

# **Las redes sociales digitales como factor de proximidad entre la sociedad y los gobiernos subnacionales en México**

*Digital Social Networks as a Factor of Proximity Between Society and Subnational Governments in Mexico*

*Redes sociais digitais como fator de proximidade entre a sociedade e os governos subnacionais no México*

**Leticia Contreras Orozco**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma del Estado de México,  
México

[lcotutor@yahoo.com](mailto:lcotutor@yahoo.com)

## **Resumen**

El uso de redes sociales digitales por parte de los gobiernos ha crecido en años recientes y, además, se ha convertido, por una parte, en una oportunidad para acercarse a la ciudadanía, pero, por otra, en un gran reto: ¿Qué redes sociales utilizar y para qué?

El objetivo central de este trabajo fue conocer cuáles son las redes sociales más utilizadas por los gobiernos subnacionales en México y examinar la forma en que se usan, así como sus posibles limitaciones. Para lograrlo, se realizó un estudio exploratorio de las páginas web de cada uno de los gobiernos subnacionales para comprobar si en dicho portal se contemplaba a las redes sociales como una forma de poner en contacto a los ciudadanos con su gobierno. Una vez identificadas las redes sociales más utilizadas, se realizó un seguimiento de las publicaciones en Facebook (por ser la más utilizada) durante tres meses de los 32 gobiernos a fin de determinar cómo se usa esta red social.

Las redes sociales más utilizadas fueron: Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. Solo un gobierno subnacional no utiliza actualmente ninguna de estas redes. Sin embargo, a pesar del potencial de estas herramientas, aún no constituyen un mecanismo de vinculación real entre

gobierno y ciudadanos. Finalmente, se plantea una propuesta de estrategia para mejorar el uso de las redes sociales por parte de los gobiernos subnacionales.

**Palabras clave:** gobierno abierto, gobierno electrónico, redes sociales, TIC, web 2.0.

### **Abstract**

The use of digital social networks by governments has grown in recent years and has also become, on one hand, an opportunity to approach citizenship but, on the other, a great challenge: What social networks to use and why?

The main objective of this work was to find out which are the most used social networks by the subnational governments in Mexico and to examine the way in which they are used, as well as their possible limitations. To achieve this, an exploratory study of the websites of each of the subnational governments was carried out to check whether social networks were viewed in the portal as a means of bringing citizens into contact with their government. Once identified the most used social networks, the publications on Facebook for three months of the 32 governments were tracked to determine how this social network is used.

The most used social networks were: Facebook, Twitter, YouTube and Instagram. Only a subnational government does not currently use any of these networks. However, despite the potential of these tools, they do not yet constitute a mechanism of real link between government and citizens. Finally, a strategy is proposed to improve the use of social networks by subnational governments.

**Keywords:** open government, e-government, social media, ICT, web 2.0.

## Resumo

O uso das redes sociais digitais pelos governos tem crescido nos últimos anos e, além disso, se tornou, por um lado, uma oportunidade para se aproximar dos cidadãos, mas, por outro lado, um grande desafio: quais redes Use social e para quê?

O objetivo principal deste trabalho foi saber quais redes sociais são mais utilizadas pelos governos subnacionais no México e examinar a forma como são utilizados, bem como suas possíveis limitações. Para conseguir isso, foi realizado um estudo exploratório das páginas da Web de cada um dos governos subnacionais para verificar se as redes sociais foram contempladas no portal como forma de colocar os cidadãos em contato com seu governo. Uma vez que as redes sociais mais utilizadas foram identificadas, as publicações no Facebook (sendo as mais usadas) foram monitoradas durante três meses dos 32 governos para determinar como essa rede social é usada.

As redes sociais mais utilizadas foram: Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. Apenas um governo subnacional atualmente não usa nenhuma dessas redes. No entanto, apesar do potencial dessas ferramentas, eles ainda não constituem um mecanismo de vínculo real entre o governo e os cidadãos. Finalmente, propõe-se uma proposta de estratégia para melhorar o uso das redes sociais pelos governos subnacionais.

**Palavras-chave:** governo aberto, governo eletrônico, redes sociais, TIC, web 2.0.

**Fecha Recepción:** Febrero 2017

**Fecha Aceptación:** Julio 2017

---

## Introducción

En los últimos años, el uso de herramientas tecnológicas como las llamadas redes sociales se ha hecho común y éstas han permitido poner en contacto en forma inmediata a un considerable número de personas, mismas que se reencuentran en Internet, donde intercambian información o manifiestan su sentir respecto de algún suceso.

En la actualidad, a partir del uso de Internet y de la web 2.0, las redes sociales se han convertido en un espacio en el cual el intercambio de información puede realizarse de forma continua a través de mensajería, blogs, chat, entre otras opciones; asimismo, los grupos de personas que conforman una red pueden compartir intereses, opiniones, generar apoyo y ayuda, integrarse temáticamente, generar un sentido de pertenencia o sociabilizar.

A partir de la innovación tecnológica, los gobiernos se modernizan y tienen ante sí la oportunidad de vincularse de manera más estrecha con los ciudadanos. Este cambio evolutivo tiene mucho que ver con la innovación tecnológica, pero también con nuevas formas de gobernar como el llamado gobierno abierto, que al parecer pretende dejar atrás un modelo en el que los ciudadanos participaban en la toma de decisiones solo a través de sus representantes.

Las redes sociales hoy en día se han convertido en un espacio con muchas oportunidades para cualquier ámbito de actividad productiva, y pueden ser un instrumento fundamental para construir nuevas relaciones de cercanía y participación social en las actividades gubernamentales.

