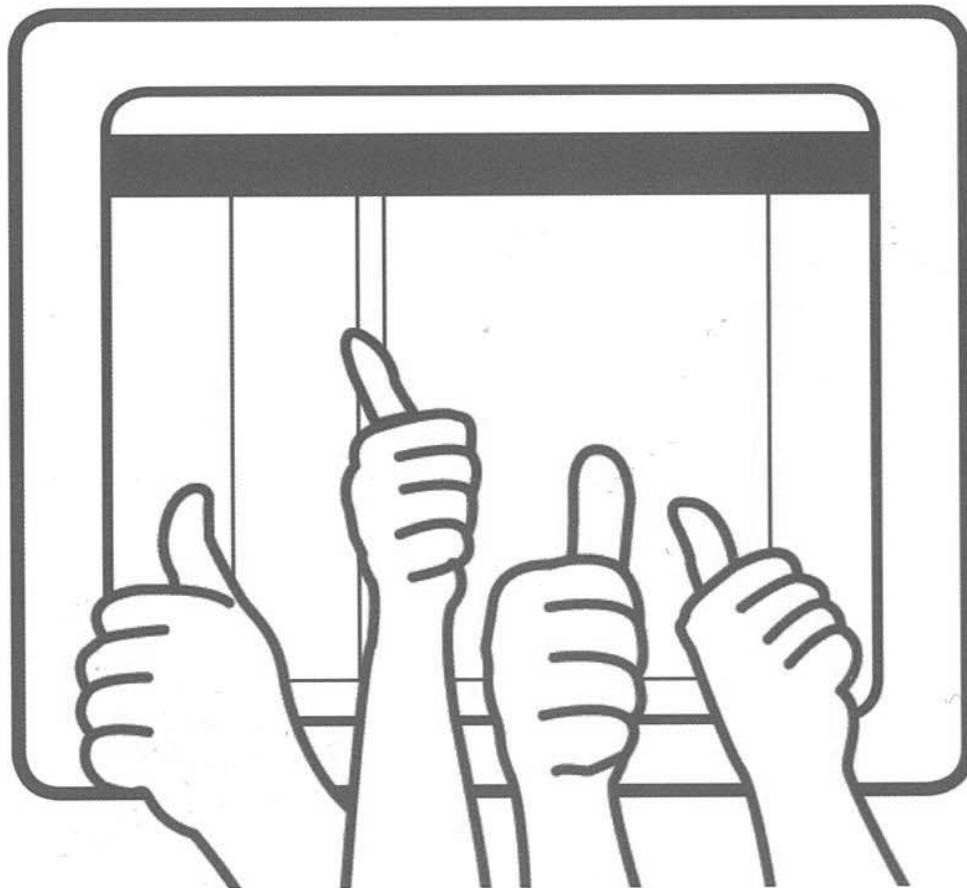

**Luis Enrique Concepción Montiel
Alejandro Sánchez Sánchez
(coordinadores)**

Democracia, redes y participación ciudadana



Esta investigación fue dictaminada por pares académicos.

Democracia, redes y participación ciudadana / Luis Enrique
Concepción Montiel, Alejandro Sánchez Sánchez, coordi-
nadores -- Mexicali, Baja California : Universidad Au-
tónoma de Baja California, c2016.
473 p. ; 21 cm.--

ISBN: 978-607-607-311-7

1. Comunicación en política -- Innovaciones tecnológicas.
2. Participación política -- Innovaciones tecnológicas. 3. Redes
sociales en línea -- Aspectos políticos. I. Concepción Montiel,
Luis Enrique. II. Sánchez Sánchez, Alejandro. III. Universidad
Autónoma de Baja California.

HM742 D45 2016

**©D.R. 2016 Luis Enrique Concepción Montiel y
Alejandro Sánchez Sánchez**

Las características de esta publicación son propiedad de la
Universidad Autónoma de Baja California.
Departamento de Editorial Universitaria. Av. Reforma 1375.
Col. Nueva. C.P. 21100. Mexicali, Baja California, México.
Teléfono: (686) 552-1056.

Correo electrónico: editorial@uabc.edu.mx
www.uabc.mx

ISBN 978-607-607-311-7

Coordinación editorial: Laura Figueroa Lizárraga.
Diseño de portada: Addi Gimaled Cháirez Vázquez.
Formación: Palmira Gaxiola Espinoza.
Edición: Tomás Di Bella Martínez.

<http://www.youtube.com/watch?v=jyOGd4WYmCg&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=7wBgAfvglg&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=wzfDei6SEbE&feature=related>

Las debilidades del movimiento del 15-M. Cosas que hay que solucionar

<http://www.youtube.com/watch?v=MiyE2fN0AjE&feature=related>

EL 15 M según FRANCE2 (segunda cadena de la televisión pública francesa). Duración 04:23

<http://www.youtube.com/watch?v=f8-ub-04QeQ>

“El grito de Hessel: ¡Indignaos!”. Duración 14:50

Reportaje de RTVE, programa Informe Semanal:

<http://www.youtube.com/watch?v=qX2iVH0yVvk>

“Causas y reflexiones del movimiento 15M con José Luis Sampedro y ciudadanos manifestantes”. Duración 10:24

Fragmentos de la entrevista realizada por Movimiento Visual el 14 de mayo de 2011 a José Luis Sampedro en Cala de Mijas, Málaga

<http://www.youtube.com/watch?v=L0mh3jcV28g>

Eduardo Galeano opina sobre el 15 M. Duración 11:00

<http://pongo-mi-voz.blogspot.com/2011/05/entrevista-eduardo-galeano-sobre-el-15m.html>

IX. #YOSOY132 Y LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Víctor Alejandro Espinoza Valle*

Ana Claudia Coutigno Ramírez**

INTRODUCCIÓN

En mayo de 2012, un encuentro con jóvenes universitarios llevado a cabo por el candidato del PRI/PVEM, Enrique Peña Nieto, dio un vuelco a las hasta entonces anodinas campañas electorales. Las interpelaciones de los estudiantes y las reacciones de los voceros de EPN detonaron un movimiento que llevó a cientos de jóvenes a participar como en décadas no sucedía en México. Fue a través de las redes sociales como se convocó a las protestas y movilizaciones que cuestionaron el corazón mismo del sistema autoritario: el control monopólico de los medios de comunicación.

* Doctor en sociología política por la Universidad Complutense de Madrid y en ciencia política por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Es investigador titular de El Colegio de la Frontera Norte (El Colef) e investigador nacional por el Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Fue secretario general académico de El Colef, y director de la revista *Frontera Norte* (El Colef) y de la *Revista Mexicana de Estudios Electorales* (Sociedad Mexicana de Estudios Electorales,

A la importancia innegable que tienen medios como la televisión y la radio en la época moderna, agregamos el hecho de que en México son dos los consorcios que controlan la información y deciden los contenidos y crean opinión pública. De ahí la importancia del cuestionamiento juvenil a estos verdaderos centros de poder. Como señala Manuel Castells: “A lo largo de la historia, la comunicación y la información han sido las fuentes fundamentales del poder y del contrapoder, de la dominación y del cambio social. Y ello es debido a que la batalla fundamental se da en las mentes de las personas” (Castells, 2012: 44).

El objetivo en este capítulo es analizar la trascendencia del movimiento #Yosoy132 en un contexto de competencia electoral y en el que destacaron los contenidos de la protesta, cuestionando el papel de los monopolios de la información para el desarrollo

A.C. [Somee]). Entre sus libros destacan: *El voto lejano. Cultura política y migración México-Estados Unidos* (El Colef/Miguel Ángel Porrúa, 2004), *Las rutas de la democracia. Elecciones locales en México* (Centro de Estudios de Política Comparada/Eón, 2007), *Sufragio extraterritorial y democracia* (Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática 29; IFE, 2011), *El deterioro de la democracia. Consideraciones sobre el régimen político, lo público y la ciudadanía en México* (coordinado con Alejandro Monsiváis Carrillo) (El Colef, 2012), y *Democracia y participación política a distancia. El voto de los mexicanos en el extranjero* (Cuadernos de Divulgación de la Justicia Electoral 16; TEPJF, 2013).

** Doctora en ciencias sociales con especialidad en democracia por el Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social. Su línea de investigación es participación política, democracia y representación. Forma parte del personal académico de El Colegio de la Frontera Norte (El Colef). En sus publicaciones, cursos, conferencias e investigaciones ha abordado los temas de democracia y representación política, ONG y observación electoral, participación política electoral, equidad de género y participación de la mujer, así como el voto en las casillas especiales. Correo electrónico: ana.claudia.coutigno@gmail.com.

democrático. Las evidencias nos permiten afirmar que el futuro nos alcanzó y que estamos ante el primer movimiento que utilizó a las redes sociales como medio de comunicación y de organización horizontal; en ese sentido, se trata del primer fenómeno de ciberactivismo³⁵ en el país. En este trabajo buscamos dar respuesta a diferentes interrogantes, por ejemplo: ¿en qué grado las críticas del movimiento #Yosoy132 a la clase política impactaron a las campañas electorales?, ¿en qué grado modificaron la opinión pública, hasta llevar a decidir el voto por un candidato diferente al que apoyaban los medios tradicionales de comunicación? Y un poco más general ¿en México los comicios electorales han dejado de ser sólo un procedimiento normativo de elección de representantes y se están convirtiendo también en un espacio de movilización social con expresiones de opinión pública diferente a la que forman los medios de comunicación tradicional?

Este capítulo se divide en cuatro apartados con el objetivo de dar respuesta a nuestras interrogantes iniciales. El eje de discusión es el de la irrupción de un movimiento juvenil democrático que cuestionó a los poderes fácticos —al duopolio de la comunicación tradicional—, en una doble vertiente: por su parcialidad y por el control que ejerce sobre el ciudadano en general y los electores en lo particular. La irrupción del movimiento #Yosoy132 obligó a un cambio en las estrategias de las

³⁵ “El llamado a través de redes sociales, como Facebook y Twitter, para asistir a una protesta; la coordinación vía Internet de foros internacionales con propuestas alternativas; o el despliegue de campañas y boicots contra corporativos globales que atentan contra los derechos humanos, configuran las nuevas formas de activismo social en el siglo XXI (eso que ha sido denominado como *ciberactivismo*” (Montes de Oca Barrera, 2013: 28).

campañas electorales en la disputa presidencial. El uso intensivo de nuevas tecnologías y redes sociales fue el medio primordial de comunicación y propagandización horizontal e impactó también a los estrategas de las campañas. Rápidamente los ciudadanos y los jóvenes descubrieron las posibilidades de la nueva comunicación digital frente al poder de los monopolios; por ello, la elección de 2012 significa el parteaguas en las formas de hacer política en México.

