

Union College Union | Digital Works

Honors Theses

Student Work

6-2016

El Paralelismo entre los cambios demograficos y los medios sociales y su impacto en el activismo en America Latina

Ashley Beccia

Union College - Schenectady, NY

Follow this and additional works at: <https://digitalworks.union.edu/theses>

 Part of the [Demography, Population, and Ecology Commons](#), [Latin American History Commons](#), and the [Social Media Commons](#)

Recommended Citation

Beccia, Ashley, "El Paralelismo entre los cambios demograficos y los medios sociales y su impacto en el activismo en America Latina" (2016). *Honors Theses*. 119.

<https://digitalworks.union.edu/theses/119>

This Open Access is brought to you for free and open access by the Student Work at Union | Digital Works. It has been accepted for inclusion in Honors Theses by an authorized administrator of Union | Digital Works. For more information, please contact digitalworks@union.edu.

Running Title: Los cambios demográficos, los medios sociales y el activismo

El paralelismo entre los cambios demográficos y los medios sociales y su impacto en
el activismo en América Latina

By

Ashley Beccia

Submitted in partial fulfillment of the requirements for
Honors in the Department of Spanish and Hispanic Studies

UNION COLLEGE
June 2016

El paralelismo entre los cambios demográficos y los medios sociales y su impacto en el activismo en América Latina

Ashley Beccia
Profesora Henseler
Union College

Tabla de contenidos

Introducción	2
La época tecnológica	3
El estatus de los medios sociales en América Latina	4
Los cambios demográficos en América Latina	7
Las incongruencias del cambio demográfico	9
La identidad de los activistas latinoamericanas	10
El activismo	12
Los medios sociales y sus herramientas para el activismo	13
Un caso práctico: #YoSoy132	15
Conclusión	24

Introducción

En la segunda mitad del siglo XX, los avances sociales, especialmente en los ámbitos tecnológicos y médicos, cambiaron la manera en que viven los seres humanos. Los sectores demográficos empezaron a experimentar grandes transformaciones debido a la reducción de la tasa de mortalidad infantil y el crecimiento de la expectativa de vida (Saad 240). Como consecuencia, ha emergido una nueva época de vida, que se llama la edad de adulta emergente, que es caracterizada por la exploración y construcción de la identidad y creencias personales (Smith y Snell 6). Las nuevas estructuras sociales alrededor del mundo han requerido que los gobiernos provean los recursos y servicios que necesitan todos sus ciudadanos, aunque las poblaciones han aumentado continuamente y por eso, han demandado más provisiones. Cuando los sistemas gubernamentales no

pueden sustentar esta magnitud de gente y la nueva manera de vivir, los ciudadanos se ponen insatisfechos y responden con marchas, manifestaciones y campañas—o en otras palabras, el activismo (“Juventud ” 33).

Al mismo tiempo que cambiaron las estructuras sociales nacionales, el mundo afrontó la llegada de la Internet y luego una multitud de tecnologías virtuales (“The History” 1). Como resultado, las nuevas generaciones, particularmente la generación milenio, han crecido con la tecnología, que se ha convertido en una parte esencial de la vida moderna. Por eso, los milenios que han afrontado injusticias sociales han utilizado diferentes medios tecnológicos, específicamente los medios sociales, para ayudarles a planificar y organizar sus movimientos sociales.

La época tecnológica

La ubicuidad de la tecnología en el mundo moderno influye el ímpetu y movimiento de la vida actual. La manera en que se piensa y se procesa el flujo mundial ha cambiado con el desarrollo de la Internet y la comunicación virtual. La época tecnológica ha proveído a la humanidad con un grado de globalización sin precedentes. Los aparatos físicos como el teléfono celular y la tableta sirven como herramientas de comunicación no solamente entre miembros familiares y amigos sino también entre los ciudadanos de diferentes naciones. Específicamente, la Internet, software y aplicaciones que se usan en estos aparatos establecen una conexión entre los usuarios. Por ejemplo, hoy en día los medios sociales juegan un papel integral en la comunicación humana a nivel personal, nacional e internacional, ambos formalmente e informalmente. Por lo tanto, varios grupos e individuos pueden comunicarse, organizarse y reunirse a través de un sitio web como

Facebook o con una aplicación como Instagram. De veras, las posibilidades son infinitas.

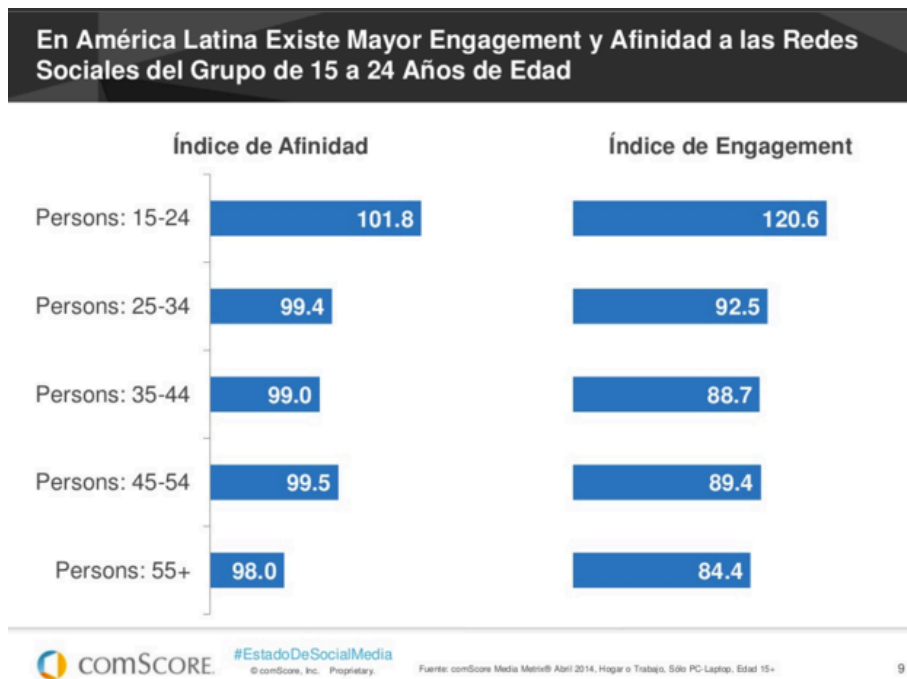
La manera en que se utilizan los medios sociales depende del individuo. Por un lado, las redes sociales son escapes de la vida real, lejos de la dureza de un trabajo, la discriminación que afronta un adolescente gay o la opresión de una sociedad islamofóbica. Se encuentra la seguridad y el apoyo de miles de comunidades en línea (Chen 22). Por otro lado, los medios sociales permiten la interacción entre individuos y grupos que buscan colaboración para un cierto propósito y/o meta. Por ejemplo, grupos activistas son capaces de organizarse de manera eficaz y extendida. No solamente pueden mantenerse en contacto, sino también pueden funcionar totalmente a través de las varias herramientas virtuales de los medios sociales. Estos les permiten la habilidad de publicar información, planificar eventos, comunicarse con personas influyentes y mucho más (Millaleo y Cárcamo 11).