En este contexto, se considera importante estudiar a los gobiernos subnacionales en México por ser un ámbito intermedio de gobierno que debe tener cercanía con los ciudadanos, pero al mismo tiempo su complejidad puede ser una limitante. Así, las herramientas tecnológicas permiten a estos gobiernos ser más visibles en un espacio virtual que también los posibilita para ser más transparentes y, sobre todo, cercanos.

Por ello, este trabajo tiene como objetivo conocer cuáles son las redes sociales más utilizadas por los gobiernos subnacionales en México, así como examinar la forma en que estas son utilizadas e identificar sus posibles limitaciones. Se parte del supuesto de que los gobiernos subnacionales utilizan redes sociales por tendencia ante el incremento de su uso, sin que esto signifique una relación de proximidad entre gobierno y ciudadanos.

Inicialmente se aborda conceptualmente el tema de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) vinculadas a la actividad gubernamental, para posteriormente identificar qué son las redes sociales y cuáles son los tipos de redes más comunes, así como su surgimiento y desarrollo.

Asimismo, se desarrolla un apartado sobre el gobierno y las redes sociales que plantea a partir de autores que han abordado el tema, las estrategias que pueden seguir los gobiernos para el uso de las redes sociales. Posteriormente, se presentan los datos obtenidos sobre el uso de las redes sociales por parte de los gobiernos subnacionales, resultado del seguimiento realizado, y finalmente, se plantea una propuesta para mejorar el uso de las redes sociales por parte de los gobiernos subnacionales en México.

### **Metodología**

Es un estudio exploratorio de carácter cualitativo, en el que se pretende conocer si actualmente los gobiernos subnacionales en México se han involucrado en el uso de las redes sociales más comunes, para ello se realizó en primera instancia una revisión documental para plantear un marco conceptual, así como conocer con mayor profundidad qué son las redes sociales y sus tipologías.

Posteriormente se realizó una exploración de las páginas web de cada uno de los gobiernos subnacionales para comprobar si en dichos portales se contemplaba a las redes sociales como una forma de poner en contacto a los ciudadanos con su gobierno. Una vez identificadas las redes sociales más utilizadas, se realizó un seguimiento de las publicaciones en Facebook durante tres meses (de abril a junio del presente año) de los 32 gobiernos utilizando tres variables: información (el gobierno provee información), interacción y participación, a fin de determinar cómo se usa esta red social en una visión aproximada, característica de un estudio exploratorio que a su vez permite identificar la tendencia que siguen los gobiernos y que puede servir como insumo para una investigación más profunda.

### **Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la actividad gubernamental**

En los años recientes, se han presentado grandes cambios a partir de los avances tecnológicos, las formas de comunicación han sido transformadas, así como la forma en que interactúan los individuos.

Muchos de los cambios y de los ejercicios de modernización de los gobiernos y las administraciones públicas se vinculan a la utilización de la tecnología, por ejemplo: las páginas web gubernamentales, mismas que cuentan con información considerada útil para los ciudadanos, pero principalmente es información que tiene que ver con las diferentes dependencias administrativas (directorio, funciones, organigrama), trámites y acciones realizadas.

La vinculación de las TIC a las actividades gubernamentales cada vez ha ido en aumento, impulsando el llamado gobierno electrónico cuya adopción ha modificado los procesos de gestión con la intención de mejorar en términos de eficiencia y eficacia.

El gobierno electrónico se convirtió en un componente clave de todo proceso de modernización estatal en la medida en que mejora la calidad de la información para la toma de decisiones agiliza los tiempos para procesar y entregar bienes y servicios, disminuye las cargas administrativas impuestas a la sociedad, fortalece las capacidades de fiscalización del Estado, facilita la rendición de cuentas e incentiva la transparencia y la participación ciudadana (Poggi, 2013).

El gobierno electrónico presenta con base en Contreras (2014) dos dimensiones: la interior, cuyo ámbito se refiere a la gestión interna (operaciones e información que fluye entre unidades administrativas) y la dimensión exterior, cuyo ámbito es la prestación de servicios, la oferta de información y la participación democrática.

La dimensión externa es la que permite la vinculación con la sociedad, a partir de la utilización de las TIC, la sociedad es una sociedad más informada y, por lo tanto, más demandante. Esto representa la posibilidad de un cambio comunicacional que los gobiernos deben tomar en cuenta para redefinir cómo acercarse a los ciudadanos.

Las TIC constituyen un conjunto particular de medios y, como tales, dependen en su integración y coherencia de los objetivos que se persigan (Pando, 2010), es decir, solo constituyen un instrumento que pueden utilizar los gobiernos para diversos fines.

### Concepto y tipos de redes sociales

En los años recientes hablar de redes sociales se ha convertido en algo cotidiano, sin embargo, es necesario precisar que la red social digital se entiende como “un espacio en el cual los individuos interactúan con otros mediante el uso de Internet, que se basa en software que permite el intercambio de información a través de mensajes, blogs, chats, entre otras opciones; asimismo, los grupos de personas que conforman una red pueden compartir intereses, opiniones, generar apoyo y ayuda, integrarse temáticamente, generar un sentido de pertenencia o sociabilizar” (Gómez, Contreras y Gutiérrez, 2016).

Existen diversas redes sociales, entre las más conocidas o más utilizadas actualmente están: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Whatsapp, Google+ y LinkedIn, entre otras. Sin embargo, es necesario identificar que obedecen a fines distintos. Por ejemplo, las que priorizan el establecimiento de relaciones sociales (Facebook), las que comunican o difunden información (YouTube) o las redes que establecen relaciones profesionales (LinkedIn).