LA DEMOCRACIA ELECTORAL Y LA FORMACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Giovanni Sartori (2007), en su reflexión sobre la teoría de la democracia, señala que la democracia hasta cierto punto es un gobierno del pueblo y se pregunta: ¿cuándo es que encontramos a un “pueblo gobernante”, o el *demos* en acto o en función de gobierno?, y nos da la respuesta contundente: en las *elecciones* (Sartori, 2007: 116). Ello no quiere decir que el proceso democrático se esté minimizando sino que, en ese momento es cuando el pueblo se une a una voz para elegir a los ciudadanos que tomarán las que consideran las mejores decisiones para el país.

Si seguimos esta línea de análisis, Sartori (2007) indica que si en las elecciones se registran las decisiones de los votantes, entonces ¿cómo se llega a esas decisiones? En otras palabras, si en el proceso electoral se computan opiniones ¿de dónde proceden y cómo se forman dichas opiniones? Ahora bien, sumada a esta idea, Robert Dahl (1992) apunta la existencia de etapas esenciales dentro del proceso democrático para hacer efectiva la competencia electoral y la búsqueda del voto libre del ciudada-

no. La primera tiene que ver con la inclusión de opciones y la segunda, y fundamental, es que los ciudadanos cuenten con una información idéntica sobre las opciones que les presentan los partidos políticos y puedan pasar a la etapa de votación (Dahl, 1992, 82).

Por lo anterior, tras del sufragio hay todo un mar de fondo; Sartori señala que en el proceso democrático el circuito de la formación de la opinión pública es de vital importancia. Él comenta que: “el poder electoral en sí es la garantía mecánica de la democracia, *pero las condiciones bajo las cuales el ciudadano obtiene información* [se encuentra] expuesto a las precisiones de los fabricantes de opinión y son las que constituyen la garantía sustantiva” (Sartori, 2007:117).

Por ello, se insiste en la idea de que en una democracia electoral los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la formación de opinión pública. Esta última se considera un concepto político, una opinión expuesta a la información sobre cosas públicas. En otras palabras, la opinión pública también se define como: “un público, o multiplicidad de públicos, cuyos difusos estados mentales (de opinión) se interrelacionan con corrientes de información referentes al resto de la *res publica* (esta caracterización comprende opiniones sobre los candidatos y partidos; excluye en cambio, las opiniones sobre “asuntos privados”)” (Sartori, 2007: 118). De ahí, la importancia que el movimiento #Yosoy132 señalara como una de sus principales demandas la democratización de los medios de comunicación y la búsqueda de una información sin sesgo y sin ser pre-fabricada.

Se suma a lo anterior, la idea de José Cardón que es a través del uso de la red, que el movimiento #Yosoy132 mantenía una fuerte crítica al papel que estaban desarrollando los medios de

comunicación tradicionales en el escenario político de las campañas electorales, pues generaban una opinión pública sesgada respecto a los candidatos a la presidencia de la república. Si bien, principalmente la aspiración del movimiento era la democratización de los medios de comunicación, también manifestaban demandas más generales como la democratización de la sociedad y de las organizaciones tradicionales de participación política (Candón, 2013).

Nos preguntamos ahora, ¿cómo es que el ciudadano se forma una opinión cualificada de cada candidato con diferente perfil? ¿Qué información estaban transmitiendo los medios de comunicación tradicionales a la sociedad que detonó que el movimiento #Yosoy132 reclamara la democratización de los medios de comunicación?

Para poder responder brevemente lo anterior desde el observatorio de la teoría de la democracia, retomamos el modelo de cascada analizado por Sartori (2007). Dicho modelo es formulado por Deutsch Karl en su texto *The analysis of international relations*, 1968. En él detalla cómo es que se forma o se puede formar la opinión pública, dando un peso sustantivo a los medios de comunicación. En el modelo de Deutsch se detalla que las opiniones se transmiten de arriba hacia abajo como una cascada en donde permean varios escalones. En este modelo de cascada, en la parte superior están las elites económicas y sociales, un poco más abajo las elites políticas y gubernamentales, en el siguiente escalón los medios de comunicación y los líderes de opinión y, finalmente en el último, se encuentra la sociedad en su conjunto.

En este mismo sentido, destaca en el modelo que existe una relación muy cercana y constante entre el escalón de los medios de comunicación y los dos escalones superiores. Ellos en conjunto impactan al último de ellos. En una frase nos dice:

“el mundo es —para el público en general— el mensaje de los medios de comunicación” (Sartori, 2007:127). Señala Sartori (2007) que se presenta también en la formación de opinión un proceso que interrumpen y regeneran horizontalmente en cada nivel. Esto surge de las interacciones dentro del mismo escalón. El movimiento #Yosoy132, por ello, representa una pieza clave en el espacio de la sociedad. El movimiento incide de manera fundamental en la generación de una opinión pública diferente respecto a la que se venía formando desde los medios de comunicación tradicionales; diversos estudios mostraban que la elección de presidente de la república mantenía un rumbo lineal, una campaña sin contratiempos y bajo control. Por lo demás, resultaba sin límite el apoyo que brindaban los medios tradicionales hacia el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Enrique Peña Nieto, con una imagen prediseñada que se transmitía día a día. Es así que el movimiento #Yosoy132 rompió la monotonía y cambió el rumbo de la agenda de los candidatos a dos meses de iniciadas sus campañas.

EL CONTEXTO POLÍTICO-SOCIAL DE LAS ELECCIONES DE 2012 Y EL CAMBIO TECNOLÓGICO

Pero, ¿cuáles eran las condiciones políticas y sociales que detonaron el movimiento #YoSoy132?; ¿en qué terreno fértil cae la semilla de una tensión a punto de explotar entre los jóvenes?; ¿qué instrumentos usaban los medios de comunicación tradicionales para formar una opinión de los candidatos?

En México, como en todo sistema presidencialista, existe una fuerte personalización de la política y en especial de los procesos electorales. Cuando se encuentra en disputa una alcaldía, la

gubernatura, pero sobre todo, la presidencia de la república, la atención la concitan los candidatos. Cuando lo que está en juego es la renovación de las cámaras —locales y federal—, son los partidos los que al parecer concentran la mayor atención ciudadana. Bajo elecciones competidas, como viene ocurriendo desde el año 2000, las trayectorias y personalidades de candidatos(as) resultan importantes, pero más la construcción mediática de una campaña. El *marketing* político determina en mucho el resultado de una contienda; retomando la idea de Sartori analizada en el apartado anterior, son los constructores de opinión los que forman la garantía sustantiva.

En 2012 fuimos testigos de la primera elección presidencial en la que las redes sociales tuvieron un papel destacado, al lado, claro está, de los medios electrónicos por antonomasia, la televisión y la radio. Como referente de la importancia del uso de la Internet en una campaña política, destaca sin duda la elección de Barack Obama en Estados Unidos. La gran diferencia respecto a México, es que en 2008 la utilización de las redes tuvo el objetivo básico de reunir fondos; en México 2012 fue el de servir como medio de propaganda política: para promocionar candidatos, criticarlos, denostarlos. Cada candidato construyó su equipo técnico para incidir a través de este nuevo medio de comunicación. El resultado fue inédito en la historia de las contiendas electorales, con un ingrediente adicional: desde la reforma constitucional de 2007-2008 quedaron prohibidas, tanto la “guerra sucia” (denigración y calumnia),³⁶ como la compra de tiempos en medios

³⁶ “En la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas” (*Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, 2011, 71-72).

electrónicos (radio y televisión) por particulares o candidatos. El único espacio libre para las campañas negativas fue la Internet; por ello se multiplicó el uso de redes en comparación con campañas anteriores.

Durante siete meses diferentes opciones políticas buscaron convencer a los ciudadanos para verse favorecidos por el voto. Cuatro candidatos compitieron por la presidencia de la república; por parte de la coalición Movimiento Progresista (PRD-PT-Movimiento Ciudadano), Andrés Manuel López Obrador (AMLO); por el Partido Nueva Alianza (Panal), Gabriel Quadri de la Torre (GQT); por el Partido Acción Nacional (PAN), Josefina Vázquez Mota (JVM), y finalmente por la coalición Compromiso por México (PRI-PVEM), Enrique Peña Nieto (EPN).

Dos personajes centraban la atención: Andrés Manuel López Obrador y Enrique Peña Nieto; ambos representaban las posiciones ideológicas más encontradas y sobre los que se polarizaron finalmente las preferencias. La candidata del Partido Acción Nacional era la única mujer —la primera en la historia de Acción Nacional— y trató de utilizar esa condición para ganar adeptos(as); y finalmente Gabriel Quadri, quien era el candidato menos conocido y con una difícil situación: ser candidato del Panal, partido creado y dirigido por la profesora Elba Esther Gordillo, la líder vitalicia del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación.

AMLO se presentaba por segunda ocasión como candidato presidencial después de que en 2006 obtuviera menos del uno por ciento (.58) de diferencia respecto al candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa. Las posiciones y acciones asumidas con posterioridad a la elección le ganaron apoyos y rechazos, estos últimos principalmente por quienes clamaban por una izquierda

“moderada” y “moderna”. Quienes mantenían posiciones más radicales sobre el sistema político mexicano, siguieron viendo en él una opción necesaria en 2012.

Desde un inicio hubo acusaciones acerca de la relación de las dos consorcios televisivos con el candidato Enrique Peña Nieto (EPN); sobre todo se le señaló como un proyecto presidencial de Televisa. El hecho adicional fue que unos meses antes del arranque de las campañas, en noviembre de 2010, Enrique Peña Nieto contrajo nupcias con la actriz de telenovelas Angélica Rivera, la popular “Gaviota” (Villamil, 2010), este hecho alimentó las sospechas acerca de un proyecto pactado entre la empresa y el candidato para llevarlo al triunfo (*The Guardian*, 2012). Para un sector importante de la población, EPN fue el candidato del monopolio televisivo.