El estatus de los medios sociales en América Latina

Para entender la conexión entre los medios sociales, los cambios demográficos y el activismo en América Latina, hay que considerar cuáles son los medios sociales más usados en esta parte del mundo. Además, es esencial notar dónde se usan los medios sociales, con qué frecuencia se usan y quiénes son estas personas.

En general, los latinoamericanos visitan los medios sociales 56% más que el resto del mundo, con la Argentina como el país más conectado a las redes sociales. Es decir, Argentina tiene el porcentaje más alto de usuarios en el mundo con un

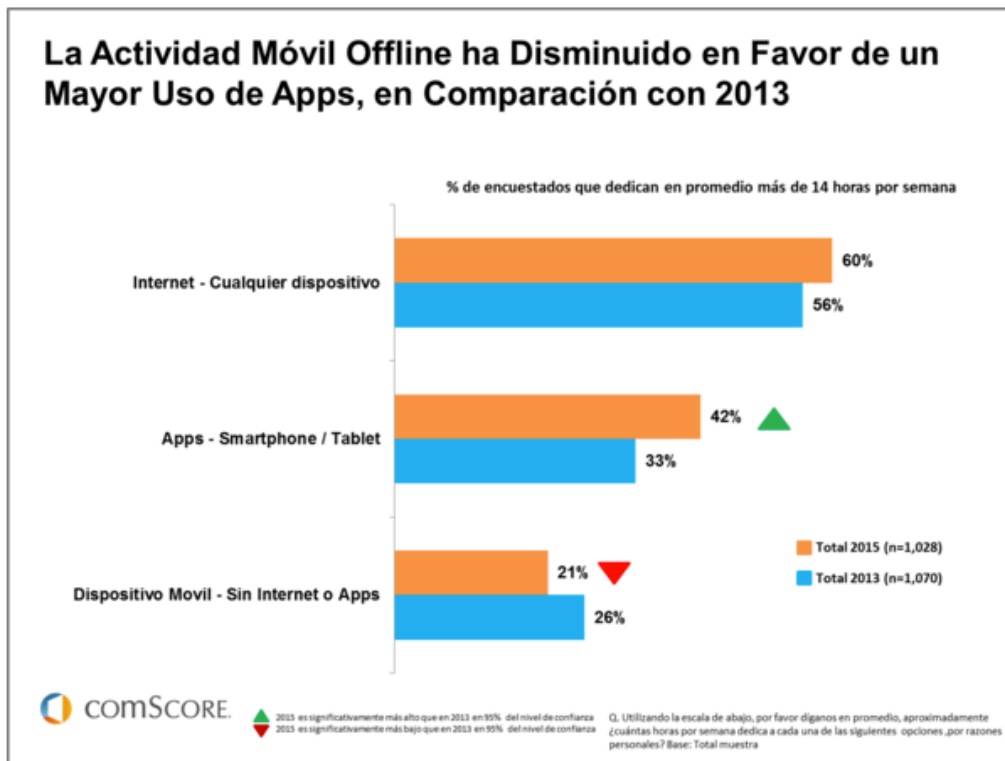
promedio de 9,8 horas de uso cada mes por visitante (Fernández). Sin embargo, el uso por toda América Latina en 2013 era de 78,4%, que significa que la gran mayoría de la población latinoamericana se involucra en las redes sociales en este año (“El uso”). Específicamente, según el estudio de ComStore Inc., “en América Latina existe mayor *engagement* y afinidad a las redes sociales del grupo de 15 a 24 años de edad.” (Palacio) En el gráfico siguiente, se ven las estadísticas de las edades de los usuarios. Hay dos categorías: el *engagement* en realidad y la afinidad percibida de los participantes del estudio.



Está claro que, en general, ambos los niveles de la afinidad y el *engagement* de los usuarios son más altos en el grupo de personas de edad 15–24. Es más, los índices de estas variables disminuyen mientras aumenta la edad. Significa que la generación milenio se involucra más en los medios sociales que cualquier otro sector demográfico (Palacio).

Por un amplio margen, el medio social más popular en América Latina es Facebook, que representó el 95,6% del uso de las redes sociales en esta parte del mundo en 2014. El resto del porcentaje se dividió entre Twitter (1,4%), Ask.fm (0,9%), Badoo (0,6%), Tumblr (0,4%), LinkedIn (0,4%), Vostu (0,4%) y Taringa (0,3%). Finalmente, cuando se analiza cómo se usa el Facebook en América Latina, se encuentra que la mayoría de los usuarios lo visitan ambos en el teléfono celular y en computadora (Palacio).

La tendencia de los medios sociales se ha transformado profundamente en los años recientes. ComScore Inc. realizó otra investigación en 2015 que se enfocó en el crecimiento del uso de aplicaciones en América Central. El gráfico abajo demuestra los cambios en la actividad de diferentes medios tecnológicos. Particularmente, hay un aumento en el uso de teléfonos celulares y tabletas.



Al mismo tiempo, hay un incremento del uso de ciertos medios sociales. Es decir, en 2015, la población virtual en América Central visitó Instagram, Pinterest y Tumblr más que los años anteriores (Bautista). Aunque las estadísticas indican que la popularidad y tendencia de los medios sociales están evolucionando continuamente, el hecho más constante es que los adolescentes y los adultos jóvenes usan más estos medios. Ahora, es integral hacer una comparación entre estos sectores sociales y las personas que se involucraron en el activismo.