A partir de un estudio sobre el uso de las redes sociales en España, realizado por Caldevilla (2010), identifica que existen aquellas cuyo uso privilegia la socialización y algunas otras cuyo uso puede ser más especializado o que obedece a intereses particulares; por ello, propone cinco tipos de redes sociales:

- Generales, que se identifican con Facebook y Twitter.
- Fans, en las cuales los usuarios comparten intereses en común como deportes, gastronomía, viajes, etc.
- Estados vitales, que son grupos específicos de personas como jóvenes, padres, abuelos.
- Contenidos, que son redes en las que se comparten videos o fotografías.
- Profesionales y activistas.

Aunque esta propuesta no es única, es útil para este trabajo porque permite ver que, de acuerdo con los objetivos que se persigan, el uso y la utilidad de las redes son distintos.

Las redes sociales más conocidas a lo largo de algunos años han sido: My Space en el año 2002, Hi5 en 2003, Facebook desde el 2004 al igual que LinkedIn, YouTube en el año 2005 y Twitter en el 2006, entre otras (Flores, 2009).

Entre las ventajas que se pueden reconocer en la utilización de estas redes es que permiten la socialización o la creación de grupos específicos, que comparten intereses o gustos afines a través de instrumentos virtuales, tienen la facilidad de utilizar la estructura y plataforma de la red, sin la necesidad de crear algo nuevo.

A través de estas herramientas se puede establecer comunicación en tiempo real, lo que ha generado recientemente que se organicen movimientos diversos de solidaridad que abanderan una causa, lo que permite crear espacios para iniciativas que surgen de la sociedad. Sin embargo, también es necesario señalar posibles desventajas de su uso, por ejemplo, la creación de perfiles falsos que pueden tener otros intereses distintos a los señalados anteriormente y el riesgo de que se manejen datos personales sin la debida precaución.

### **El gobierno y las redes sociales**

Los gobiernos y específicamente las administraciones públicas no han estado aislados de las redes sociales y su uso; por el contrario, cada vez es más recurrente que los gobiernos hagan sentir su presencia a través de las redes más conocidas. Desde la óptica de Criado (2013), las redes sociales se han incorporado al ámbito público a través de una experimentación informal y de una amplia y elevada difusión, aunque no necesariamente bajo una estrategia construida para generar mayor cercanía con la sociedad.

Tal como se ha señalado, las redes sociales no son iguales, su comportamiento es diferente, pero tienen en común el permitir fácilmente la comunicación entre personas. A través estas redes, la sociedad está presente en un entorno virtual que representa tanto beneficios de comunicación y conexión entre individuos como problemas de privacidad y falta de confianza en la información que ahí se difunde (Díaz, 2011).

Para los gobiernos el uso de redes sociales puede tener ventajas tales como: estar presente de forma permanente entre la ciudadanía a través de la información oportuna y constante de las acciones realizadas; mantener comunicación en tiempo real con los ciudadanos; conocer la opinión ciudadana sobre acciones; programas o acontecimientos lo que permitiría a los gobiernos tener un pulso más cercano del interés general y actuar en consecuencia.



Entre los riesgos que conlleva el uso de redes sociales por parte de los gobiernos, es que los comentarios poco favorables a su gestión pueden ser eliminados, es decir, los gobiernos pueden ser selectivos con esta información y restar credibilidad a las publicaciones; los falsos perfiles creados por los ciudadanos con un fin distinto a la interacción con su gobierno o los llamados *bots* (término que deriva de Robot) y que son una simulación de usuarios que se utilizan para imprimir tendencias como generar más “me gusta”, críticas o contrarrestar opiniones negativas, aunque pueden ser detectados no están regulados.

Sin embargo, a pesar de algunos inconvenientes, el uso de la tecnología, específicamente las redes sociales pueden ser una herramienta muy importante para la gobernanza, misma que implica nuevas relaciones entre gobierno y sociedad. Para García (2013), las redes sociales trasladan el gobierno a la calle. Sin embargo, en esta era tecnológica, no solo se trata de usar redes sociales para parecer moderno, innovador, sino debe existir un objetivo claro.

En la actualidad, las redes sociales son un instrumento que permite establecer relaciones de proximidad virtual, un ejemplo de ello son las campañas políticas que mediante el uso de ciertas plataformas un candidato puede generar un mayor número de seguidores o influir en la opinión de quienes están indecisos. Un caso de campaña política exitosa entre otras cosas por el manejo de redes sociales fue la de Barack Obama en las elecciones presidenciales de 2008 en los Estados Unidos.

En el caso de los gobiernos y las administraciones públicas la cercanía con la sociedad es fundamental, en situaciones de emergencia o de seguridad pública, la rapidez con que fluye la información a través de las redes sociales es un factor importante para tomar decisiones oportunas.

A pesar de reconocer ventajas y ciertas desventajas, un hecho es indiscutible, las redes sociales han transformado la forma en que los individuos se relacionan y poseen un gran potencial de difusión de información, esto ha permeado en el ámbito gubernamental y abre la puerta a acciones innovadoras. Sin embargo, ¿qué deben considerar los gobiernos en esta era del uso de redes sociales digitales? Criado y Rojas (2013) señalan:

Las redes sociales en las administraciones públicas implican tres aspectos: (a) ciudadanos que son potenciales agentes activos en la producción de contenidos web (o prosumidores); (b) la extensión de la idea de la inteligencia colaborativa, es decir, la evidencia de que la innovación pública se encuentra también fuera de los límites formales de la organización; (c) así como la creciente desintermediación de las actividades entre organizaciones e individuos particulares. En definitiva, todo lo anterior refleja un nuevo escenario para la colaboración, la transparencia, la participación y la rendición de cuentas dentro del ámbito público.