La candidata perdedora, Josefina Vázquez Mota, desarrolló una campaña errática. La presión creció a tal grado que en un evento público sufrió una fuerte descompensación y estuvo a punto del desmayo. Pese a los esfuerzos posteriores por demostrar que se encontraba saludable, éstos no rindieron los frutos deseados: se le vio como una candidata frágil, víctima del estrés. Sin embargo, logró el apoyo de grupos de mujeres conservadoras quienes vieron con simpatía su esfuerzo. Quizás el “fuego amigo” fue su mayor debilidad. Nunca contó con la simpatía presidencial; el candidato natural de Felipe Calderón era Ernesto Cordero; ella tuvo que luchar en el frente interno de su partido y contra los otros tres candidatos.

Por último, Gabriel Quadri, un académico que nunca pudo explicar con claridad la forma en cómo había sido designado candidato presidencial del Panal, arguyendo que no conocía a la fundadora y guía del partido, Elba Esther Gordillo. Al final, logró ciertas simpatías que le atrajeron los votos necesarios para

que el Panal conservara el registro. Con 2.29% de los sufragios, Quadri se dio por bien servido. Quizá el momento de mayor popularidad fue el que obtuvo merced a su papel durante el primer debate de candidatos, aquel 6 de mayo, cuando aparte de expresarse con soltura, de la misma forma dirigió sus miradas sin recato a la edecán del evento. Las imágenes quedaron para el anecdotario de una elección que tuvo en los medios electrónicos tradicionales y en las redes sociales, su expresión masiva.

Frente a este escenario tan diverso, los medios de comunicación fueron un eje sustantivo en la configuración de imagen de los candidatos. Pero también las encuestas tuvieron un papel protagónico en 2012, al ser la fuente fundamental de difusión y, en muchos casos, propaganda a través de los medios electrónicos; inclusive día a día reportaban las tendencias de las preferencias electorales. En esa dirección destacan Covarrubias y Asociados, GEA/ISA-Milenio, Consulta Mitofsky, Grupo Impacto Inteligente 360°, Buendía & Laredo, Ipsos/Bimsa, Uno TV/María de las Heras, OEM-Parametría, Reforma, BGC-*Excelsior*, *El Diario de Ciudad Juárez*, Revista EMET, *La Crónica de Baja California*, *El Imparcial de Hermosillo*, Univisión, SNTE-Panal, UNAM y *La Jornada*.

La mayoría de ellas daban una ventaja considerable al candidato priista Enrique Peña Nieto; en un principio Vázquez Mota ocupaba el segundo lugar, pero fue en mayo, a partir del debate presidencial y de la irrupción del movimiento #Yosoy132, cuando fue superada por López Obrador. Otras encuestas denominadas independientes ubicaban a la cabeza al candidato López Obrador, seguido de Peña Nieto; y fueron pocas las que pusieron a Vázquez Mota arriba de ellos (Elecciones Federales, 2012).

En la otra orilla se encontraba el *demos* o pueblo, con un cambio sustantivo en el uso de tecnologías de la información

y comunicación. En este sentido, es inevitable hoy en día analizar ya no sólo a una democracia representativa y al proceso electoral, sino incluir en el análisis a una sociedad plural en un mundo marcado por el cambio tecnológico (Montes de Oca, 2013: 25). ¿Qué nos dicen los ciudadanos respecto a cómo se informaban de lo que pasaba en política en 2012? Los resultados de la Encuesta Nacional de Cultura Política, indican que el medio más utilizado por los ciudadanos para informarse de los asuntos políticos era la televisión (76 %); seguido de la radio con un porcentaje de 9.1%. Respecto al uso de Internet para informarse de política, sólo 4.7% utilizaba este medio, y con más frecuencia por los hombres que por las mujeres, en una doble proporción (65.7% y 34.3%, respectivamente). Las redes sociales aún tienen un porcentaje muy bajo para este fin (0.7%). Estos mismos datos por grupo de edad, señalan que la televisión y la radio son utilizadas por ciudadanos de 35 años y más, y el uso de Internet concentra un mayor porcentaje de jóvenes de entre 18 y 34 años (Encup, 2012).

En otro reactivo de la misma encuesta, se identifica el medio que utiliza el ciudadano para enterarse de lo que hace el gobierno. Los resultados se mantienen en 78.3% a través de los medios de comunicación tradicionales, en un segundo nivel están las juntas vecinales, el Internet con un 4.3 por ciento y .8 por ciento las redes sociales. Estos mismos datos por grupo de edad, indican que entre 18 a 34 años utilizan la Internet y redes sociales, y entre 35 y más los medios de comunicación tradicionales³⁷ (Encup, 2012). En resumen, las respuestas a los dos reactivos anteriores

³⁷ Se entiende por medios tradicionales de comunicación a la televisión, radio y prensa escrita.

muestran que la sociedad mexicana se informa de los asuntos públicos por los medios tradicionales de información, pero los grupos de edad 34 y más, lo hacen de manera destacada. Los medios alternativos de información como la Internet y redes sociales presentan un porcentaje aún pequeño respecto a los medios de comunicación tradicionales y son utilizados preferentemente por los jóvenes menores de 34 años.

A partir de los cambios sociales que incluyen el uso intensivo de nuevas tecnologías de información y comunicación, existen varios estudios³⁸ que muestran el creciente porcentaje de ciudadanos que adquieren información en numerosas plataformas digitales, y algunos informes detallan en particular el ambiente para lo cual son utilizadas. Por ejemplo, para revisar el correo electrónico, chatear en foros, participar en redes sociales y en twitter. Estos dos últimos puntos son funciones útiles para la socialización en ambientes mediáticos (Islas, 2011).

En general, un estudio de *World Internet Project* capítulo México, para el año 2011 estimó un total de 40 041 000 usuarios de Internet en México, de ellos 20 706 300 eran hombres (52%) y 19 301 800 mujeres (48%) y establecen que la mayoría de los usuarios de Internet en México son menores de 25 años. A más detalle, en los sectores con mayor poder adquisitivo de nuestra sociedad es posible identificar el porcentaje más elevado de usuarios de Internet. En cambio, en los sectores socioeconómicos menos favorecidos de nuestra sociedad se presentan los porcentajes más elevados de no usuarios, confirmando la presencia de una acentuada brecha digital por niveles socioeconómicos (Islas, 2011).

³⁸ Asociación Mexicana de Internet, 2012, Estudios de los hábitos de los internautas 2012, MKT_Digital y Redes Sociales en México.

A estos datos hay que añadir también los que provienen de la Encuesta Nacional de la Juventud 2010 sobre el uso de la Internet, ya que es dentro del grupo de jóvenes que se activa el movimiento #Yosoy132. Desde luego, son esos jóvenes diestros en el uso del facebook, twitter y demás redes sociales. Según Treré (2013), algunos datos que arroja la encuesta referida, 82% de los jóvenes de entre 12 y 29 años en la ciudad de México y 70% a nivel nacional, saben utilizar y tienen acceso a Internet.

Con esta serie de datos se confirma que aún existe un porcentaje considerable de población mexicana que se informa a través de la televisión y la radio. Sin embargo, se empieza a vislumbrar un buen número de ciudadanos con un cambio muy importante en la adquisición de información a través de diversas plataformas digitales, las cuales cuentan con información alternativa o diferente a la que se transmite por los medios de comunicación tradicionales, esto ayuda a generar una opinión pública más crítica; el acceso a Internet aún está más acentuado en los sectores con mejores condiciones socioeconómicas.

EL "LETARGO" JUVENIL: 1968-2012. DOS MOVIMIENTOS DEMOCRÁTICOS

Una de las virtudes del movimiento juvenil #Yosoy132 es que demostró que pudimos dejar de lado la idea de que los jóvenes y estudiantes mexicanos eran insensibles a los problemas y fenómenos de la vida pública. El demorado letargo juvenil al parecer quedó de lado y fueron capaces de convulsionar, en poco tiempo, el gris escenario político-electoral mexicano. Entre mayo y julio de 2012, fuimos testigos de una movili-

ción inusual que pronto despertó simpatías entre buena parte de la sociedad.

Una primera reacción —la visita del candidato presidencial a las instalaciones de la Universidad Iberoamericana— fue tomando cuerpo y se convirtió en una verdadera movilización que puso el acento en reivindicaciones de corte democrático, como fue la crítica a los monopolios de la comunicación. Como señalamos, los datos de la Encup reportan que la mayoría de la población mexicana tiene en la televisión privada su principal fuente de información. Pero además, las emisiones televisivas se concentran en sólo dos consorcios: Televisa y Televisión Azteca. La crítica del movimiento estudiantil fue directo al corazón del autoritarismo mexicano; en ese sentido, se trató de una movilización democrática, como no acontecía desde 1968.

Y si tomamos como referente aquél año, pues lo que tenemos es un larguísimo periodo de 44 años desde que los estudiantes tomaron las calles en el corazón de México y sus ecos se extendieron a varias ciudades del interior. Exactamente lo que sucedió con el #Yosoy132. Inició en la Ciudad de México pero sus ondas expansivas llegaron a muchas de las entidades de la república. Se rompió el ayuno de más de cuatro décadas. Seamos claros, no se ignora que en ese lapso hubo movilizaciones estudiantiles, la mayoría circunscritas al ámbito universitario: dos ejemplos ineludibles; las luchas estudiantiles de los años setenta y ochenta, que reivindicaban el acceso a la educación superior pública o luchaban contra el incremento de cuotas y tarifas en el transporte público, sin olvidar las luchas sindicales que fueron solidariamente abrazadas por los estudiantes. La otra gran movilización fue la del CEU (Consejo Estudiantil Universitario)

de la UNAM en 1987, que inició como una lucha de resistencia contra las reformas estructurales y académicas impulsadas por el rector Jorge Carpizo McGregor.