Los cambios demográficos en América Latina

En el siglo XXI, las poblaciones de los países latinoamericanos experimentaron unos cambios que transformaron el paisaje demográfico del área. En los años 60 y 70, los censos de América Latina indicaron que el número de gente joven estaba creciendo rápidamente debido a la disminución de la tasa de mortalidad, además de la mortalidad infantil (Miró 1). Esta transición influye la distribución de edades en una población y resulta en un boom generacional (Saad 243).

Se ven los primeros cambios en este proceso de transformación demográfico en el sector más joven. Es decir, el descenso de la tasa de mortalidad infantil tiene un efecto inmediato en la población. Ya que más bebés sobrevivieron el nacimiento, hay un crecimiento directo en el sector infantil. Por el contrario, una caída en la tasa de mortalidad general no impacta a una población hasta que este sector social envejece y por esto, cambia la esperanza de vida al nacer (Saad 240).

CUADRO 1
Indicadores de la dinámica demográfica
América Latina – 1950-2050

Indicadores	1950-1955	1975-1980	2005-2010	2025-2030	2045-2050
Tasa global de fecundidad (hijos por mujer)	5,9	4,5	2,4	2,0	1,9
Esperanza de vida al nacer (años)	51,8	63,4	73,4	77,1	79,6
Tasa de mortalidad infantil (por mil nacimientos)	127,7	69,7	21,7	12,0	7,9
Tasa anual de crecimiento poblacional (%)	2,8	2,3	1,3	0,7	0,2
Estructura etaria (%)	1950	1975	2005	2025	2050
0 a 14 años	40	41	30	23	18
15 a 59 años	54	52	61	62	58
60 años y más	6	6	9	14	24
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE) – División de Población de la CEPAL, Estimaciones y proyecciones de población, 2007.

El desarrollo de este sector demográfico de jóvenes les ha obligado a los varios gobiernos latinoamericanos proveer más recursos y oportunidades económicos para sostener poblaciones educadas y trabajadoras. No obstante, muchas naciones han afrontado dificultades para sustentar a esta generación progresiva, especialmente con sus demandas apasionadas (Miró 2).

La aparición de este grupo social ha contribuido a los problemas que afrontan muchos países hoy en día. Por ejemplo, según las Naciones Unidas, la juventud latinoamericana sufre por “una falta de ingresos y de recursos productivos suficientes para garantizar medios de vida sostenibles, hambre y malnutrición, mala salud, falta de acceso o acceso limitado a la educación y a otros servicios básicos,...medios que no ofrecen condiciones de seguridad y discriminación y exclusión social” (“Juventud” 33). Con el surgimiento incongruente de la juventud milenio y el crecimiento paradójico de la tecnología y los medios sociales, hay un espacio virtual en que los adolescentes y adultos pueden expresarse de manera

extendida. Mientras muchos defensores de derechos humanos han tomado los problemas sociales en sus propias manos, los medios sociales y las herramientas que proveen han actuado como plataformas para diferentes grupos activistas. Es decir, desde la llegada de los medios sociales en 1997, ha habido una revolución en el ámbito del activismo ("The History" 1).

Las incongruencias del cambio demográfico

La estructura de una sociedad naturalmente cambia a lo largo del tiempo. Los valores predominantes, el tipo de gobierno, los recursos naturales disponibles, la condición de la economía—además de muchos más factores—contribuyen a la manera en que vive la gente de un país. Igualmente, las ciencias y la medicina impactan profundamente a comunidades cuyos ciudadanos viven hasta una edad más alta debido a estos avances sociales. Como resultado, la gente de varias sociedades alrededor del mundo han experimentado cambios drásticos en términos de los sectores demográficos que constituyen sus poblaciones y más específicamente, han visto un crecimiento del número de los adultos jóvenes (Saad 240).

Este fenómeno se manifestó desde la década sesenta cuando la manera de vivir después del colegio empezó a cambiar. Desde entonces, ha sido más común que un estudiante se gradúe de la escuela secundaria y continúe su educación en la universidad. Como consecuencia, la edad de casarse ha subido y similarmente, la dependencia del hijo de sus padres ha extendido hasta un punto más tarde en la vida del hijo. Además, se ha vuelto difícil mudarse un hijo de la casa de sus padres debido a los cambios de la estructura social y económica. La economía mundial ha

afrentado unas épocas de inestabilidad desde los años sesenta, también contribuyendo a la dificultad de lograr la independencia personal durante la edad de adulta joven (Smith y Snell 5).

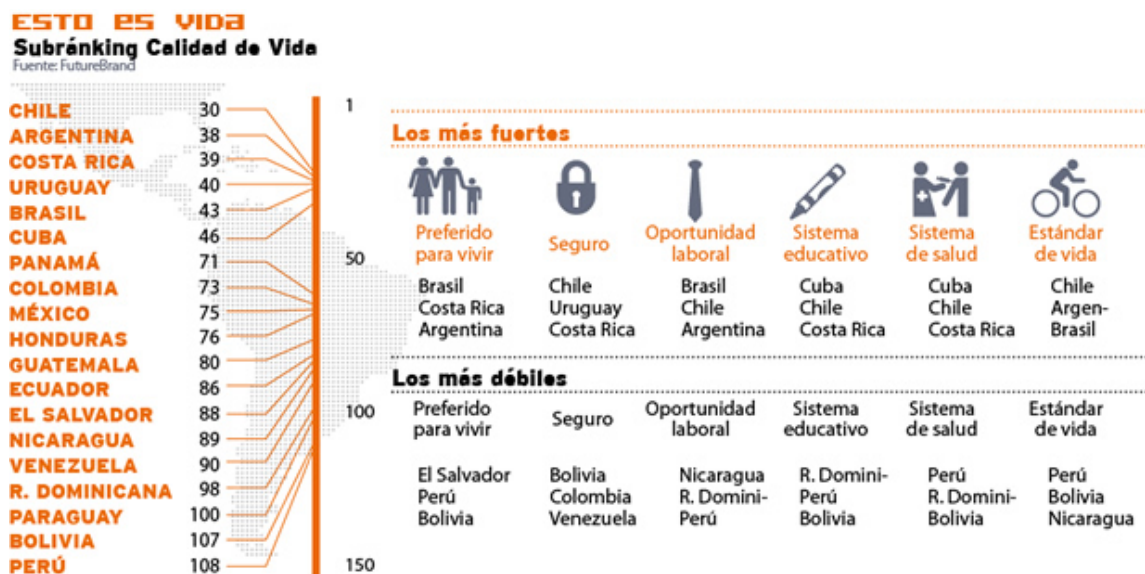
Aparte de los factores externos que complican el proceso de madurarse en las sociedades modernas actuales, la edad de adulta emergente—el término que describe esta época de la vida—es caracterizada por la exploración y el desarrollo personal. Provee tiempo entre la adolescencia y la madurez para que los individuos puedan cultivarse en términos de la espiritualidad, sexualidad, preferencia política e identidad en general (Smith y Snell 6). Aunque estas personas ya tienen la habilidad de entender bien a sí mismos y el mundo alrededor de ellos, a veces este conocimiento interrumpe la paz interior y/o la felicidad con el mundo exterior, especialmente cuando los adultos emergentes se desarrollan en un país al que faltan ciertos recursos o derechos humanos.