Es indispensable establecer con claridad qué redes van a utilizarse y para qué, ya que la interacción a través de ellas no solo se ha incrementado considerablemente entre individuos, sino que se ha creado una percepción distinta del tiempo y el espacio, dan lugar a una sensación de inmediatez de los acontecimientos y una aceleración en los procesos (Cornejo y Tapia, 2011).

Por lo anterior, es importante que los mensajes que los gobiernos deseen dar a conocer a la sociedad a través de redes atiendan elementos como: la información (qué tipo de información se incluye), el discurso (debe ser claro), escoger los destinatarios, elaborar las herramientas idóneas (facilidad de acceso y reproducción), la visibilidad (Caldevilla, 2009).

Desde la perspectiva de Mergel (2013), las redes sociales en los gobiernos pueden ser utilizadas a partir de tres estrategias:

1. Uso de redes para representación de la agencia.
2. Uso para generar compromiso de los ciudadanos.
3. Trabajo en red con la sociedad.

En el primer caso, el uso de las redes sociales representa una forma en que las dependencias gubernamentales estén presentes en la sociedad a través de las redes más conocidas o más utilizadas; son herramientas que le permiten a los gobiernos utilizar plataformas sin costo, pero esta alternativa no es más que una extensión de los portales web (Criado y Rojas, 2013). Es decir, solo se provee de información de manera unidireccional, Mergel (2013) lo llama estrategia *push*.

En el segundo caso, generar compromiso de los ciudadanos requiere de interacción. Redes como Facebook y Twitter pueden ser espacios para lograrlo, siempre y cuando exista la posibilidad de generar comentarios y tener la certeza de la respuesta, de lo contrario solo se trata de la estrategia *push*.

Facebook posee un abanico amplio de opciones para configurar el perfil, por lo que bajo esta estrategia es indispensable que los ciudadanos tengan la oportunidad de generar comentarios y que estos puedan ser replicados. Para el caso de Twitter, bajo la condición de que la cuenta sea pública, los mensajes (tuits) de un usuario, pueden ser difundidos por otro(s) usuario(s) a lo que se le conoce como retuit. En cualquier caso, existe la posibilidad de la réplica.

A esta estrategia Mergel (2013) la llama *pull*, porque permite un acercamiento con los ciudadanos con la intención de generar un compromiso; sin embargo, la autora también señala que estas experiencias aún son escasas en el sector público, aunque si existen ejemplos considerados como mejores prácticas en organizaciones de la iniciativa privada.

La tercera estrategia, también llamada *networking*, implica interactuar, socializar, compartir y coproducir actividades con los ciudadanos. Esto puede dar como resultado la creación de nuevos servicios públicos o aún más, la extensión de los servicios públicos electrónicos a través de las tecnologías sociales (Criado y Rojas, 2013).

La utilidad de las redes sociales para los gobiernos es amplia. El llamado Gobierno Abierto (GA) desde hace poco más de un lustro ha representado una “nueva” forma de gobernar utilizando el avance tecnológico, impulsando la idea de un mayor acercamiento a la sociedad a través de tres elementos: transparencia, participación y colaboración.

Un GA es un gobierno que genera confianza, que puede dar mejores resultados, mayores niveles de cumplimiento, mayor equidad de acceso a la formulación de políticas públicas (OCDE, 2010). En este panorama, las redes sociales pueden ser el instrumento que permita a los gobiernos mejorar sus capacidades mediante el involucramiento de la ciudadanía en un proceso deliberativo y conversacional (Roa, 2013).

Acevedo (2017) puntualiza que no se trata de entregar el poder público en Twitter, pero resalta que las redes sociales han comenzado, progresivamente, a distribuir la voz pública. Por lo tanto, escuchar y tomar en cuenta lo que piensan los ciudadanos es una tarea fundamental para definir las agendas públicas.

Los retos que enfrentan los gobiernos en esta era digital no son pocos; sin embargo, el uso de redes sociales no debe ser visto como una moda, sino como una oportunidad de diseñar nuevos horizontes en la relación gobierno-sociedad, en donde un uso responsable significa mayores beneficios.

Los gobiernos deben considerar el uso de las redes sociales como herramientas estratégicas para servir a los ciudadanos (Khan, 2017), bajo el conocimiento de sus ventajas e inconvenientes.

### **México y las redes sociales**

En los años recientes, el acceso a Internet se ha incrementado considerablemente a nivel mundial, de acuerdo con la CEPAL, en el último quinquenio se aceleró el avance de Internet en América Latina y el Caribe: 55% de sus habitantes usaron la red en 2015, 20 puntos porcentuales más que en 2010. La penetración de las conexiones en banda ancha también creció fuertemente, particularmente en la modalidad móvil, la que pasó de 7% a 58% de la población (CEPAL, 2016).

La posibilidad del acceso móvil marca una nueva tendencia: los ciudadanos están no solo mejor informados, sino también pueden ser más activos en el intercambio de información. Acevedo (2017) señala que América Latina es la región más activa del mundo en redes sociales. De acuerdo con Katz (2015), 78.4% de los usuarios de Internet en la región participan en redes sociales digitales, frente a un promedio mundial de 63.6%. Por ejemplo, en 2016 Facebook fue el segundo sitio web más visitado de la región, pero como red social

ocupa el primer lugar. En 2015, comScore<sup>1</sup> reportó que los latinoamericanos dedican a las redes sociales más tiempo que a cualquier otra actividad de Internet.

La única red social de origen latinoamericano es Taringa, que actualmente está posicionada entre las 10 redes más importantes en la región. Sin embargo, solo representa el 19% del número de visitantes de Facebook (Katz, 2015).