Sin embargo, tanto en 1968 como en 2012, la naturaleza de los movimientos difiere de las anteriormente referidas. Se trata de movimientos que reivindican la transformación de estructuras y agentes en los que se afianza el autoritarismo mexicano. El pliego petitorio de 1968 se circunscribía a 6 puntos fundamentales:

1. Libertad de todos los presos políticos; 2. Derogación del artículo 145 del Código Penal Federal; 3. Desaparición del cuerpo de granaderos; 4. Destitución de los jefes policíacos Luis Cuento, Raúl Mendiola y A. Frías; 5. Indemnización a los familiares de todos los muertos y heridos desde el inicio del conflicto; 6. Deslindamiento de responsabilidades de los funcionarios culpables de los hechos sangrientos” (http://www.inehrm.gob.mx/pdf/documento_68_1.pdf, consultado 23 de febrero).

Como se puede apreciar, la cerrazón del régimen incluía el encarcelamiento por motivos políticos, básicamente al aplicarse el delito de disolución social incluido en el código penal. Significaba una crítica sencilla pero demoledora a un gobierno, como el de Gustavo Díaz Ordaz, cuya cerrazón y violencia culminaron en la masacre del 2 de octubre.

Cuatro décadas después, el movimiento #Yosoy132 presentó en La Estela de Luz —ese monumento ícono de la corrupción del sexenio de Felipe Calderón Hinojosa— el 23 de mayo de 2012 su “pliego petitorio”. Se trata de un documento muy importante que merece ser reproducido y en el que destaca la

reivindicación de un cambio radical y democrático de los medios de comunicación:

Primero, somos un movimiento ajeno a cualquier postura partidista y constituido por ciudadanos, por lo tal no expresamos muestras de apoyo o rechazo hacia ningún candidato político. Nuestros deseos y exigencias se centran en la defensa de la libertad de expresión y del derecho de información de los mexicanos. Nuestra preocupación se deriva del estado actual de la prensa nacional y los medios de comunicación, así como de su papel político en el contexto democrático. Segundo, “Yo soy 132”, no representa a ninguna institución pública de educación superior, ni privada, su representación depende únicamente de los individuos que se suman a esta causa ya que se articulan por medio de los comités universitarios. Tercero, el movimiento “Yo Soy 132” a través de la deliberación interuniversitaria democrática, cuenta ya con principios generales que guían su causa, así como estatutos que aseguran la participación de los individuos y de los grupos que los hacen suyos. En esencia, nuestro movimiento busca la democratización de los medios de comunicación, con el fin de garantizar información transparente, plural e imparcial para fomentar una consciencia y pensamiento críticos. Es por eso que, exigimos competencia real en el mercado de medios de comunicación, en particular (en) lo referente al duopolio televisivo. Exigimos hacer del acceso a Internet un derecho constitucional efectivo en los términos que establece el Art. 1 de nuestra Carta Magna. Exigimos la instalación en todos los medios informativos radio, televisión y medios impresos, civiles que defiendan el interés público, como lo son la publicación de un Código de Ética del manejo informativo y la instauración de un ombudsman.

Exigimos someter a concurso producciones para los canales públicos permisionarios a las distintas escuelas de Comunicación. Exigimos abrir el debate entre los jóvenes y los medios de comunicación sobre las demandas aquí expuestas. También exigimos garantizar la seguridad de todos los integrantes de este movimiento, de quienes se expresan libremente en el país y en particular de aquellos periodistas que han sido alcanzados por la violencia. Además expresamos nuestra absoluta solidaridad con las personas que (...) han sido reprimidas por manifestar libremente sus ideas en distintos Estados de la República Mexicana. Como demanda inmediata exigimos la transmisión en cadena nacional del debate de los candidatos a la Presidencia de la República. Y no encontramos en esto una imposición a las audiencias privilegiadas, sino como forma de garantizar el derecho de elegir ver o no a quienes hoy no cuentan con esa posibilidad. Universitarios, jóvenes y ciudadanos de la República Mexicana, este movimiento los convoca a organizarse y sumarse y hacer suyo este Pliego Petitorio. Por una democracia auténtica, “Yo Soy 132” <http://www.animalpolitico.com/2012/05/declaratoria-y-pliego-petitorio-de-yo-soy-132/#axzz2uDCwE14d23> de mayo de 2012. Consultado, febrero 23/ 2014

Pero ¿cómo llegó el movimiento a crear este “pliego petitorio”? ¿cómo tomó cuerpo y se convirtió en verdadero movimiento juvenil que modificó la agenda electoral? ¿cuáles de sus acciones impactaron en la opinión pública y en el proceso electoral?

El movimiento #Yosoy132 nace en la Universidad Iberoamericana el día 11 de mayo, con la visita de Enrique Peña Nieto, candidato del PRI a la presidencia de la república. Ese día asistió como invitado al foro “Buen Ciudadano Ibero” y de acuerdo

con Héctor De Mauleon (2012: 37-38) era la primera presentación pública “no controlada”. El diálogo entre candidato y estudiantes se realizó sin contratiempo; sin embargo, al finalizar la conferencia fue cuestionado en particular sobre los temas de Atenco, su gestión como gobernador del estado de México, el gasto en publicidad y su relación con Humberto Moreira y Carlos Salinas (Galindo, 2013). A la salida del auditorio, frente a todos los medios nacionales Enrique Peña fue arrinconado en un baño y perseguido hasta su camioneta entre gritos de “¡asesino!”, “¡cobarde!” y “¡la Ibero no te quiere!”. Frente a él ondeaban cartulinas con las leyendas: “Te odio” y “¡Atenco no se olvida!” (De Mauleón, 2012: 38).

De manera inmediata, Pedro Joaquín Coldwell, presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PRI, y Arturo Escobar, vocero del Partido Verde Ecologista de México, descalificaron las protestas en forma casi inmediata, argumentando que eran “porros y acarreados”; que era un acto previamente planeado y que no se trataba de jóvenes (Galindo, 2013: 77; De Mauleón, 2012: 38). Por lo que solicitaron a las autoridades de la Universidad Iberoamericana que explicaran esa falta de respeto hacia el candidato. En este tema, y nota importante a destacar, es que el rector de la Universidad Iberoamérica, José Morales Orozco, en un comunicado a la comunidad universitaria, defiende a los estudiantes ante las acusaciones que se les han hecho. De esta manera, la universidad oficialmente, junto con sus alumnos, rechaza que los manifestantes hayan sido infiltrados (Galindo, 2013: 77).

De estos hechos surgen varias notas en los medios e inicia un movimiento que irrumpe la agenda electoral 2012. Las principales cadenas de televisión trataron de minimizar lo ocurrido,

difundiendo que habían recibido al candidato entre aplausos y abucheos, en general favoreciendo dicha cobertura al candidato. Mauleón señala que en los encabezados de algunos diarios se leía “Éxito de Peña en la Ibero pese a intento orquestado de boicot”, y por otro medio contrastaban los titulares “El PRI llama ‘intolerantes’ a jóvenes que abuchearon a Peña en la Ibero” y “Coldwell pide a Ibero investigar gritos contra Peña Nieto” (De Mauleón, 2012: 38).

Paralelamente, otra historia se desarrollaba en las redes sociales (Facebook y Twitter). Las críticas comienzan a circular con gran fuerza. Hashtags como #MeEscondoEnElBañoComoEPN y #EPNlaIBERONoTEquiere encabezan los *trending topics* de México. Incluso la mención de la Ibero llega a colocarse como décimo lugar en los *trending topics* de Twitter a nivel mundial de acuerdo con el análisis de Galindo (2013: 77).

Dos días después, los estudiantes de la Iberoamericana que habían protestado en el foro, lanzan una convocatoria para realizar un video que sería transmitido por Internet para demostrar su legítimo estatus de estudiantes de la Universidad Iberoamericana. De esta manera, utilizarían su derecho de réplica para contestar a las acusaciones en su contra. Finalmente, el lunes 14 mayo se publica en Internet, vía YouTube, el video de respuesta ante las acusaciones en su contra. En él responden a las declaraciones de los funcionarios del PRI y el PVEM. En el video los 131 estudiantes mencionan su nombre, muestran su matrícula y manifiestan no ser infiltrados, ni acarreados ni porros. Este video sacudió el ambiente electoral como ningún otro acontecimiento hasta ese momento. La campaña electoral que aparentemente se encontraba inmóvil cambia ante esta irrupción juvenil. Lo que le sigue a este suceso universitario, se

convierte en lo más importante a nivel nacional, impactando en el desarrollo de las campañas electorales. La opinión pública se encuentra ahora dividida en torno al origen del movimiento, debido a que los demás candidatos se incorporan a la discusión desde sus páginas electrónicas.

Vía redes sociales, el suceso universitario impactó a diversos personajes políticos y sociales que se mantenían atentos a lo que se cree sucedía en este tema. Como Denise Dresser, analista política, quien acuñó el término “Yo soy el 132”, porque a las 7:58 de la noche envió un tuit a sus 242 550 seguidores (el cual fue retuiteado 9 229 veces). Su mensaje decía, textualmente: “Dame RT 131 Alumnos de la Ibero pero somos más los que sentimos igual SUMATE #somosmasde131 yo soy el 132. Y tú, te sumas?” (De Mauleón, 2012: 40). Así, se empieza a integrar una gran cantidad de usuarios de Internet formando una red de estudiantes en pro de la democratización de los medios de comunicación.

Pero ¿cuál fue la reacción de los medios de comunicación tradicionales ante este acontecimiento? Lo que se distingue es que la presión, a través de las redes sociales, incide de manera intensa en los medios de comunicación tradicionales, obligándolos a replantear su cobertura. Dos casos se mencionan, el primero es en el noticiero *Milenio Televisión* que exhibe el video “131 Estudiantes de la IBERO Responden”, de manera íntegra con un impacto significativo en su audiencia. El segundo es el noticiero *Primero Noticias*, donde se transmitió el video e incluso dedicó varios minutos a las marchas que se realizaron el fin de semana posterior a la irrupción del movimiento (Galindo, 2013: 84; De Mauleón, 2012: 41)

Lo que se argumenta en este apartado es que el movimiento #Yosoy132, a través de las redes sociales y su gran poder de

convocatoria, ejerce presión por generar más información de lo que acontece en las campañas, colocando temas en la mesa de discusión de los medios tradicionales de televisión, prensa escrita y radio. Esta presión ayuda a la apertura informativa; a partir de ello la sociedad contó con una alternativa de información sobre los candidatos. Y ellos mismos se obligan a ir a la vanguardia de lo que acontece, tanto en los medios tradicionales, como en el ciberespacio. Sumado a ello, se inicia la modificación de sus programas de campaña.