La identidad de los activistas latinoamericanas

Es evidente que el desarrollo social, económico, político y tecnológico determinen el estándar de vida. En general, el estado económico de una nación tiene una correlación directa con la prosperidad de sus ciudadanos. Por un lado, los países con una economía sólida tienen los medios necesarios para asegurar que toda la población tenga acceso a las necesidades humanas básicas. Por otro lado, la gente de países a quienes les cuesta proveer para todos los ciudadanos sufre de varias deficiencias, frustrando la estabilidad nacional y el estándar de vida. En reacción, los ciudadanos tienen que tomar acción en defensa de sus derechos humanos. Esta relación demuestra la dependencia que tiene un individuo en el sistema

gubernamental y explica la irritación resultante que fuerza a estas personas luchar en protesta.

Por esa razón, es esencial investigar la conexión entre el estándar de vida y la frecuencia de protestas que toman lugar en los países latinoamericanos. Además, es integral investigar la disponibilidad de la tecnología—particularmente los medios sociales—en estos países para ilustrar el papel de los medios sociales en el activismo en América Latina. Mientras los países más pobres tienen los problemas más graves, es posible que no tengan acceso a los medios sociales. En este sentido, se espera que la implementación y utilización de la tecnología en el activismo ocurra más en los países latinoamericanos desarrollados, especialmente en conjunto con los cambios demográficos que han experimentado recientemente.



En la gráfica arriba, se ven los rankings de los países latinoamericanos en términos de la calidad de vida. En total, se encuentran Chile, Argentina y Costa Rica los más altos en la lista. Estas naciones, hasta diferentes puntos, tienen niveles

preferidas de vida, el seguro, las oportunidades laborales, los sistemas de educación y salud y el estándar de vida que superan el resto de América Latina. Opuestamente, países tales como Paraguay, Bolivia y Perú no tienen buenos *rankings* en esta lista. Es más, la gama de calidad de vida alrededor de América Latina es amplia: Chile, en el primer lugar, tiene un *ranking* de 30 en el mundo, mientras Perú tiene un ranking de 108 (“Calidad de vida” 1).

El activismo

Para entender bien cómo se lucha en los movimientos sociales, se tiene que definir el activismo. En corto, el activismo es la colaboración de esfuerzos en que hay una intención o causa específica. Normalmente, los miembros de un grupo activista comparten una meta común y trabajan para arreglar el problema que perciben. El activismo estimula el desarrollo y los cambios sociales, evocando el progreso que se ve en una sociedad. Según Pamela Oliver (1984), “en una sociedad donde los progresos tecnológicos se presentan día con día, son muchas las personas que han descubierto en ello una manera de manifestar sus ideas” (Zúñiga 4). Por esa razón, es lógico incorporar la tecnología en los movimientos sociales y aprovechar las herramientas que tienen— que son frecuentemente gratis—para fortalecer el fundamento de una organización o grupo activista.

Las personas que participan en el activismo hallan que algún aspecto de su sociedad es problemático y se sienten obligados a actuar para arreglarlo. Particularmente, promueven “un cambio social al aportar elementos para la transformación individual, pues hace que las personas que han adquirido una mayor comprensión o conciencia de una situación, modifiquen sus ideas, enfoques y sus

conductas” (Zúñiga 4). Aquí, hay una clara conexión entre la edad de adulta emergente y la identidad de los activistas. Es decir, cuando se explora en sí mismo y el mundo en general, se generan ciertas ideas y se encuentran ciertas realidades con las cuales no se está de acuerdo necesariamente. Este entendimiento profundo, que proviene durante la época de ser adulta joven, es lo que cataliza el cambio social (Zúñiga 4). Por la parte mayor, las demandas que hacen los activistas reflejan los temas con los cuales se identifican (Zúñiga 5). En conjunto, estas personas forman grupos o coaliciones para que vean un mejoramiento en su sociedad.

No obstante, las visiones de estos grupos varían y por eso, tienen propósitos distintos que caben dentro de dos categorías. Primero, hay movimientos en que se combaten las desigualdades de una sociedad, incluyendo los de raza, género y clase. Segundo, algunos grupos activistas buscan cambios en el bienestar nacional y los servicios que reciben, tal como la defensa de la educación pública (Zúñiga 4). Para lograr estas metas hoy en día, es importante usar las herramientas que existen, incluso las que son virtuales.

Los medios sociales y sus herramientas para el activismo

Los servicios, plataformas y redes que proveen los medios sociales son tremendamente útiles en el activismo y establecen una manera eficaz de organizar y conectar grupos, además de publicar información (Millaleo y Cárcamo 11). A través de estos medios, los conflictos e injusticias de un sector demográfico o un país se convierten en un problema reconocido por el público, incluso, muchas veces, todo el mundo. Estas estrategias virtuales permiten el cruce de fronteras nacionales,

rompiendo las limitaciones geográficas que existían antes de la época tecnológica (Zúñiga 2).