Esto hace suponer que, si existiera una mayor comunicación entre gobierno y ciudadanos a través de medios electrónicos, específicamente las redes sociales, la confianza en las acciones gubernamentales podría ser mayor. Sin embargo, el reto es muy grande para los gobiernos porque implica cambios de comportamiento y cambios en la gestión.

En México, puede considerarse a Hi5 como la red social pionera (Sandoval y Saucedo, 2010), más tarde la versión en español de Facebook generó que muchos usuarios emigraran de la primera y se unieran a Facebook.

Actualmente, la tendencia en el uso de redes sociales digitales se ha visto favorecida por los dispositivos móviles, lo que puede representar una oportunidad para los gobiernos si se abren a la posibilidad de una relación cercana con la ciudadanía, ya que el intercambio de información es esencial en una sociedad que se mueve por y para la información (Díaz, 2011).

La Coordinadora de la Estrategia Digital Nacional (EDN)<sup>2</sup> dio a conocer que se calcula que en el 2016 México tenía 70 millones de usuarios de Internet, cuando en el 2012 tenía 40 millones, lo que significa un importante incremento; la meta de la EDN es llegar al año 2018 con 80 millones de usuarios. Asimismo, para el año 2016 se calcularon 113 millones de celulares y que en promedio las personas ocupaban siete horas de su tiempo para navegar por Internet (Notimex, 2016).

México refleja un uso importante de redes sociales a nivel mundial; en el 2014, del total de internautas registró un alcance de 98.2% de visitantes a sitios de redes sociales, mientras que

---

<sup>1</sup> comScore es una compañía dedicada a la investigación de marketing en Internet, que proporciona datos de marketing, servicios y comportamiento sobre el uso de Internet.

<sup>2</sup> La Estrategia Nacional Digital (EDN) es el plan de acción que pretende construir un México Digital, en el que la tecnología y la innovación contribuyan a alcanzar las metas de desarrollo del país. Se crea en 2013, su coordinadora es Alejandra Lagunes.

en América Latina fue de 95.8% y el promedio global fue de 87.1% (Marchant, 2014). En este año, la red más popular fue Facebook.

Durante 2016, El Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE), organización que realiza estudios de opinión pública aplicó una encuesta en la cual se reflejó que la red social más consultada fue Facebook con un 74.2% de preferencia, seguida de manera muy distante de WhatsApp, Twitter y otras (Rebolledo, 2016).

Un aspecto que explica el popular uso de las redes sociales es el aumento de la telefonía inteligente y el uso de dispositivos móviles, lo que pone al alcance de un mayor número de población el acceso a internet y a redes sociales.

Durante 2017, comScore con base en la medición realizada señala que Facebook sigue siendo la red social más utilizada entre los internautas mexicanos (Becerril, 2017), lo cual sugiere que puede ser una herramienta (bajo una estrategia definida) que los gobiernos pueden usar para vincularse en tiempo real con los ciudadanos.

Es importante precisar que el objetivo central de este trabajo es conocer cuáles son las redes sociales utilizadas por los gobiernos subnacionales. Con un estudio exploratorio se busca identificar si estos gobiernos se han involucrado en el uso de las redes, al menos es un indicador que muestra si el asunto representa alguna importancia en esta era tecnológica.

Se realizó una búsqueda y exploración de las páginas web de cada gobierno subnacional para constatar si en ellas se incluía alguna referencia o vínculo de alguna red social, los hallazgos sobre las redes sociales utilizadas se presentan en la Tabla 1.

Posteriormente, se realizó un seguimiento simple de la red más utilizada para observar la cómo se usa, es decir, si solo comparte información, si la ciudadanía puede hacer comentarios, si es posible compartir las publicaciones o, bien, si se sigue alguna estrategia que pueda percibirse.

**Tabla 1.** Redes sociales contempladas en las páginas web de los gobiernos por entidad federativa.

Entidad Federativa	 Facebook	 Twitter	 YouTube	 Instagram	 Otras
Aguascalientes	✓	✓	✓	✓	
Baja California	✓	✓	✓		Metatube
Baja California Sur	✓	✓	✓	✓	
Campeche					No contempla ninguna red
Ciudad de México	✓	✓	✓	✓	
Coahuila	✓	✓			Slideshare Pinterest
Colima	✓	✓	✓		blogspot
Chiapas	✓	✓	✓		Tumblr, RSS
Chihuahua	✓	✓	✓		
Durango	✓	✓	✓	✓	
Guanajuato	✓	✓	✓		
Guerrero	✓	✓	✓		
Hidalgo	✓	✓	✓		
Jalisco	✓	✓	✓		
México	✓	✓	✓		
Michoacán	✓	✓	✓		
Morelos	✓	✓	✓		
Nayarit	✓	✓			
Nuevo León	✓	✓	✓		
Oaxaca	✓	✓			
Puebla	✓	✓	✓	✓	
Querétaro	✓	✓	✓	✓	
Quintana Roo	✓	✓	✓	✓	
San Luis Potosí	✓	✓	✓		
Sinaloa	✓	✓			
Sonora	✓	✓	✓		
Tabasco	✓	✓	✓		
Tamaulipas	✓	✓	✓		
Tlaxcala	✓	✓		✓	
Veracruz	✓	✓	✓		

Yucatán	✓	✓			
Zacatecas	✓	✓	✓	✓	Snapchat
Total	31	31	25	9	5

Fuente: elaboración propia con base en las páginas web de las entidades federativas.

Como se ha señalado anteriormente, en México una de las redes sociales más usadas es Facebook, con base en la tabla anterior podemos observar que de las 32 entidades federativas que conforman el país, 31 la consideran en su página web, además de Twitter. Los que podría significar que los gobiernos son de vanguardia, que utilizan este medio para estar presentes en la sociedad.