Por ejemplo, comenta Héctor De Mauleón (2012: 41) que tomando los datos de la empresa SemioCast, la nota periodística de la irrupción del movimiento difundida por televisión a nivel nacional provocó millares de tuits que arrastraban la marca #Yosoy132, y en los tres meses siguientes se abrieron en México casi cinco millones de nuevas cuentas en twitter volviéndose noticia internacional.

En síntesis, posterior a su nacimiento, inicia una importante etapa como organización con estructura horizontal y con un gran poder de convocatoria. Del 11 de mayo al 1 de julio se concretan hechos que rompen la monotonía del proceso electoral. En este periodo, por un lado, las acciones del movimiento continúa dominando la agenda noticiosa del país; los jóvenes se convierten en el centro de atención de las campañas de los candidatos a la presidencia. Y por otro, el movimiento logra colocar temas en la opinión pública y en la mesa de discusión; salen del ciberespacio y realizan dos marchas importante: el 18 y el 23 de mayo; se manifiestan en el exterior del Instituto Federal Electoral con un pliego petitorio para solicitar se abra nuevamente la fecha de incorporación de observadores electorales y que el segundo debate se transmitiera en cadena nacional; y finalmente, llevan a

cabo el 19 de junio la organización del tercer debate no oficial de candidatos a la presidencia.

En la marcha del 23 de mayo al pie del monumento Estela de Luz, se presenta el “pliego petitorio”, documento que es el corazón del movimiento. En él se presentan la postura y posición política, generando un llamado a la sociedad en su conjunto para luchar por la libertad de expresión, una cobertura justa de los medios y se definen como un movimiento apartidista. A su vez la marcha se replicó en Guadalajara, Puebla, Cancún, Pachuca, Oaxaca, Querétaro, Villahermosa, Guanajuato, Morelia, Aguascalientes, Tijuana, Coahuila y Saltillo. Así, miles de personas alrededor de México demostraron su apoyo y participación en el movimiento, llegando a tener resonancia internacional (Galindo, 2013).

Respecto al tercer debate organizado por el movimiento #Yosoy132, éste se origina porque el Instituto Federal Electoral no solicitó de manera institucional a las televisoras que se transmitiera en cadena nacional el segundo debate oficial; por ello reivindicaron la idea del ejercicio de la libertad de ver y escuchar del ciudadano. En este nuevo debate, no oficial, participaron tres de los cuatro aspirantes: la candidata del PAN, del PRD y de Nueva Alianza. El candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, no asistió argumentando la inexistencia de condiciones de equidad. Con la organización de este debate se demostró la capacidad de los jóvenes para organizarse sin derogar grandes cantidades de dinero y fue visto, de acuerdo con las cifras de los organizadores, por al menos 112 000 usuarios de Internet. La dinámica fue ágil, respetando el lugar de Enrique Peña Nieto; los jóvenes recibieron preguntas de la ciudadanía a través de la herramienta *Google Moderator*; sin embargo, a dos minutos del inicio, 43 511 usuarios intentaban ver la señal, colapsando el servicio. Los organizadores del evento

intentaron mejorar la conexión, con pocos resultados y se insistió en la importancia de contar con un mejor servicio de Internet en México (CNN-México, 2012a).

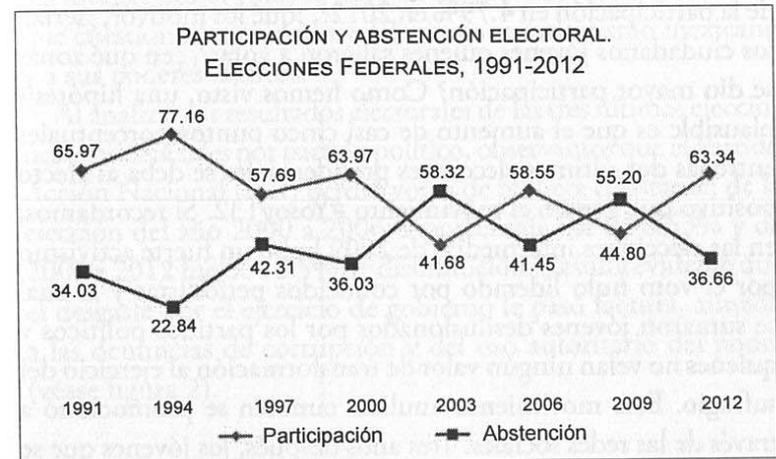
Es así que cuatro décadas después del 68, el movimiento estudiantil #Yosoy132 trastocó los límites universitarios y cuestionó los cimientos de la anquilosada estructura política mexicana, cuyo poder central se ha desplazado a los poderes fácticos, de manera privilegiada a los monopolios televisivos. A 44 años, en el seno de una universidad privada, la Iberoamericana, surge la primera protesta que se extiende a otros centros privados y públicos a nivel nacional, y que confluye en la calle y el tiempo con la disputa por la presidencia de la república, colocando temas centrales en la mesa de discusión en los medios tradicionales, con la inclusión de jóvenes del movimiento como observadores electorales, y con la elaboración de un importante pliego petitorio en búsqueda de mejores condiciones para el ejercicio electoral. Los jóvenes en poco más de mes y medio lograron poner en el debate nacional tres asuntos *a*) la democratización de los medios de comunicación y el derecho a la información; *b*) la promoción del voto “informado y reflexionado”; *c*) el carácter apartidista de sus expresiones que no excluye “la pluralidad y diversidad de los integrantes de este movimiento” a favor o en contra de un candidato (*Proceso*, 2012).

LOS RESULTADOS DE LA ELECCIÓN DE PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA 2012

Las preguntas que debemos indagar ahora son: ¿Las acciones del movimiento #Yosoy132 impactaron en la opinión de los ciudadanos?; ¿de qué forma y cómo se podrían reflejar en el

ejercicio democrático-electoral de 2012? Antes de analizar los resultados de la elección presidencial del 1 de julio de 2012, conviene presentar una visión general de los comicios federales en México, las cuales presentan dos características esenciales. La primera es que la participación de los ciudadanos en elecciones en donde sólo se vota por senadores y diputados, denominadas intermedias, la participación es más baja que cuando se elige presidente de la república. Y la segunda, que en las elecciones para presidente de la república entre 1994 a 2006, llama la atención la tendencia hacia una baja en la participación electoral. En la figura 1 se observa que de 2000 a 2006 la caída fue de 5.42 puntos porcentuales, no tan intensa como la anterior, de 1994 a 2006, que llegó a 13.19%. Sin embargo, en particular, en los comicios de 2012 se observó un importante incremento en la participación de 4.79% respecto de la de 2006.

Figura 1. IFE. *Atlas de resultados federales, 1991-2012*. Sistema de consulta de las elecciones federales 2011-2012 (disco compacto).



Además, los comicios de 2012 destacaron por dos aspectos principalmente. El primero tiene que ver con la cantidad de puestos públicos a elegir; aparte de la Presidencia de la República, estuvieron en juego la configuración de la Cámara Diputados y Senadores (500 y 128 miembros, respectivamente); y en siete estados se celebraron comicios para elegir a gobernadores y un jefe de gobierno. Asimismo en 15 entidades se renovaron 579 curules, 876 ayuntamientos y 16 jefes delegacionales y 20 juntas municipales (IFE, 2012a).

El segundo aspecto se refiere al total de ciudadanos inscritos en el listado nominal que ascendió a 79.4 millones de votantes potenciales. De ellos, 3.5 millones eran jóvenes que por primera ocasión acudirían a votar (*En Contexto*, 2012). Mientras que el rango de 18 a 29 años de edad representaba 29.5% de listado nominal, mismos que los estudios los ubicaban como un grupo de personas clave en esta elección (IFE, 2012; *En Contexto*, 2012)

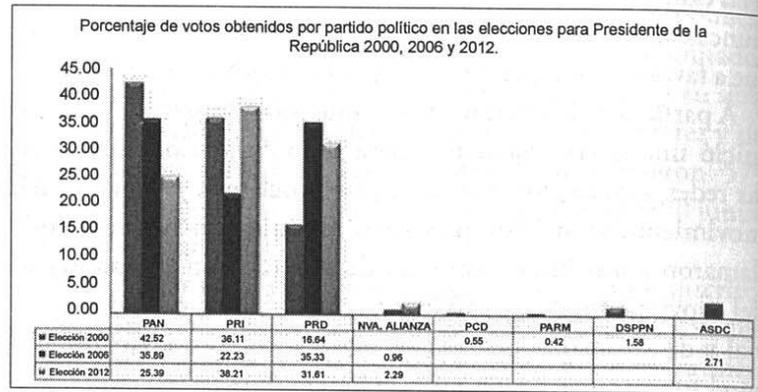
Las preguntas obligadas en este punto son ¿quiénes fueron los ciudadanos que acudieron a votar que permitieron el incremento de la participación en 4.79% en 2012?, ¿qué los motivó?, ¿serían los ciudadanos jóvenes quienes salieron a votar?, ¿en qué zonas se dio mayor participación? Como hemos visto, una hipótesis plausible es que el aumento de casi cinco puntos porcentuales entre las dos últimas elecciones presidenciales se deba al efecto positivo que generó el movimiento #Yosoy132. Si recordamos, en las elecciones intermedias de 2009 hubo un fuerte activismo por el voto nulo liderado por conocidos periodistas y al cual se sumaron jóvenes desilusionados por los partidos políticos y quienes no veían ningún valor de transformación al ejercicio del sufragio. Este movimiento anulista también se promocionó a través de las redes sociales. Tres años después, los jóvenes que se

manifestaron y organizaron a través de la Internet, que salieron a las calles en marchas y que cuestionaron a los poderes fácticos, nunca llamaron a anular el voto. Por lo contrario, su movimiento fue a favor de votar para transformar el autoritarismo mexicano.

