la construcción de comunidades virtuales es el punto al cual esta investigación busca aportar los elementos y datos necesarios para conocer la relación entre ciudadanos–gobierno mediante estos canales, así como en el desarrollo de una metodología para extraer los datos, que permitan su interpretación y análisis así como la creación de modelos teóricos que ayuden a mejorar la comprensión de este fenómeno.

Se observó que la mayoría de los mensajes enviados hacen referencia a informar a los seguidores, a la ciudadanía, esto como una forma de alertar, ayudar, recomendar, divulgar, etc. al resto de los ciudadanos sobre los hechos que acontecen en su comunidad, en un hecho de hacerlo de “boca en boca” o como un consejo personal que cobra mayor impacto y relevancia entre ellos, tal como se puede presentar en una estrategia de mercadotecnia en línea (Qualman, 2009).

Una conclusión más sobre este caso se relaciona con la creación de una comunidad virtual, es el caso de esta comunidad de vecinos del barrio de Tecamachalco en el municipio de Huixquilucan quienes encontraron en Twitter la plataforma más adecuada por las ventajas de accesibilidad para crear un canal que les permitiera organizarse, compartir información y presionar a las autoridades. Si bien a un solo usuario “común” no se le toma en cuenta al hacer una petición, al momento de realizarla de manera colectiva mediante este tipo de comunidades, sus demandas suelen ser atendidas y contestadas en la plataforma, logrando así el cometido de esta comunidad.

### **Futuras Investigaciones**

Medir con precisión el impacto de esta nueva relación entre ciudadanos y gobernantes se torna un tanto difícil, ya que son casos especiales y nuevos que surgen a consecuencia de los avances en las tecnologías de información y comunicación; es por ellos que una línea de investigación futura es desarrollar instrumentos teóricos y metodologías que ayuden a definir el impacto de casos como el de @Vecinodeteca.

Una línea de investigación más sería desarrollar herramientas que permitan administrar estas cuentas por parte de la autoridad, tanto para conocer el perfil y deseos de sus usuarios –

ciudadanos– como para establecer un contacto frecuente, directo y que lleve a generar cooperación, colaboración y co-producción de información y datos tal como lo demanda la actual sociedad del conocimiento.

#### REFERENCIAS:

AMIPCI. (2012). *AMIPCI - Hábitos de internet*. Mexico DF: AMIPCI. Recuperado a partir de <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos>

Atton, C. (2003). Reshaping social movement media for a new millennium. *Social Movement Studies*, 2(1), 3-15. doi:10.1080/1474283032000062530

Avogadro, M. (2005). Comunidades virtuales y ciberderechos: los ciudadanos en la sociedad de la información. *Razón y Palabra*. Recuperado a partir de <http://www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2005/julio.html>

Azab, N. A. (2012). The role of the internet in shaping the political process in Egypt. *International Journal of E-Politics*, 3(2), 31-51. doi:10.4018/jep.2012040103

Bimber, B. (1999). The internet and citizen communication with government: does the medium matter? *Political Communication*, 16(4), 409-428. doi:10.1080/105846099198569

Blumer, H. (1982). El interaccionismo simbólico. Perspectiva y método. Barcelona: Hora. Compete.com (2010). Twitter Visitors. Site profile for Twitter.com. Recuperado el 21 de de: <http://siteanalytics.compete.com/twitter.com/>

Cáceres, J. G. (1997). Comunidad virtual y cibercultura: el caso del EZLN en México. *Estudios sobre las Culturas Contemporaneas*, (005), 9-28.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos Sociales en la era ee internet*. (M. Diaz, trad.) (1.ª ed.). Alianza Editorial Sa.

Castro, D. (2010, marzo 3). What's next for open government? The Information Technology & Innovation Foundation. *The information Technology and Innovation Foundation*. Recuperado febrero 15, 2013, a partir de <http://www.itif.org/publications/whats-next-open-government>



Chávez, G. L. (2010). La movilización social en internet. Eventos organizados a través de la red: ¿fenómeno lúdico o ciberactivismo? En *actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad* (p. 134-). Presentado en Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. Recuperado a partir de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3327940>

Corona, J. (2011, abril 13). Así estrena su Twitter el gabinete de Calderón. *Milenio Diario*. Mexico City. Recuperado a partir de [www.milenio.com/cdb/doc/.../434f5cc48739b1e6f2b64e6cf28a0926](http://www.milenio.com/cdb/doc/.../434f5cc48739b1e6f2b64e6cf28a0926)