Adicionalmente, 25 estados suman a las redes ya mencionadas a YouTube, la “red de contenido” como la llama Caldevilla (2010), que permite difundir información mediante videos, que por lo regular son videos que dan a conocer acciones gubernamentales. Son nueve casos que hacen uso de Instagram, otra red más reciente que fue comprada por Facebook en 2012, y es una aplicación a la que se ha atribuido como valor principal la capacidad de interacción a través de la fotografía. Además, permite compartir dichas instantáneas en diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest y Flickr. (Caerols, Tapia, Carretero, 2013). Otros casos, los menos, incluyen alguna otra red.

Llama la atención el caso de Campeche, que es el único caso en el cual el gobierno estatal no muestra la inclusión de redes sociales como herramienta de comunicación con los ciudadanos, lo cual puede obedecer a que no se considera una prioridad.

Con base en la Tabla 1, se considera que Facebook (FB) es una de las redes sociales más utilizadas, por lo que se realizó un seguimiento simple de esta red durante de los meses de abril, mayo y junio de 2017, a fin de identificar algunos elementos que permitieran saber cómo se utiliza.

El uso de redes sociales por parte de los gobiernos debe implicar una estrategia digital; uno de los factores a considerar para saber si el uso de una herramienta tecnológica como una red social es exitosa son los indicadores métricos, por ejemplo: el tamaño de la comunidad o audiencia que se interesa por las publicaciones, el número de seguidores o el número de “likes” o “me gusta” (Villaveces, 2017).



Por lo anterior, la Tabla 2 muestra los datos del número de seguidores, el número de “me gusta” obtenidos de cada cuenta de Facebook de los gobiernos subnacionales, también se observó que en el total de los casos existe interacción, es decir, los ciudadanos pueden hacer comentarios y pueden obtener respuestas. El número registrado de “me gusta” son a la página de FB y son un indicador métrico necesario para considerar exitosa o no una página.

**Tabla 2.** Características del uso de Facebook en los gobiernos subnacionales.

Gobierno del Estado	No. de seguidores	Me gusta	FB
Aguascalientes	25,420	25,327	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoAguascalientes/">https://www.facebook.com/GobiernoAguascalientes/</a>
Baja California	42,734	43,056	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoBC/">https://www.facebook.com/GobiernoBC/</a>
Baja California Sur	54,217	54,230	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoBCS/">https://www.facebook.com/GobiernoBCS/</a>
Ciudad de México	289,744	291,790	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoCDMX/">https://www.facebook.com/GobiernoCDMX/</a>
Coahuila	33,477	33,479	<a href="https://www.facebook.com/gobiernocoahuila/">https://www.facebook.com/gobiernocoahuila/</a>
Colima	50,947	50,366	<a href="https://www.facebook.com/gobiernoocolima/">https://www.facebook.com/gobiernoocolima/</a>
Chiapas	22,393	22,402	<a href="https://www.facebook.com/gobiernoodechiapas/">https://www.facebook.com/gobiernoodechiapas/</a>
Chihuahua	228,513	229,804	<a href="https://www.facebook.com/gobiernoochihuahua/">https://www.facebook.com/gobiernoochihuahua/</a>
Durango	108,509	108,175	<a href="https://www.facebook.com/gobdgo/">https://www.facebook.com/gobdgo/</a>
Guanajuato	157,993	159,050	<a href="https://www.facebook.com/gobiernooguanajuato/">https://www.facebook.com/gobiernooguanajuato/</a>
Guerrero	229,364	232,482	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoGuerrero/">https://www.facebook.com/GobiernoGuerrero/</a>
Hidalgo	44,619	44,731	<a href="https://www.facebook.com/gobhidalgo/">https://www.facebook.com/gobhidalgo/</a>
Jalisco	340,133	342,883	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoJalisco/">https://www.facebook.com/GobiernoJalisco/</a>
México	325,700	328,418	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoCDMX/">https://www.facebook.com/GobiernoCDMX/</a>
Michoacán	311,732	312,128	<a href="https://www.facebook.com/gobmichoacan/">https://www.facebook.com/gobmichoacan/</a>
Morelos	Sin información	64,067	Gobierno Estado de Morelos
Nayarit	20,420	20,859	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoNayarit/">https://www.facebook.com/GobiernoNayarit/</a>
Nuevo León	238,245	237,758	<a href="https://www.facebook.com/gobierno nuevoleon/">https://www.facebook.com/gobierno nuevoleon/</a>

Oaxaca	65,223	65,828	<a href="https://www.facebook.com/GobOax/">https://www.facebook.com/GobOax/</a>
Puebla	3,615	3,276	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoDigitalPuebla/">https://www.facebook.com/GobiernoDigitalPuebla/</a>
Querétaro	139,134	139,588	<a href="https://www.facebook.com/GobQro/">https://www.facebook.com/GobQro/</a>
Quintana Roo	20,180	19,800	<a href="https://www.facebook.com/GobQuintanaRoo/">https://www.facebook.com/GobQuintanaRoo/</a>
San Luis Potosí	31,127	31,130	<a href="https://www.facebook.com/GobEdoSLP/">https://www.facebook.com/GobEdoSLP/</a>
Sinaloa	26,973	26,842	<a href="https://www.facebook.com/sinaloagobmx/">https://www.facebook.com/sinaloagobmx/</a>
Sonora	44,616	26,973	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoSonora/">https://www.facebook.com/GobiernoSonora/</a>
Tabasco	49,912	49,818	<a href="https://www.facebook.com/gobiernoetabasco/">https://www.facebook.com/gobiernoetabasco/</a>
Tamaulipas	141, 333	141,053	<a href="https://www.facebook.com/GobTamaulipas/">https://www.facebook.com/GobTamaulipas/</a>
Tlaxcala	73,969	73,540	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoestadodeTlaxcala/">https://www.facebook.com/GobiernoestadodeTlaxcala/</a>
Veracruz	170,623	172,052	<a href="https://www.facebook.com/GobiernoVeracruz/">https://www.facebook.com/GobiernoVeracruz/</a>
Yucatán	50,917	51,267	<a href="https://www.facebook.com/gobierno.estado.yucatan/">https://www.facebook.com/gobierno.estado.yucatan/</a>
Zacatecas	72,861	73,971	<a href="https://www.facebook.com/gobiernozac/">https://www.facebook.com/gobiernozac/</a>