A partir de la irrupción del movimiento #Yosoy132, también inició una guerra mediática para desprestigiarlo. Incluso en las redes sociales, los *bots* contra las proclamas y llamados del movimiento se hicieron presentes. Hubo también jóvenes que llamaron a movilizarse sin estar de acuerdo con las estrategias del movimiento #Yosoy132. Acusaban al movimiento de parcial y de ser incongruentes al declararse como no partidistas y en el fondo apoyar a algunos de los candidatos (en concreto a Andrés Manuel López Obrador y/o Josefina Vázquez Mota). Lo importante de todo ello es que tanto el #Yosoy132 como quienes se manifestaban en contra y también se movilizaban; todos llamaban a ejercer el derecho cívico y político por excelencia: el sufragio. Esa fue la virtud del movimiento: concitó el interés de los jóvenes por el voto; se trató de un movimiento democrático que cuestionó los cimientos del adusto autoritarismo mexicano y a sus poderes fácticos.

Al analizar los resultados electorales de las tres últimas elecciones presidenciales por partido político, observamos que el Partido Acción Nacional (PAN) perdió votos de manera constante; de la elección del año 2000 a 2006 el porcentaje fue de 6.63% y de 2006 a 2012 fue de 10.5% de disminución. Resulta evidente que el desgaste por el ejercicio de gobierno le pasó factura, aunado a las denuncias de corrupción y del uso autoritario del poder (véase figura 2).

Figura 2. IFE. Atlas de resultados federales, 1991-2012. Sistema de consulta de las elecciones federales 2011-2012 (disco compacto).



En el año 2000 el Partido Revolucionario Institucional (PRI) perdió la elección presidencial frente al PAN por un poco más de 6% de los votos; en 2006 nuevamente pierde, cayendo a la tercera posición con una diferencia frente al partido ganador (PAN) de más de 13% de sufragios. En la elección 2012, el PRI recupera la presidencia de la república incrementando sus votos respecto a la elección 2006 en más de 15%.

Por su parte, el Partido de la Revolución Democrática, entre la elección 2000 a 2006, incrementó en más de 18% sus votos, quedando en segundo lugar en las preferencias de los ciudadanos; con una diferencia con el ganador de .5% de sufragios. Es decir, hubo una alta competitividad entre el PAN y el PRD en dicha elección.

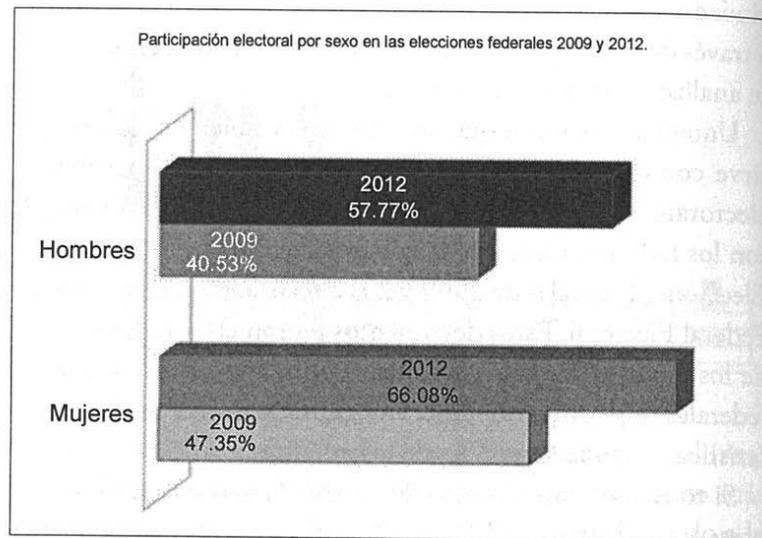
En la contienda 2012, una vez más se presentó una competencia electoral intensa, pero ahora los partidos protagonistas son las alianzas encabezadas por el PRD y el PRI. El PRD pierde

esta elección con una diferencia de 6.6%, dato que es muy significativo debido a los resultados sobre las preferencias de los ciudadanos que se venían informando por las casas encuestadoras a través de los medios de comunicación tradicionales, tal como se analizó en el apartado anterior.

Uno de los aspectos que nos interesa también destacar y que sirve como insumo fundamental para analizar los resultados electorales 2012 y el impacto del movimiento #Yosoy132, son los Estudios Censales de la Participación Ciudadana en las Elecciones Federales de 2009 y 2012 realizados por el Instituto Federal Electoral. Estos documentos fueron elaborados a partir de los datos de las listas nominales utilizadas en las elecciones federales, y permiten obtener información acerca de las características sociodemográficas de los votantes.

Si tomamos como punto de partida la variable sexo que se presenta en la figura 3, observamos que la mujer mantiene una participación política electoral más intensa que el hombre, independientemente de la elección; sin olvidar que se reportan dos elecciones donde están en juego diferentes cargos públicos, así como que la elección de 2009 es intermedia. En la elección 2012, participaron 8% más mujeres que hombres. Es necesario destacar este dato ya que en el análisis por tipo de zona geográfica, las mujeres que participan en mayor proporción son las de la zona rural. Este aspecto lo analizaremos a detalle más adelante.

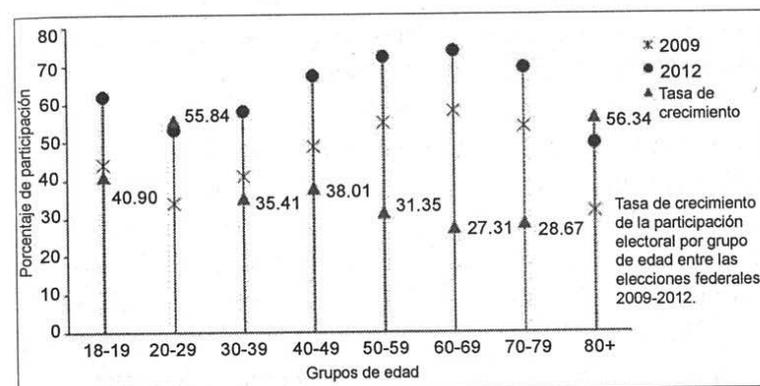
Figura 3. IFE. Estudio censal sobre la participación electoral en las elecciones federales de 2009, septiembre de 2011; y IFE. Estudio censal sobre la participación electoral en las elecciones federales de 2012, octubre de 2013.



Ahora bien, resulta interesante destacar la participación electoral por grupo de edad en los comicios de 2009 y 2012; a primera vista se destaca que los ciudadanos en edad adulta (50 a 79 años) son los que más participaron, respecto a los ciudadanos en edad joven (18 a 49) y los adultos mayores (de 80 años) como se ve en la figura 4. Pero es fundamental analizar la participación electoral por grupo de edad en un periodo de tiempo y poder generar conclusiones más precisas respecto al incremento o no de la participación electoral de los ciudadanos. Con los datos de los Estudios Censales, y con el indicador de la tasa de crecimiento de participación electoral por grupo de edad, se observa que los ciudadanos de más de 80 años, incrementaron

su participación entre 2009 y 2012 en 56.34%; es decir, los adultos mayores salieron a votar en mayor medida que otro grupo de edad. Le siguen en este ritmo de participación política los jóvenes en las edades entre los 20 a 29 años, con 55.84% de crecimiento, y luego se ubican los jóvenes de 18 a 19 años, con 40.90% de incremento.

Figura 4. Tasa de crecimiento de la participación electoral por grupo de edad entre las elecciones federales, 2009-2012.



Fuente: Elaboración propia con datos calculados a partir de gráficas presentadas por el Instituto Federal Electoral (IFE) en: *Estudio censal sobre la participación electoral en las elecciones federales de 2009, septiembre de 2011*; y *Estudio censal sobre la participación electoral en las elecciones federales de 2012, octubre de 2013*.

Uno de los aspectos que destacamos en este apartado es que la participación de los jóvenes de 18 a 29 años se incrementó de manera importante en la elección de 2012, dejando de lado los discursos que señalan que la participación política electoral de los jóvenes no ha crecido o es intrascendente. Con este indicador se concluye que los jóvenes salieron a votar en mayor proporción

que los adultos (30-79 años). Como hipótesis se reitera que el movimiento #Yosoy132 fue un acicate para acudir a las urnas; los llamados y discusiones a través de los medios alternativos de comunicación, motivaron de manera sustantiva a los jóvenes de 18 a 29 años a emitir el sufragio. Sin embargo, se considera que el movimiento impactó a otros grupos de edad, aunque quizás en menor medida.

Como se ha venido analizando, una parte de la sociedad mexicana, principalmente la urbana, ha crecido en el uso de diversas plataformas digitales que se articulan entre sí y que de alguna manera recibieron información de las acciones del movimiento #Yosoy132 y sus demandas de apertura democrática por un acceso a información libre de sesgos.

Otro nivel de análisis importante es el área de residencia que se distingue por tener diferente grado de participación electoral. Además, debido a que el movimiento #Yosoy132 detonó en un primer momento en la zona urbana de la Ciudad de México, aunque posteriormente se encadenan diferentes ciudades de la república mexicana, como se explicó con anterioridad. Por ejemplo, de acuerdo con el IFE, las secciones electorales están divididas entre urbanas, mixtas y rurales. En el Estudio Censal 2012 se señala que la participación política electoral en las secciones urbanas y mixtas observaron porcentajes similares³⁹ y en las áreas rurales fue donde los ciudadanos participaron en mayor medida (IFE, 2013: 11).

Si tomamos el resultado del Estudio Censal 2012, se identifica que la mujer registra mayor participación política electoral que los hombres a nivel nacional e inclusive por sección; pero

³⁹ Los estudios censales 2009 y 2012 no presentan de manera porcentual dichas semejanzas.

además, fue más intensa su participación en zonas rurales que en las urbanas; sumado a ello el grupo de edad joven (18-29) fue quien presentó una tasa de participación más alta. Podemos señalar que tanto hombres como mujeres jóvenes en la zona rural participaron con mayor intensidad en la elección de 2012, a diferencia de los ciudadanos de las zonas urbanas.