Hoy en día, hay varios medios sociales que o directamente o indirectamente ofrecen servicios para el activismo. Por un lado, una red virtual que se llama el Instituto para las Comunicaciones Globales (ICG) sirve como plataforma para los activistas. Alrededor del mundo, se puede entrar en el ICG para participar en varias conferencias y encuentros en línea. Por otro lado, algunos proveedores de la Internet acogen conferencias en líneas, no específicamente para el activismo, pero todavía sirven como una herramienta que pueden usar los activistas (Zúñiga 9). Algunos de los medios sociales más populares—por ejemplo, Facebook y Twitter—actúan como documentación personal ya que se pone las actualizaciones diarias de la vida en ellas (Zúñiga 3). Además, los grupos activistas pueden utilizar estos medios para publicar algún anuncio, historia o información que quieren que sepan sus seguidores y/o miembros del grupo. La publicidad es crucial en obtener apoyo y esfuerzo en un movimiento social, cualquiera que sea. La difusión de información así no tiene precedentes y totalmente cambia la escala y eficacia del activismo (Millaleo y Cárcamo 10).

Esta comunicación masiva que es posible por los medios sociales cultiva una cierta movilización que une gente de diferentes regiones (Millaleo y Cárcamo 13). No solamente hace la colaboración entre grupos fácil y rápido sino que también deja la comunicación entre los miembros de un solo grupo. Las páginas y grupos que se pueden crear en Facebook, además de los sistemas de mensaje, proveen una manera instantánea para organizarse. Por ejemplo, un grupo activista puede hacer un

evento en Facebook e invitar todos los amigos de los miembros del grupo (Castillo Gomariz). Requiere un mínimo de tiempo y esfuerzo al mismo tiempo que divulga el evento a miles—o más—de personas. De la misma manera, se pueden planificar las reuniones del grupo. Ambos la comunicación masiva y personal son fundamentales en las agendas de los activistas y los medios sociales ofrecen exactamente esta herramienta.

Similarmente, muchos de los medios sociales establecen un espacio público para el debate y la discusión. Los foros y blogs, además de Facebook y Twitter, encienden varias conversaciones para que los individuos puedan contribuir sus propias ideas y sentimientos al tema candente (Millaleo y Cárcamo 12). Estas discusiones tienen dinámicas que exceden los límites de una conversación en persona. Por ejemplo, se puede responder a un adversario con enlaces que demuestran hechos que refuerza la ideología de su grupo activista.

Un caso práctico: #YoSoy132

Los cambios demográficos

A lo largo del siglo XX, las dinámicas de la estructura social en México cambiaba drásticamente. En el año 1930, había una tasa de mortalidad muy alta con 26.7 muertes por cada 1.000 ciudadanos. Desde entonces, experimentó el país una disminución en la tasa de mortalidad y a finales del siglo, había una tasa de 4.9 muertes por cada 1.000 mexicanos (Garía y Colocia 14). Similarmente, al principio del siglo XX, 320.8 bebés por cada 1.000 murieron después del nacimiento. Sin embargo, la tasa de mortalidad infantil empezó a caer y en los años 60, había una

tasa de 92.3 muertes infantiles por cada 1.000 nacimientos y en 2010, observó México una tasa de 14.2 (Garía y Colocia 15).

El uso de los medios sociales en México

Según Forbes, “el país donde el porcentaje de penetración de redes sociales entre usuarios de Internet es el más alto” es México (Vázquez 1). El 98,2% de la población que se conecta con la Internet también se involucra en el uso de los medios sociales. Dentro de estos medios, el más popular es Facebook con 21.956.000 únicos usuarios mexicanos en 2015 (Vázquez 1). Además, el medio social que toma la segunda posición de cantidad de usuarios mexicanos es YouTube que es visitado diariamente por 75% de la población mexicana.

El contexto del movimiento #YoSoy132

Antes de 2000, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) controló el gobierno mexicano por 70 años. Sin embargo, durante la elección mileno de 2000, la mayoría de los mexicanos votó por Vicente Fox del Partido Acción Nacional (PAN) que llegó a ser el próximo presidente de la nación. Sirvió su presidencia por seis años y en la elección de 2006, ganó Felipe Calderón, otro miembro del PAN. Para mucha gente, especialmente la población joven, la llegada de PAN a la oficina presidencial representó la restauración de la democracia (Ramírez 279). Los mexicanos anhelaban reformas estructurales para cambiar el viejo sistema político que se había convertido en una institución corrupta. Esta noción de democratizar el país fue en contra de la ideología autoritaria-centralista del PRI, resultando en la polarización del ámbito político en México (Ramírez 280).

En 2012, después de la presidencia de Calderón, la nación afrontó otra elección crítica en que el PRI y el PAN se opusieron y lucharon por el control gubernamental. En el mayo de 2012, el candidato PRI Enrique Peña Nieto visitó la Universidad Iberoamérica en la Ciudad de México donde los estudiantes liberales no lo recibieron bien (“Todos somos #132” 1). Lo siguieron y demandaron que se fuera del campus. Como resultado, la campaña PRI trató de demonizar a estos estudiantes e insistió que fueran marionetas del partido PAN. No obstante, los estudiantes universitarios reaccionaron de manera robusta.

Para demostrar que fueron individuos que ciertamente estaban en contra de Nieto, 131 de los opositores estudiantiles confirmaron sus identidades publicando videos de ellos mismos en YouTube. Esta campaña inmediatamente provocó una reacción fuerte y diseminada. En este momento, comenzó el movimiento de #YoSoy132 en que los usuarios de la Internet, figurativamente el 132^a estudiante, se proclamaban en solidaridad con los estudiantes de la Universidad Iberoamérica. El apoyo y la popularidad de este movimiento social crecieron rápidamente y más tarde en mayo, 50,000 personas se juntaron en las calles de la Ciudad de México para protestar la manipulación y corrupción del Partido Revolucionario Institucional (“Todos somos #132” 1).