Fuente: elaboración propia con base en la exploración de Facebook concluida el 27 de julio de 2017.

Los datos anteriores permiten constatar el potencial de redes sociales como Facebook, un gobierno puede comunicarse con mayor rapidez con los ciudadanos, pero no se debe olvidar que ellos son sujetos activos.

Con base en el seguimiento realizado y a partir de la variable *información* se encontró que al menos en 31 gobiernos subnacionales Facebook es utilizada como una red que permite la representación de la agencia (Mergel, 2013), es decir, la presencia del gobierno correspondiente. Es un medio utilizado para proporcionar información sobre el gobierno y sus acciones en el momento mismo del suceso.

Lo anterior sugiere que el uso que dan los gobiernos a FB corre el riesgo de no ser trascendente en la medida en que es un uso unidireccional, lo cual a pesar de ser una de las estrategias consideradas por Mergel (2013) rompe con la idea básica de uso de una red social que es la

interacción o el intercambio de información. De cualquier manera, la comunicación constante, veraz y actualizada es un factor importante para generar confianza en la ciudadanía. Con esta estrategia solo se considera que existe una presencia virtual del gobierno.

Respecto de la variable *interacción*, llama la atención que a pesar de los datos acerca del número de seguidores, que supondría una relación más dinámica entre los gobiernos y ciudadanos, se encontró que las publicaciones que realizan los gobiernos cuentan con pocos comentarios y pocas reacciones de los ciudadanos. Las publicaciones son constantes y por lo general se refieren a acciones realizadas, avisos o bien actividades culturales.

En el total de los gobiernos subnacionales que utilizan Facebook las páginas están habilitadas para hacer comentarios, sin embargo, los ciudadanos ocasionalmente los hacen, aunque se pudo constatar que reciben respuestas. Esto refleja que las publicaciones realizadas no son muy atractivas para los ciudadanos, por lo que sería necesario definir una estrategia que logre un acercamiento con los ciudadanos.

Cuando se habilitan mecanismos de comunicación mediante la plataforma de FB, los gobiernos adquieren compromisos, tal vez esta es la razón por la cual no se advierte mayor interés en rediseñar contenidos que resulten más atractivos y den lugar a mayor interacción.

La tercera variable de análisis fue la *participación*, como resultado se obtuvo que en ningún caso se hace uso de las redes sociales para convocar o incentivar la participación de los ciudadanos en algún asunto público.

Como se ha señalado, el gobierno abierto se dice *abierto*, porque sus pilares son: transparencia, participación y colaboración. En este contexto, las redes sociales pueden ser una herramienta fundamental para lograr que los gobiernos se abran a la sociedad que es su razón de ser. Sin embargo, el solo uso de redes sociales no representa por sí mismo haber dado pasos firmes en la construcción del GA, ya que esto se lograría si se aplicara al menos la estrategia *pull* de Mergel (2013).

A partir de los hallazgos, se concluye que aun cuando 31 gobiernos subnacionales (de un total de 32) hacen uso de redes sociales, esto no significa que exista una relación de proximidad entre ellos y la ciudadanía. Es cierto que se abren canales de comunicación distintos a través del uso de herramientas tecnológicas, específicamente redes sociales como Facebook (una de las más conocidas) y que por tendencia se ha incrementado su uso entre la ciudadanía, pero, a pesar de ello, falta construir una estrategia que permita sentar las bases de una relación más cercana.

Las redes sociales son una oportunidad de vincular a los gobiernos con la sociedad, de establecer relaciones de proximidad, pero se requiere considerar algunos aspectos para generar mejores y mayores resultados:

- Definir objetivos claros sobre el uso de las redes sociales,
- Definir qué red(es) se utilizará(n), por qué y para qué,
- Establecer como compromiso dar respuesta a los comentarios, sugerencias o críticas emitidas por los ciudadanos.
- Canalizar comentarios, sugerencia o críticas a fin de transformarlos en insumos para mejorar.
- Considerar la permanente actualización de la red que se vaya a utilizar, para ello es necesario disponer de recursos financieros, organizacionales y humanos.
- Establecer mecanismos de seguimiento a las acciones emprendidas como respuesta a las manifestaciones realizadas por la ciudadanía a través de las redes.

Las redes sociales permiten pulsar de manera inmediata cuál es la opinión de la ciudadanía sobre el desempeño gubernamental, su uso no es sinónimo de modernidad *per se*, sino es un primer paso hacia la apertura.

Este estudio puede tener la limitación de no establecer un ranking en el uso de las redes sociales, pero no era el objetivo, sin embargo, si puede dar la pauta para estudios posteriores en el ámbito de los gobiernos subnacionales para profundizar en el tema.