Chub Daniel. (2011, enero 18). Tunisia & Twitter revolution: social media aspects. Recuperado junio 14, 2012, a partir de <http://www.onlinesocialmedia.net/20110118/tunisia-twitter-revolution-social-media-aspects/>

Gayo-Avello Daniel, & Panagiotis, T. M. (2011). Limits of electoral predictions Using Twitter. Presentado en Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Barcelona, España. Recuperado a partir de <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2862>

De Mauleón, H. (2012, septiembre 1). De la red a las calles. *Nexos*. Recuperado a partir de <http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=2102909>

Deiser, R., & Newton, S. (2013, febrero). Six social-media skills every leader needs. Recuperado febrero 6, 2013, a partir de [http://www.mckinseyquarterly.com/Strategy/Innovation/Six\\_social-media\\_skills\\_every\\_leader\\_needs\\_3056](http://www.mckinseyquarterly.com/Strategy/Innovation/Six_social-media_skills_every_leader_needs_3056)

Del Álamo O (2003b) Nuevas tecnologías de la información para el desarrollo humano? *Instituto Internacional de Gobernabilidad. Desarrollo Humano e Institucional en América Latina*

Félix, C. B. (1998). De las comunidades sociales a las ¿comunidades? virtuales. *Razón y Palabra*. Recuperado a partir de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n10/claudia.htm>

Fernández Prados, J. S. (2012). Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida. *Arbor*, 188(756), 631-639. doi:10.3989/arbor.2012.756n4001

Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 16(33), 73-81. doi:10.3916/c33-2009-02-007

Galindo Cáceres. (1998). Redes, comunidad virtual y cibercultura. *Razón y Palabra*. Recuperado a partir de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n10/galindo.htm>

Gómez-Díaz, M. del R., Sandoval-Almazán, R., & Nava-Rangel, R. M. (2011). Redes sociales en internet: ¿generadoras de conocimiento en las empresas? Una exploración. En *XV Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA) «La administración y la responsabilidad social empresarial»* (pp. 1-14). Boca del Rio Veracruz, mayo 2011.

Gómez-Díaz, R., & Almazán, R. S. (2009). Gestión del conocimiento estrategia de vinculación en los Centros Comunitarios de Aprendizaje. En *Digital Government Research Conference* (Vol. 1). Puebla, Mexico: ACM.

Gonzalez Mendoza, V., & Petersen, M. D. (2010, julio). The reach of twitter as political tool. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 6(16), 5.

Griffiths, M. (2004). e-Citizens: Blogging as democratic practice. *Electronic Journal of e-Government*, 2(3), 155-166.

Hampton, K. N., & Wellman, B. (2000). Examining community in the digital neighborhood: early results from Canada's wired suburb. En T. Ishida & K. Isbister (Eds.), *Digital Cities* (pp. 194-208). Springer Berlin Heidelberg. Recuperado a partir de [http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-46422-0\\_16](http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-46422-0_16)

Hampton, K., & Wellman, B. (2003). Neighboring in netville: how the internet supports community and social capital in a wired suburb. *City & Community*, 2(4), 277-311. doi:10.1046/j.1535-6841.2003.00057.x

Interactive Magazine. (2012, mayo 17). Las cifras del Día de Internet - Revista Interactive. *Revista Interactive*. Revista en Línea. Recuperado marzo 9, 2013, a partir de <http://revistainteractive.com/tecno-internet/>

Jahn, G. V. (2007). Arquitectura en las comunidades virtuales: lo que va de ayer a hoy... y sigue para mañana... *Arquiteturarevista*, (2), 15-30.

Kavanaugh A, Yang Seungwon, & Edward Fox. (2011). *Between a Rock and a Cell Phone: social media use during mass protests in Iran, Tunisia and Egypt* (No. 1149). Virginia Tech. Recuperado a partir de <http://eprints.cs.vt.edu/archive/00001149/>

Khamis, S., & Vaughn, K. (2012). We are all Khaled Said: the potentials and limitations of cyberactivism in triggering public mobilization and promoting political change. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 4(2-3), 145-163. doi:10.1386/jammr.4.2-3.145\_1

Kiss, H. J., & Rosa-García, A. (2011). *Why do Facebook and Twitter facilitate revolutions more than TV and radio?* (No. 33496) (p. 26). Munich. Recuperado a partir de <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/33496/>

Lago, S., & Marotias, A. (2007). Los movimientos sociales en la era de internet. Recuperado enero 29, 2013, a partir de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/lagomarotias.html>

Melucci, A., 1994: ¿Qué hay de nuevo en los nuevos movimientos sociales? En *Los nuevos movimientos sociales*, Laraña, E. Gusfield, J. Centro de Investigaciones sociológicas. Madrid.