En general, los participantes del movimiento #YoSoy132 se consideraron como un grupo imparcial sin lideres que luchaba para la democracia (“Todos somos #132” 1). En realidad, esta base popular del movimiento fue posible debido a las herramientas que proveen los medios sociales. Aparte del comienzo del movimiento

en YouTube, los miembros se han organizado de manera eficaz vía Facebook, por la parte mayor, que les ha permitido comunicar con gente alrededor del mundo.

Las herramientas activistas de Facebook

Para ponerse en contacto con las más personas posibles, el grupo activista creó una página de Facebook para actuar como el centro del movimiento #YoSoy132. Sin costar nada, los miembros escribieron muchas publicaciones, anunciado eventos públicos y contactando personas influyentes, todos los cuales contribuyeron al éxito del movimiento.

Ya que el medio corporativo mexicano ha apoyado el PRI históricamente, ha sido esencial que los seguidores del movimiento #YoSoy132 difundieran la información y su punto de vista a través un canal justo (“Todos somos #132” 1). Por esa razón, Facebook les ha proveído con un espacio público en que pueden publicar sin la censura del gobierno ni los medios de comunicación. Esta transmisión de información ha educado a los mexicanos sobre el tema, además de ganar el apoyo del movimiento.

La foto abajo demuestra un ejemplo del tipo de información que publica el grupo. Dado que el propósito principal del movimiento es cambiar la estructura política corrupta en México, esta publicación describe las injusticias que acosan la nación. Es decir, en un instante, todos los seguidores de la página #YoSoy132 recibieron la información de esta foto y por la sección de comentarios que ofrece Facebook, podían responder y/o discutir lo que expresa la imagen.

¿Aún le crees a los políticos?

Nuestro país atraviesa por una crítica situación de inseguridad, violencia, desempleo, bajos salarios y falta de oportunidades. Esto debido en gran medida a que los políticos de todos los partidos han dejado de representar los intereses de la mayoría de los mexicanos, para lo cual se supone son elegidos a través del voto popular, haciendo leyes o gobernando en beneficio de los intereses de los que mas tienen. Se han dedicado a lucrar con su puesto y poder, con salarios insultantes pagados con nuestros impuestos, o haciéndose millonarios con el uso indebido de recursos públicos que pudieran servir para construir mas hospitales o escuelas sin que haya castigo alguno.

Pero esta situación lamentablemente ha contado con la complicidad de la mayoría de los mexicanos que seguimos premiando a los políticos acudiendo a votar en cada elección o bien permaneciendo apáticos y desinteresados ante lo que sucede, permitiendo con ello el monopolio del poder en unos cuantos.

Ahora mas que nunca necesitamos como ciudadanos unir fuerzas y mandar un mensaje claro de que ningún partido ni candidato nos representa por que obedecen a los mismos intereses

por lo cual en estas próximas elecciones del **7 de junio del 2015**

salgamos de la apatía y hagamos escuchar nuestro sentir, acudiendo a votar pero

ANULANDO nuestro voto



!Ni un voto mas a los políticos corruptos y vividores!

!Construyamos una verdadera democracia donde el pueblo sea el que mande!

BOICOT ELECTORAL

! Exijamos revocación de mandato y verdaderas candidaturas ciudadanas!

En adición, Facebook también provee el grupo activista con una manera simple para planificar y coordinar sus eventos. En otras palabras, puede movilizar a los seguidores del movimiento a través de la página Facebook. Para realizar una gran reunión en persona, tal como una manifestación, se puede crear un evento específico en que los usuarios de Facebook pueden confirmar su asistencia y publicar preguntas o sugerencias. Similarmente, el grupo puede publicar un anuncio virtual como imagen para atraer la atención de mucha gente. Por ejemplo, la foto abajo tiene un dibujo interesante y un esquema de colores que capta la atención de los usuarios de la Internet. Además, provee toda la información que se necesita para asistir la protesta.



Finalmente, el grupo activista ha utilizado Facebook para ganar el apoyo de celebridades. Esta estrategia es poderosa por las conexiones que tienen las celebridades, además de los recursos vitales— especialmente el dinero—que pueden ofrecer. Durante el proceso de planificar un concierto benéfico en 2012, el grupo publicó varios anuncios con en intento de atraer a figuras de mucha influencia al Festival 132. Además, incluyó una descripción detallada de la campaña pidiéndole

a varios músicos ayudarles con su esfuerzo. Abajo se encuentra una imagen cautivadora y un mensaje emotivo que publicó el grupo.



[#YoSoy132](#)

21 de junio de 2012

[Carla Morrison](#), necesitamos de tu apoyo para que se pueda llevar a cabo el #festival132.

Te platicamos un poco sobre lo que es, sobre lo que significa para nosotros. Tenemos esperanza de que al final, te animes a apoyar.

El #festival132, primero que nada, es un festival planeado y organizado por estudiantes de distintas universidades. Desde el principio nos interesó el desarrollar un festival "único" - o más bien propio, a todo lo que está sucediendo en México estos últimos días.

Después de muchas juntas y discusiones, desarrollamos el festival con un concepto que nos enamoró a todos. Queremos que el #festival132 sea un espacio de diálogo, de participación y de unidad. Queremos que suceda un intercambio de ideas; queremos que sea un festival informativo, y queremos que se cree un espacio ideal para distintas manifestaciones artísticas interdisciplinarias.

Contaremos con la presencia de numerosos grupos de arte, incluyendo danza, circo y poesía. A la par, seis grupos alegrarán el día con su música: Panteón Rococó, Los de Abajo, Malditos Cocodrilos, Botellita de Jeréz, Los Músicos de José, y Los Estrambóticos.

Afortunadamente, todas las bandas anteriores accedieron participar sin cobrarnos ni un centavo. Sin embargo, bien sabemos que este regalo no será suficiente para llevar a cabo el #festival132. Nos falta cubrir, todavía, lo que son otros costos de producción, como el escenario, la energía eléctrica, las vallas de seguridad, la renta de equipo de audio y video, entre otras cosas.

Para esto, desarrollamos una campaña de acopio desde hace 5 días. Nos pusimos a botear por toda la ciudad, pidiéndole a la gente que nos apoyara. Por otro lado, también informamos que podían depositar a través de la página de internet del festival: <http://bandtastic.me/132/>, o bien, con un depósito en una cuenta que creamos de Banorte.

