



OPINIÓN

REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Por Pablo Cabañas Díaz

Las conferencias matutinas que ofrece el presidente Andrés Manuel López Obrador forman parte importante del proceso de información y contacto con la población, pero son sin duda un instrumento que marca parte vital de la agenda política nacional.

El auge de Internet y las redes sociales por sus características conllevan a otros riesgos, entre estos las llamadas noticias falsas o "fake news", tema indispensable para comprender los procesos de comunicación y su impacto en la democracia nacional.

Internet y las redes sociales son un vehículo de comunicación, pero son también esquemas comerciales y parte de la manipulación mediática durante los procesos electorales, que han llevado incluso a la comparecencia del propietario de Facebook ante el Congreso de los Estados Unidos de Norteamérica y el Parlamento de la Gran Bretaña, así como a la regulación en torno a estas plataformas en el ámbito de la legislación aplicable en la Unión Europea.

La manipulación de la información desde las redes sociales en Internet es el nuevo reto que se presenta. Ante lo que pasamos del monopolio informativo ejercido en el siglo XX por los medios tradicionales usados por el Estado mexicano para soportar la entonces hegemonía política, ante la ahora era de la información y desinformación producto de la amplitud de participación en las redes sociales y la interacción que trajo una mayor pluralidad.

Estos nuevos elementos a la construcción y al diálogo democrático en la red, conllevan a situaciones de peligro que demos tomar en cuenta, entre las cuales se encuentra la difusión digital

de información electoral y la posición de las empresas tecnológicas, redes sociales y motores de búsqueda, y su marco normativo.

México en 2023, ocupó el séptimo lugar entre los países que mayor tiempo destinan en promedio diario a Internet con 9 horas y se ubica por arriba del promedio de países como Estados Unidos de Norteamérica con 7 horas y 11 minutos o China con 5 horas y 22 minutos, poniendo estos dos ejemplos, ya que ambas naciones son consideradas dos de los gigantes en redes sociales digitales en el mundo.

La importancia de las redes sociales en los partidos políticos con registro nacional es evidente y conlleva a tener un impacto directo en la promoción de sus plataformas políticas y actividades, lo que a su vez se relaciona como un elemento de la democracia representativa y participativa.

Las redes sociales no solamente provocaron una nueva forma de comunicación de masas desde los medios tradicionales, sino que los partidos políticos tienen claro que estas páginas digitales son parte fundamental en cuanto al nuevo diálogo e interacción con los ciudadanos.

Las redes sociales son así una herramienta que sumado a las necesidades de una nueva configuración de planes estratégicos en materia electoral, provocaron que los diálogos antes lineales es decir emisor-receptor, sean ahora circulares, en donde la opinión, críticas y participación ciudadanas se volvieron, como se establece en el crecimiento en el número de usuarios, factor de análisis para la difusión de los partidos políticos, situación que en una democracia participativa, incluye también a los órganos autónomos y los poderes del Estado mexicano.

La importancia de las redes sociales en los partidos políticos con registro nacional es evidente y conlleva a tener un impacto directo en la promoción de sus plataformas políticas y actividades, lo que a su vez se relaciona como un elemento de la democracia representativa y participativa



Foto: EFE

En Facebook quienes tienen mayor presencia son la Presidencia de la República con más de 2 millones 900 mil seguidores con prácticamente 1 millón 800 mil usuarios más respecto al INE que ocupa la segunda posición con 1 millón 121 mil. La SCJN en tercer lugar con 1 millón 137 mil.

Destaca Movimiento Ciudadano quien con 1 millón 72 mil seguidores, se encuentra por arriba de MORENA, PRI, PAN, la Cámara de Diputados, Senado y el resto de los partidos.

El teléfono celular representa la tecnología con mayor penetración nacional con 86.5 millones de personas usuarias en el país.

Las mujeres (44.7 millones) lo usan más que los hombres (41.8 millones).

El 88.1% cuenta con al menos un celular de los llamados teléfonos inteligentes o Smartphone.

Entre la población que dispone de este tipo de celular, el 94.7% usa la funcionalidad de conexión a la red. El 92.5% de los hogares disponen de un televisor.

Además, el 45.9% cuentan con servicio de televisión de paga, el 44.3% disponen de computadora, mientras que los hogares con disponibilidad de Internet registran un 56.4%, lo que corresponde a un incremento del 3.5% respecto al año 2018.

De los datos anteriores podemos señalar que el uso de Internet ha crecido de forma constante en México, a lo que además debemos observar el uso de las tecnologías de la información en 2024 destacan los grupos con mayor vulnerabilidad, entre estos los de adultos mayores, los hogares con bajos ingresos y los habitantes de zonas rurales.

De acuerdo con datos del Banco Mundial el crecimiento de usuarios de Internet en México es evidente en las primeras dos décadas del siglo XXI, en 2000 el porcentaje era de 5.08% (4'874,170), mientras en 2020 era del 70% (88'209,816) de usuarios.

El Informe de 2020 de Statista, señalaba que en ese año el 71% de la población en México era usuaria de Internet y el 77% eran usuarios activos de redes sociales, lo que implicaba un impacto directo de estas tecnologías en la comunicación en general.

En el mismo sentido, en la "Tercera Encuesta Nacional de Cultura Constitucional de la Universidad Nacional Autónoma de México" realizada en el año 2017, expresaba que los avances tecnológicos especialmente en la segunda década del siglo XXI "han transformado y un gran por-

centaje de ciudadanos, sobre todo los jóvenes, han disminuido su exposición a la televisión, y por el contrario se han convertido en un 190 público atento y participativo a los medios electrónicos, sobre todo a través de internet".

A lo anterior debemos puntualizar otro de los elementos y características propias del Internet y las redes sociales en comparación con los medios tradicionales, la participación.

Es decir, en los medios tradicionales como la radio, la televisión, los diversos medios impresos (periódicos, revistas y publicidad) e incluso el cine, la posibilidad de participación es reducida, y regularmente se da a partir de los intereses propios de las empresas.

Las redes sociales han modificado la participación ciudadana en todos los temas, incluida la participación política puede y se da de forma activa, en donde los usuarios pueden hacerlo en forma circular, e incluso crear blogs y grupos diversos, aunque por sus características existen los riesgos de las noticias tendenciosas, falsas o promociones que pueden tergiversar la realidad.

Aún con ello, los ciudadanos tienen la posibilidad de conocer de forma dinámica diversos contenidos, entre ellos, los de carácter político-electoral, esto ha llevado como se demostró con los datos expuestos, a que los partidos políticos, los poderes del Estado y el INE tengan una presencia activa en redes sociales, y sean ahora un instrumento permanente de la difusión de sus contenidos.



Foto: EFE



Foto: EFE