Pero, ¿qué condiciones se dieron para que los ciudadanos de las zonas rurales participaran en mayor medida en la elección 2012? Una respuesta a esta interrogante la proporciona Mauricio Ávalos Betancourt (2012), en un trabajo publicado en el diario la *Jornada del Campo* que titula “Lo atípico del voto rural y de los distritos con altos grados de pobreza; EPN, el beneficiario”. Su análisis parte de examinar la tendencia del voto entre las elecciones de 2006 y 2012. Concluye que el 1 de julio se dio un comportamiento atípico en la participación electoral dentro de los distritos rurales y en los distritos urbanos identificados por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social como pobres (Coneval) en 2010. Textualmente nos dice, que el “comportamiento en distritos rurales o urbanos con tasas de pobreza que van de 50 a 97% de sus habitantes registraron un incremento significativo en la emisión del voto: pasaron de tasas de 40 a 50% (en la elección de 2006) a 65 y hasta 83% (este 2012), mientras el sector urbano, con mayor nivel de bienestar, mantuvo la misma tasa de participación e inclusive se observó reducción en algunos distritos” (Ávalos, 2012: 1). Este caso atípico de incremento de la participación política electoral en los distritos rurales y en distritos urbanos en pobreza, lo asocia a la hipótesis de que este comportamiento sólo puede asociarse a un factor externo, que muy probablemente sea la compra de votos.

Finalmente, destacamos el perfil sociodemográfico de los ciudadanos que votaron por los candidatos Enrique Peña Nieto del PRI y Andrés Manuel López Obrador del PRD, a través de los resultados de la encuesta de salida que realizó el Grupo Reforma⁴⁰ el día de las elecciones:

La mayoría de los jóvenes y de los electores con mayor nivel educativo en México votaron por Andrés Manuel López Obrador para presidente; en cambio, la mayoría de las mujeres, los mayores de 30 años y los habitantes del medio rural, lo hicieron por Enrique Peña Nieto. En el estudio, 39 % de los consultados dijeron haber votado por Enrique Peña Nieto, 32% por Andrés Manuel López Obrador; 26% por Josefina Vázquez Mota, y 3% por Gabriel Quadri de la Torre.

LOS VOTANTES DE PEÑA

En cuanto a género, el candidato del PRI-PVEM, ganador de la elección, tuvo más éxito entre las mujeres, ya que, de ellas, 41% le dio su voto contra sólo el 37% de los hombres. El abanderado del PRD, PT y Movimiento Ciudadano registró entre las electoras una desventaja frente al exgobernador del Estado de México de 12% del total de votos estimados, dado que el tabasqueño sólo recibió el 29% de las preferencias. Entre hombres la ventaja del candidato tricolor fue de apenas un punto sobre el abanderado de la izquierda, al tener 37% y 36%, respectivamente. También en el medio rural, el originario de Atlacomulco, Estado de México, ganó por 15 puntos al obtener 44%

⁴⁰ La encuesta de salida del día de la elección presidencial realizada por Grupo Reforma, aplicada a una muestra representativa de 3 096 electores luego de que éstos sufragaran en 80 casillas de las 32 entidades del país.

de los votos, por 29% de López Obrador, 26% de Vázquez Mota y 1% de Gabriel Quadri de la Torre. Por segmentos de edad, Peña Nieto obtuvo victorias de más 10 puntos con los grupos de electores tanto de entre 30 y 49 años, como de 50 o más años; en el primer segmento obtuvo 41% de los votos por 30% de López Obrador; y en el segundo consiguió 40%, contra 30% de su más cercano perseguidor. Sin embargo, entre el electorado joven la historia fue distinta (consultado en: <http://www.adnpolitico.com/encuestas/2012/07/02/quien-voto-por-pena-nieto-quien-por-lopez-obrador>).

LOS VOTANTES DE AMLO

López Obrador obtuvo más votos que sus rivales entre el electorado mayor de 18 años y menor de 30. En este segmento, López Obrador recibió el 37% de los votos, por 36% de Peña Nieto, 23% de Vázquez Mota y 4% de Gabriel Quadri. Así, la ventaja entre primero y segundo lugar de la contienda en este grupo, que es de un punto, es inferior al margen de error de la encuesta (+/-1.8%). El voto por el izquierdista, según este estudio, registró una correlación positiva con el nivel educativo de los votantes: a más educación, mayor porcentaje de sufragios recibidos por el abanderado de la alianza Movimiento Progresista. AMLO obtuvo una ventaja de 10 puntos sobre Peña Nieto entre los electores con educación superior, sólo 4 puntos entre los que cuentan con educación media, y una desventaja de 22 puntos entre los que sólo terminaron la educación básica (consultado en: <http://www.adnpolitico.com/encuestas/2012/07/02/quien-voto-por-pena-nieto-quien-por-lopez-obrador>).

A MANERA DE CONCLUSIÓN

La propaganda machacona durante el proceso electoral 2012, y aún antes, informaba que el candidato presidencial de la alianza Compromiso por México, Enrique Peña Nieto, arrasaría el 1 de julio. La percepción social que se fue gestando era la de la inevitabilidad del triunfo del ex gobernador del estado de México; incluso las expectativas eran conocer quién de los otros candidatos se situaba en segundo lugar. Andrés Manuel López Obrador, el candidato de la alianza Movimiento Progresista-PRD/PT/Movimiento Ciudadano, fue relegado por las encuestas más difundidas al tercer lugar prácticamente durante todo el periodo que duraron las campañas. ¿Qué fue lo que sucedió para que los pronósticos oficiosos no se cumplieran? ¿Qué hizo que se incrementara notablemente la participación electoral? ¿Cuál fue la novedad en el panorama político nacional? ¿Por qué la elección de 2012 es un punto de inflexión en el largo periodo de incubación de la transformación del régimen político?

Como señala un autor:

La diferencia pronosticada por las encuestas arroja una ventaja del 18.1% en favor de Peña Nieto, 17.17% si consideramos sólo las tres últimas encuestas. No obstante el resultado final de la elección otorgó al PRI de Peña Nieto 38.21% de los sufragios frente a 31.59% que obtuvo el PRD de López Obrador, es decir, una diferencia de tan solo 6.62 puntos porcentuales. Por tanto, la desviación entre el resultado pronosticado por las 41 encuestas señaladas y el del recuento definitivo de la elección fue de 11.48 puntos (de 10.55 sobre las tres últimas encuestas). La in-

fluencia del movimiento #Yosoy132 es una hipótesis plausible para explicar este desfase (Candón, 2013).

La novedad del proceso electoral sin duda es la irrupción del movimiento juvenil a partir de un incidente en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México aquel 11 de mayo. Desde luego, el contexto en el que surge y crece el #YoSoy132 sin duda es el del uso de las redes sociales⁴¹ como medio de comunicación horizontal, especialmente entre la población joven, y la irritación causada por la manipulación descarada de la información por el duopolio televisivo y la pléyade de periodistas oficiosos en los medios de comunicación tradicionales. Cuatro décadas después y en un contexto distinto, surgió otro movimiento juvenil que ponía en el centro de sus demandas la democratización de los medios de comunicación. Las campañas electorales se cimbraron y modificaron las certezas de unos resultados definidos de antemano. La cultura política se despezó.

Como vimos, la encuesta del Grupo Reforma citada, refiere cómo se comportó el electorado: la mayoría de las mujeres, los mayores de 30 años y los habitantes del medio rural se inclinaron por Enrique Peña Nieto; mientras que por Andrés Manuel

⁴¹ “En 2011, en México había 34 millones de usuarios de Internet lo que equivale a una cuarta parte de la población; de este porcentaje no todos cuentan con banda ancha, la infraestructura necesaria para consumir algo tan simple como un video. Socialbakers (2012) contabilizó en febrero de 2012, 30 millones de usuarios de Facebook, lo que corresponde a 30% de la población total de 112 millones de habitantes. En Twitter, en marzo de 2012 la empresa SemioCast (2012) señalaba que había 10 millones. Por su parte, YouTube, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet, es utilizado por 28% de los internautas mexicanos, lo que equivale a 9.5 millones de usuarios”, (Meneses, Ortega & Urbina, 2013: 58).

López Obrador lo hicieron los jóvenes de entre 18 y 30 años, del medio urbano y con mayores niveles educativos. Sin duda, el movimiento #Yosoy132 ayuda a comprender los resultados, sobre todo el referido al incremento de la participación: casi 5 porcentuales con respecto a la elección presidencial de 2006 (4.79%) y 18.54% respecto a la intermedia de 2009. Los jóvenes que salieron a las calles a exigir reformas democratizadoras lo hicieron llamando a votar, una diferencia notable con otros movimientos juveniles; incluso respecto al movimiento por la anulación del voto de 2009.

En adelante, todos los procesos electorales y los principales acontecimientos sociales y políticos tendrán su expresión primaria en las redes sociales. La reivindicación de la libre comunicación es una demanda esencialmente democrática. Lo dice claramente Manuel Castells: "La libre comunicación, que en parte es posible por la visión de unos tecnólogos libertarios que deliberadamente construyeron un espacio muy difícil de controlar, debe ser preservada; pues corresponde a lo que era la libertad de prensa, como libertad básica de la democracia" (Castells, 2013: 51).

Pese a la oposición a la libre comunicación y a la organización ciudadana de los gobiernos que pretenden que nada cambie, sobre todo las tendencias electorales preconcebidas, la coincidencia en el tiempo entre uso intensivo de redes y la conciencia juvenil de la necesidad de participar para cambiar, que se materializa en el movimiento #Yosoy132, representa el parteaguas en la forma de ver y concebir los procesos electorales. Es una contribución notable en medio del inmovilismo de las últimas décadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Ackerman, John (2012). Rompiendo el silencio, en *La Jornada*, consultada en <http://www.jornada.unam.mx/2012/08/06/opinion/023a2pol>
- ADNpolítico.com, (2012). ¿Quién votó por Peña Nieto?, ¿quién por López Obrador?, consultado en <http://www.adnpolitico.com/encuestas/2012/07/02/quien-voto-por-pena-nieto-quien-por-lopez-obrador> (Consultado 13 de marzo de 2014).
- Alai (2012). América Latina en movimiento, 2012-09-10, México, *Contrainforme #yosoy132*, consultado en <http://alainet.org/active/57846>.
- Animal Político (2012). Amnistía Internacional pide garantizar seguridad de #Yosoy132, consultada en <http://www.animalpolitico.com/2012/09/por-desaparicion-de-aleph-ai-pide-garantizar-seguridad-de-yosoy132-en-ensenada/#axzz2qLpPCJJO>.
- Ávalos Betancourt, Mauricio (2012). Lo atípico del voto rural y de los distritos con altos grados de pobreza; EPN, el beneficiario, en *La Jornada del Campo*, agosto 18, núm. 59, consultado en <http://www.jornada.unam.mx/2012/08/18/cam-epn.html>
- Ávalos González, Juan Manuel (2013). Movimientos sociales y ciberculturas juveniles disidentes. Los casos del Occupy y #Yosoy132 en México (2011-2012) en *Estudios de Comunicación y Política* - nueva época, número 31 / marzo.
- Barrios, José Luis (2012). Del nombre y el síntoma: Yo soy #131/ Yo soy #132, junio, *Campus Expandido Intervenciones*, consultado en <http://www.muac.unam.mx/proyectos/campusexpandido/paralelas/18.html>.