Milenio (Martes 24 de noviembre, 2009). Políticos mexicanos en Twitter, ¿los lees?

Lassen, D. S., & Brown, A. R. (2011). Twitter the electoral connection? *Social Science Computer Review*, 29(4), 419-436.

Offe, C., 1992: *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Editorial Sistema, colección política. Madrid.

Pachón Urrego, M. F., & Soto Niño, J. D. (2012). Impacto de las comunidades virtuales en sus usuarios. *Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario. Universidad del Rosario. EdocUR Repositorio Institucional. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co>*. Recuperado a partir de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/3158>

Pew, G. (n.d.). Social networking popular across globe. *Pew Research Center Global Attitudes Project*. Retrieved from <http://www.pewglobal.org/2012/12/12/social-networking-popular-across-globe/>

Qualman, E. (2009). *socialnomics how social media transforms the way we live and do business*. Wiley.

Raad, A. M. (2004). Comunidad emocional, comunidad virtual: estudio sobre las relaciones mediadas por internet. Recuperado a partir de <http://www.revistamad.uchile.cl/index.php/RMAD/article/viewFile/14785/15124>

Rincón, O. (2011). Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antans Mockus y el Partido Verde colombiano. *Nueva sociedad*, (235), 74-89.

Sandoval, A. (2012). YouTube, Facebook y Twitter en la campaña electoral mexicana del 2012: un análisis mixto. En *Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública* (Vol. 1, pp. 1-21). Presentado en XVII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Cartagena, Colombia: CLAD. Recuperado a partir de <http://www.dgsc.go.cr/dgsc/documentos/cladxvii/sandoalm.pdf>

Sandoval, R., Matus, R. T., & Rogel, R. N. (2012). Twitter in mexican politics: messages to people or candidates? En *AMCIS 2012 Proceedings* (Vol. 18). Presentado en AMCIS, Seattle, WA, USA: AIS Electronic Library (AISeL). Recuperado a partir de <http://aisel.aisnet.org/amcis2012/proceedings/EGovernment/18>

Sandoval-Almazán, R., & Alonzo, M. A. G. (2011). Empowering people using Twitter: The case of Mexico taxes. En A. Manoharan & M. Holzer (eds.), *E-Governance and Civic Engagement: Factors and Determinants of E-Democracy* (pp. 488-504). IGI-Global.

Sandoval-Almazán, R., & Gil- Garcia, R. (2013). Cyberactivism through social media: Twitter, YouTube, and the mexican political movement «I'm number 132». En *Proceedings of the 46th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (Vol. 1, pp. 1704-1713). Presentado en Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii Manoa: IEEE. Recuperado a partir de <http://www.cide.edu/publicaciones/status/dts/DTAP%20273.pdf>

Sandoval-Almazán, R., & Gil-Garcia, J. R. (2012). Government–Citizen interactions using Web 2.0 Tools: the case of Twitter in Mexico. En C. G. Reddick & S. K. Aikins (eds.), *Web 2.0 Technologies and Democratic Governance* (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 1, pp. 233-248). Springer New York. Recuperado a partir de [http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4614-1448-3\\_15](http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4614-1448-3_15)

Sandoval-Almazán, R., “Brecha digital y tecnología de información.” Universidad Autónoma del Estado de México, 1997.

Trecho (2010). 6 errores de los políticos mexicanos. Trecho. Recuperado el 21 de julio de 2010 de: <http://revistatrecho.com/2010/03/6-errores-de-los-politicos-mexicanos-en-twitter/>

Touraine, A. “La lucha social hoy es por los derechos culturales”. Revista *En.Red.ando* (<http://enredando.com/cas/cgi-bin/entrevista/plantilla.pl?ident=71>, 2000).

Valadés García, B. (2011). Conceptualizar el papel de las redes sociales en internet en movimientos sociales y acciones olectivas. Propuesta Aplicada a lo digital. *Razón y Palabra*, (77). Recuperado a partir de [www.razonypalabra.org.mx/N/N77-2/index77.htm](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-2/index77.htm)