Después de 4 días de acopio, nos dimos cuenta que no íbamos a llegar muy lejos. Por un lado, hay personas muy emocionadas por el concierto, pero simplemente no tienen recursos para aportar. Por el otro lado, hay muchas personas que desconfían de nuestro proyecto, piensan que queremos hacernos ricos, se quejan de que ya hicimos de todo esto un negocio, o de que estamos coludidos con algún partido.

Te queremos asegurar a ti, y a toda la gente, de que esto no es, de ninguna manera, un negocio. El #festival132 es nuestro intento por unir a los mexicanos a través del arte, y de informar a todos aquellos mexicanos que no tienen acceso a las redes sociales.

Carla, acudimos a ti porque HOY es el último día que tenemos para cubrir todos nuestros costos de producción. Necesitamos llegar a la - no tan ligera - cantidad de \$493,000 pesos, y sólo hemos podido reunir \$28,435. Si tú confías en nosotros, esperamos que la gente empezará a confiar de la misma manera. Realmente creemos que este festival podrá reunir aquel sentimiento que nos identificó a todos en un principio.

Nos apena tener que acudir a ti por este medio y de esta manera, pero más nos va a apenar el tener que cancelar el #festival132 por no haber conseguido el dinero suficiente para su producción.

Si se cancela el festival - realmente esperamos que esto no suceda - a aquellos que hayan contribuido a través de <http://bandtastic.me/132/>, se les regresará el dinero de manera íntegra. El dinero recogido del boteo y de los depósitos bancarios, no tenemos manera de regresarlo; por tanto, será donado a la comunidad Yaqui, en apoyo a su causa. Al final del día, será una nueva experiencia para nosotros. Buscamos un ideal y no hallamos la manera de aterrizarlo. ¡Para la próxima ya sabremos!

Carla, esperemos nos disculpes por este atrevimiento.

Igual a toda la banda, ¡les pedimos nos ayuden a difundir! Ya sea esta carta o la plataforma para donar: <http://bandtastic.me/132/>

Juntos podemos hacer que el #festival132 se lleve a cabo. Tenemos hasta las 10pm del día de hoy.

De antemano gracias a todos por leer esta carta, incluyéndote a ti, Carla, si es que te llega.

Si todo sale bien, ¡nos vemos este sábado 23 de junio!

P.D. 1: Carla, te pedimos no malinterpretes esta carta, ni te sientas comprometida. Pedimos sólo una aportación simbólica - ¡al igual que a todos los que crean en el proyecto!

P.D. 2: Tenemos claro que Carla tiene el mismo derecho a no aportar que todos nosotros. Esperemos se animen, esperamos verlos ahí.

El éxito de campaña

La agenda del movimiento #YoSoy132 es enorme. En general, lucha para la restauración de la democracia en México que incluye la transformación de los medios de comunicación, el cambio del sistema económico neoliberal, el avance de las instituciones educativas y de salud y mucho más ("Programa de lucha (no acción) #YoSoy132" 1). Por eso, no se puede definir el éxito como la hazaña de los propósitos principales. Más, se puede analizar el apoyo que ganó el movimiento y los cambios, ambos pequeños y grandes, que ha realizado.

Para empezar, la explosión de seguidores de la página Facebook del grupo #YoSoy132 muestra la popularidad del movimiento. Actualmente, la página tiene más que 126.000 seguidores, incluso simpatizantes internacionales. Por la

naturaleza de los medios sociales, la página del grupo activista se ha extendido por todas partes del mundo. Por ejemplo, había una manifestación enfrente de la Embajada de México en Bruselas, Bélgica el 11 de julio de 2012. La gente mexicana, belga y latinoamericana se reunió para llevar a cabo una manifestación pacífica que exhibió varios discursos, poemas y canciones contra la corrupción sistemática en México. Además, coleccionaron firmas en apoyo del movimiento #YoSoy132 y entregaron la carta a la Embajada de México (Valenzuela 1).

Varios otros grupos activistas a favor de #YoSoy132 alrededor del mundo protestaron en ciudades tales como Milán, Rio de Janeiro, Madrid y la Ciudad de Nueva York ("¿Qué es YoSoy132 internacional?"). Está claro que el movimiento ha ganado velocidad y fuerza internacionalmente, indicando que resuena entre miembros de culturas distintas. En corto, este nivel de globalización que logró el movimiento #SoyYo132 implica el éxito, por lo menos hasta un cierto punto. Abajo se ven varias fotos que presentan los grupos internaciones que demostraron su apoyo.



Los protestantes en Milán
(fuente: Cynthia Rodriguez)



Los simpatizantes brasileños

Aunque el movimiento #YoSoy132 ha causado un escándalo dentro de México, es difícil medir la influencia y el progreso que ha ocasionado. Desde una perspectiva cualitativa, el activismo del grupo ha abierto los ojos de muchos ciudadanos mexicanos, quienes tienen el poder de votación. Sin embargo, en la elección mexicana de 2012, ganó Nieto, devolviendo el sistema político al control del Partido Revolucionario Institucional (“Termina conteo” 1). El movimiento #YoSoy132 continúa luchando para la restauración de la democracia en México, principalmente a través de los medios sociales.

Conclusión

Al parecer, la utilización de los medios sociales en el activismo moderno se da por hecho. La población mundial se conecta a los medios sociales más y más cada día, resultando en un nivel de globalización sin precedentes. El ámbito y alcance de los medios sociales también expanden continuamente mientras aparecen diariamente nuevos sitios Web y nuevas aplicaciones. Al mismo tiempo, aumenta la

cantidad de grupos activistas con una base popular, tal como el movimiento #YoSoy132. Las personas que constituyen estos grupos crecieron junto a la revolución tecnológica y han abordado las injusticias sociales con la arma que conocen mejor: los medios sociales. Finalmente, parece que estos problemas sociales originan de los cambios estructurales que experimentaron muchos países del mundo, incluso los latinoamericanos, durante la segunda mitad del siglo XX. La inhabilidad gubernamental de mantener un nuevo sector demográfico— particularmente la edad de adulta emergente—ha frustrado el flujo de la vida para muchos individuos latinoamericanos que, como consecuencia, luchan para sus derechos.