- Borrador sobre yo soy 132. Convenciones vs imposición y 1 de diciembre, consultado en <http://anticapitalistasenlaotra.blogspot.mx/2013/03/borrador-sobre-yo-soy-132-convenciones.html>
- Camacho Servín, Fernando (2012) Plan nacional del movimiento #YoSoy132, en *La Jornada*, septiembre 10, p. 13, consultado en <http://www.jornada.unam.mx/2012/09/10/politica/013n2pol>
- Candón Mena, José (2013) Movimientos por la democratización de la comunicación: los casos del 15-m y #yosoy132, en *Razón y Palabra*, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, en www.razonypalabra.org.mx
- Castells, Manuel (2012). El poder en la era de las redes sociales, *Nexos* 417, México, septiembre, pp. 44-51.
- Castillo, Miriam (2012). Peña en la "Ibero": abucheo, porras, gritos, cartelones, *Milenio*, México, 12 de mayo.
- CNN-México (2012a). "Candidatos participan en el primer debate organizado por universitarios - Movimiento #YoSoy132-Nacional, junio 19, consultado en <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/06/19/debate-presidencial-yosoy132>
- (2012b). Mexicanos eligen entre la continuidad del PAN y la alternancia del poder, consultado en <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/07/01/mexicanos-eligen-entre-la-continuidad-del-pan-y-la-alternancia-del-poder>
- (2012c). 132 jóvenes de la #MarchaYoSoy132 dan sus razones para manifestarse, mayo 24, consultado en <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/05/24/132-jovenes-de-la-marchayosoy132-dan-sus-razones-para-manifestarse>
- Dahl, Robert (1992). *La democracia y sus críticos*. España: Paidós.
- De Mauleon, Héctor (2012). De la red a las calles, *Nexos* 417, México, septiembre, pp. 35-42.
- Dussel, Enrique, (2012). Interpelaciones del movimiento #YoSoy132, *La Jornada*, consultada en <http://www.jornada.unam.mx/2012/06/09/politica/021a2pol>
- El Economista* (2012a). Estudiantes mexicanos crean #YoSoy132 en París, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/29/estudiantes-mexicanos-crean-yosoy132-paris>.
- (2012b). Debate de #YoSoy132 supera expectativas, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/20/debate-yosoy132-supera-expectativas>.
- (2012c). Desestiman escisión en #YoSoy132, 11 de junio, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/11/desestiman-escision-yosoy132>
- (2012d). #YoSoy132 regresa a la manifestación; cerca sede del PRI, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2013/05/23/yosoy132-regresa-manifestacion-cerca-sede-pri>
- (2012e). #YoSoy132 entrega pliego petitorio al IFE, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/21/miembros-yosoy132-entrega-pliego-petitorio-ife>
- Elecciones Federales (2012). Consultado en <http://es.wikipedia.org/w/index.php?oldid=72525510>,
- Encup (2012). *Encuesta nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas*, Secretaría de Gobernación, México: Segob, www.gobernacion.gob.mx.

- En Contexto (2012). Jóvenes mexicanos en procesos electorales, 2 mayo, núm. 21, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Galindo Cáceres, Jesús & José Ignacio González-Acosta (2013) *#YoSoy132. La primera erupción visible*, México, Global Talent University Press.
- Garduño, Silvia (2012) Defienden marcha de #YoSoy132 el sábado, en *Reforma*, 26 de junio, México.
- Goche, Flor (2012). Yo soy 132, movimiento del siglo XXI, *Revista Contralínea*, México, consultado en www.contralinea.com.mx Periodismo de investigación <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2012/09/11/yo-soy-132-movimiento-del-siglo-xxi/>
- Gómez Leyva, Ciro (2013). #YoSoy132, análisis completo del movimiento, 24 de abril, consultado en <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=320323>
- Instituto Federal Electoral (IFE). (2011). *Estudio censal sobre la participación electoral en las elecciones federales de 2012*, septiembre.
- (2012a). *Cifras relevantes del proceso electoral 2011-2012*, Secretaría Ejecutiva, julio.
- (2013). *Estudio censal sobre la participación electoral en las elecciones federales de 2012*, octubre.
- Islas, Octavio (2011). Análisis comparativo de los resultados del Estudio sobre hábitos de los usuarios de Internet en México 2011 (AMIPCI), y el Estudio de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas 2011 (World Internet Project Capítulo México), en *Razón y Palabra*, núm. 77, agosto-octubre, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.
- Impacto.mx (2012). Manuel Cossío revela que AMLO, manipula al #YoSoy132, 18 de junio, consultado en <http://impacto.mx/nacional/bXY/manuel-coss%C3%ADo-reve-la-que-amlo-manipula-al-yosoy132>
- Juárez, Renato (2012). Hábitos de los usuarios de Internet en México, consultado en [www.amipci.org.mx estudios@amipci.org.mx](http://www.amipci.org.mx/estudios/amipci.org.mx)
- (2012). *VP investigación de mercados, MKT digital y redes sociales en México, 30 y 31 de agosto*.
- Langner, Ana (2012). Hostigamientos y expulsiones en #YoSoy132, 18 de junio, *El Economista*, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/18/hostigamientos-expulsiones-yosoy132>.
- Meneses Rocha, María Elena, Enedina Ortega Gutiérrez & Gustavo Adolfo Urbina Cortés (2013). Jóvenes, participación político ciudadana y redes sociales en México 2012, *La libertad de expresión en el proceso electoral de 2012*, México, Ed. Porrúa/PNUD/ITESM/Coparmex.
- Montes de Oca Barrera, Laura (2013). Activismo social, TIC y democracia en dos escenarios de disputa en *Estudios de Comunicación y Política*, nueva época, número 31 / marzo, pp. 24-41.
- Notimex (2012). #Yosoy132 entrega pliego petitorio al IFE, 21 de junio, consultado en <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/21/miembros-yosoy132-entrega-pliego-petitorio-ife>
- Núñez, Ernesto & Alatorre, Adriana (2012). Vive Peña Nieto un viernes negro, *Reforma*, México, 12 de mayo.
- Olivares, Alonso (2012). Con su actuación, #YoSoy132 sacó al proceso electoral de una inercia de desinterés: UIA|OMCIM:

- Los medios y las elecciones 2012 México, 4 de septiembre, Gilberto Martínez, publicado en *La Jornada*, contraportada. <http://elecciones2012mx.wordpress.com/2012/09/04/con-su-actuacion-yosoy132-saco-al-proceso-electoral-de-una-inercia-de-desinteres-ua/>
- Proceso (2012). #YoSoy132 y los tres ejes de un movimiento, consultado en <http://www.proceso.com.mx/?p=309119>
- Poy Solano, Laura (2012). #Yo Soy 132 pide apagar la tv y encender la verdad, en *La Jornada*, 14 de junio, p. 13, consultado en <http://www.jornada.unam.mx/2012/06/14/politica/013n2pol>
- (2012). El movimiento #YoSoy132 demanda a periodistas reflejar la verdad del país, en *La Jornada*, junio 10, p. 11, consultado en <http://www.jornada.unam.mx/2012/06/10/politica/011n1pol>
- Rovira Sancho, Guiomar (2012). *La primavera mexicana #YO-SOY132, la comunicación y el proceso electoral de 2012 en México*, consultada en <http://fundacionbetiko.org/wp-content/uploads/2013/03/Articulo-Yosoy132-Guiomar.pdf>
- (2013). De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo, en *Acta Sociológica*, núm. 62, septiembre-diciembre pp. 105-134.
- Redacción / Sin embargo (2012). *El movimiento #YoSoy132 exige en su contrainforme medios, imparciales, salud, seguridad y educación*, 1 de septiembre, consultado en <http://www.sinembargo.mx/01-09-2012/352855>
- Reguillo, Rossana (2012). Reflexiones iniciales en torno a #YoSoy132, 28 de mayo, consultado en <http://www.magis.iteso.mx/redaccion/reflexiones-iniciales-en-torno-yosoy132-1/>
- Sartori, Giovanni (2007). *Teoría de la democracia: el debate contemporáneo*, tomo 1, México: Alianza Universidad.
- (2012). Archivos informáticos sugieren que Televisa vendió cobertura a altos políticos Mexicanos Documentos salen a la luz unas semanas antes del Proceso Electoral Federal, Jo Tuckman en Ciudad de México, *theguardian.com*, 8 June 2012 17.14 BST, consultado en <http://www.theguardian.com/world/2012/jun/08/mexico-televisa-cobertura-politicos?INTCMP=SRCH>
- Treré, Emiliano (2013). #YoSoy132: la experiencia de los nuevos movimientos sociales en México y el papel de las redes sociales desde una perspectiva crítica, en *Educación Social, Revista de Intervención Socioeducativa*, 55, p. 112-121.
- Vargas, Rosa Elvira (2012). Insultos, reclamos y porras en la visita de Peña Nieto a la Ibero, *La Jornada*, México, 12 de mayo.
- Villamil, Jenaro (2010). Peña Nieto y La Gaviota, del romance pactado al reality de la boda, 4 de octubre, consultado en <http://jenarovillamil.wordpress.com/2010/10/04/pena-nieto-y-la-gaviota-del-romance-pactado-al-reality-de-la-boda/>