Se espera que la trayectoria del activismo sea virtual, especialmente por el crecimiento diario de la población en línea. Las e-tácticas y las herramientas que proveen los medios sociales permiten la coordinación y publicación de eventos e información que son esenciales para el éxito de las campañas. Los grupos activistas reciben la visibilidad que les permite extenderse alrededor del mundo y reciben el apoyo necesario para lograr sus metas (Millaleo y Cárcamo 13). Al analizar estos grupos y movimientos activistas, se ve una conexión entre la frustración de la estructura social y las injusticias que empujan a los adultos de edad emergente reaccionar, muchas veces, de manera activista virtual.

Obras citadas

- Bautista, Alberto. "Los centroamericanos están aumentando el uso de aplicaciones móviles, especialmente Instagram." *ComScore*. ComScore, 14 Sept. 2015. Web. 19 Apr. 2016.
- Bárcena, Alicia, Laura López, Martín Hopenhayn y Diane Frishman. "Juventud y cohesión social en Iberoamérica: Un Modelo Para Armar." Naciones Unidas, Oct. 2008. Web. 3 May 2016.
- "Calidad De Vida." *América Economía*. Future Brand, 2011. Web. 03 May 2016.
- Carbonell, Miguel. "¿Las redes sociales fortalecen la defensa de los derechos humanos?" *YouTube*. YouTube, 4 Sept. 2013. Web. 28 Mar. 2016. <<https://www.youtube.com/watch?v=EtASh58mW6E>>.
- Chen, Yin-zu. "Identidad latinoamericana de jóvenes activistas en espacios políticos internacionales." *Revista internacional de investigación en ciencias sociales* 10.1 (2014): 21-34. Universidad Autónoma De Asunción, 2014. Web. 7 May 2016.
- Dominguez, Alexandra. "10 Interesantes Datos Sobre El Uso De Redes Sociales En México." *Merca 2.0*. Revista Merca 2.0, 17 June 2015. Web. 14 May 2016.
- "El uso de redes sociales en América Latina es el más intenso del mundo, según la Cepal." *El uso de redes sociales en américa latina es el más intenso del mundo, según la Cepal*. Sputnik Mundo, 5 Aug. 2015. Web. 19 Apr. 2016.
- "En educación ¿qué es ser activista?" *Educación disruptiva*. Pedagogías invisibles, 10 Mar. 2014. Web. 28 Mar. 2016.

- Fernández, Enrique . "Las 5 redes sociales más utilizadas en latinoamérica." *Incrementa*. N.p., 29 Sept. 2015. Web. 19 Apr. 2016.
- Flores, Pepe. "El activismo en las redes sociales." *Qore*. N.p., 17 Oct. 2013. Web. 28 Mar. 2016.
- García, Ma Eulalia Mendoza, and Graciela Tapia Colocia. Situación Demográfica De México 1910-2010. Consejo Nacional De Población, n.d. Web. 14 May 2016.
- Gerbaudo, Paolo. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto, 2012. Print.
- Gomariz, Rafael Castillo. "Activismo y redes sociales, ¿Herramientas para el cambio?" Instituto De Educación Secundaria Ies Gran Capitán, Madrid. 14 Feb. 2014. Web. 6 May 2016.
- Millaleo, Salvador, and Pablo Cárcamo. *Medios sociales y activismo digital en el mundo*. 1st ed. Santiago: Fundación Democracia y Desarrollo, 2014. Fundación Democracia y Desarrollo. Web. 6 May 2016.
- Miró, Carmen. "La demografía en el siglo XXI en América Latina." *Mémoire Des Luttes*. N.p., 25 Aug. 2009. Web. 19 Apr. 2016.
- Palacio, Daniel. *El estado de social media en América Latina*. Rep. N.p.: ComScore, 2014.
- "Programa de lucha (no acción) #YoSoy132." Web blog post. *ENAH 132*. Wordpress, 9 July 2013. Web. 12 May 2016.
- "¿Qué es YoSoy132 internacional?" *YoSoy132 internacional*. YoSoy132, n.d. Web. 12 May 2016.

- Ramírez, Carlos. "La crisis del PAN, el regreso del PRI y el Síndrome Gorbachov." *Revista IUS* 5.27 (2011): 279-85. SciELO México. Web. 12 May 2016.
- Rodriguez, Cynthia. "La protesta dei milanesi messicani contro le 'elezioni truffa'." *La Città Nuova*. Corriere Della Sera, 27 July 2012. Web. 12 May 2016.
- Saad, Paulo Murad, Tim Miller, and Ciro Martínez. "Impacto de los cambios demográficos en las demandas sectoriales en América Latina." *Revista Brasileira De Estudos De População* 26.2 (2009): 237-61. Web.
- Smith, Christian, and Patricia Snell. *Souls in Transition: The Religious and Spiritual Lives of Emerging Adults*. Oxford: Oxford UP, 2009. Print.
- "Termina conteo de votos, Peña Nieto gana las elecciones." *El Informador*. El Informador, 6 July 2012. Web. 12 May 2016.
- "The History of Social Networking." *Digital Trends*. Digital Trends, 04 Aug. 2014. Web. 19 Apr. 2016.
- Valenzuela, Ana. "Se manifiestan mexicanos en embajada en Bélgica." *Lado B*. Lado B, 15 July 2012. Web. 12 May 2016.
- "Yo Soy 132." Wikiwand, n.d. Web. 12 May 2016. <http://www.wikiwand.com/pt/Yo_Soy_132>.
- Zúñiga, Ricardo Pérez, Osvaldo Camacho Castillo, and Gloria Arroyo Cervantes. "Las redes sociales y el activismo." *Paakat: Revista de tecnología y sociedad* 7.4 (2014): n. pag. *Universidad De Guadalajara*. Web. 28 Mar. 2016.

"#TodosSomos132: Solidarity With the Mexican Spring." *Occupy Wall Street: We Are the 99 Percent*. Occupy Wall Street, 25 May 2012. Web. 12 May 2016.