## **Conclusiones**

Las redes sociales digitales son una innovación tecnológica que ha cambiado el comportamiento de la sociedad, la forma de comunicarse y de compartir afinidades u opiniones, sin embargo, a pesar de ser una oportunidad para que los gobiernos no solo se acerquen a los ciudadanos, sino que infundan mayor confianza, aun no se ha logrado establecer una estrategia que permita dar el sentido de participación y colaboración que exige por ejemplo un modelo de gobierno abierto.

La sola utilización de Facebook o Twitter no crea valor público mientras solo se proporcione información de manera unidireccional, es decir, cuando solo se entiendan las redes sociales digitales como algo moderno, que todos usan, y que al hacerlo solo se publicite la acción gubernamental, dejando fuera la posibilidad de la participación social.

La utilización más avanzada en el uso de las redes sociales es el mayor reto para los gobiernos y sugiere la posibilidad de realizar acciones tales como definición de políticas públicas o toma de decisiones a partir de la participación mediante estos canales de comunicación, sin embargo, aún hay grandes limitaciones para ello.

El intercambio de información en la actualidad ha sufrido una reconfiguración a partir del uso de las redes sociales digitales; adicionalmente podemos señalar que un alto porcentaje de la población joven es usuario asiduo, lo cual representa la posibilidad de lograr ciudadanos más interesados en los asuntos públicos. Las redes sociales también generan una influencia importante en la opinión de los ciudadanos, esto puede traducirse en una fuente de legitimidad trascendental.

Con este trabajo exploratorio se puede advertir que la mayoría de los gobiernos subnacionales en el país han optado por el manejo y uso de redes sociales, pero esto solo se identifica con las tendencias de la digitalización, se logra una presencia virtual que no se traduce en confianza de la ciudadanía, ni en una relación de cercanía. Establecer una relación de naturaleza bidireccional genera compromisos, colaboración y transparencia.

Por lo anterior, la idea de un gobierno abierto, aunque ha avanzado en México y se cuenta con un plan de acción, es indispensable lograr otros cambios a partir de la utilización de las

TIC, específicamente de las redes sociales, cambios que van desde la cultura organizacional hasta la creación de mecanismos para considerar la opinión de la ciudadanía. Lograr la colaboración es algo fundamental, significaría ir de la mano con la sociedad en la construcción de una nueva forma de gobernar.

## Bibliografía

- Acevedo, S. (2017, 17, 01). “Escúchame cuando te hablo”. Big Data para gobiernos más abiertos. *governarte ideas innovadoras para mejores gobiernos*. [Web log post]. Recuperado de <http://blogs.iadb.org/governarte/2017/01/17/escuchame-cuando-te-hablo-big-data-para-gobiernos-mas-abiertos/>
- Becerril, A. (2017, 10 de enero). Las tendencias digitales para el 2017, según conScore. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2017/01/10/las-tendencias-digitales-2017-segun-comscore>
- Caerols, R., Tapia, A., Carretero, A. (2013). Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, (124), 68-78.
- Caldevilla, D. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. *Pensar la publicidad*, III (2), 31- 48.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- CEPAL, (2016). Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe 2016. Recuperado de <http://www.cepal.org/es/publicaciones/40528-estado-la-banda-ancha-america-latina-caribe-2016>
- Contreras, L. (2014). El cambio institucional y el gobierno electrónico. En Ruiz, L., Morales, J. & Contreras, L. (Coords.). *Perspectivas del gobierno electrónico local en México* (pp.57- 85). Toluca, México. UAEM, IAPEM, IAPAS

- Cornejo, M. & Tapia, M. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades*, XII (24), 219-229. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010>
- Criado & Rojas (2013). Aproximación general sobre la adopción y uso de las redes sociales en las administraciones públicas. En Criado, J. Ignacio y Rojas-Martín, Francisco (eds), *Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto* (16-31). Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- Díaz, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma Social. Revista de Ciencias Sociales*. (6), 1- 26.
- Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*. XVII (33), 73- 81.
- García, J. (2013). Nuevas exigencias para el periodismo. Gobiernos en la calle y ciudadanos en las redes sociales. *Revista TELOS* (Cuadernos de Comunicación e Innovación). (94), 58- 67. Recuperado de [https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80104/seccion=1267&idioma=es\\_ES.do](https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros80104/seccion=1267&idioma=es_ES.do)
- Gómez, M., Contreras, L., Gutiérrez, D. (2016). El Impacto de las Tecnologías De Información y Comunicación (TIC) en el Proceso de Enseñanza Aprendizaje. *Innovación Educativa*. 16 (71), 61- 80.
- Katz, R. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. España. Fundación Telefónica. Recuperado de [https://www.fundaciontelefonica.com/arte\\_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/430/](https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/430/)
- Khan, G. (2017). *Social Media for Government. A Practical Guide to Understanding, Implementing, and Managing Social Media Tools in the Public Sphere*. Singapore: Springer Nature.

- Marchant, I. (2014, 1 de agosto). El Estado Social Media en México. Recuperado de <http://www.comscore.com/lat/Insights/Blog/El-Estado-de-Social-Media-en-Mexico>
- Mergel, I. (2013). Social media adoption and resulting tactics in the U.S. federal government. *Government Information Quarterly*; 30 (2), 123-130. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2012.12.004>
- Notimex (2016, 27 de octubre). México tercer lugar mundial en uso de redes sociales. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2016/10/27/mexico-tercer-lugar-mundial-uso-redes-sociales>
- OECD (2010). Guiding Principles for Open and Inclusive Policy Making. Background document for expert meeting on “Building an open and innovative government for better policies and service delivery” Paris, 8-9 June. Recuperado de <http://www.oecd.org/gov/46560128.pdf>
- Pando, D. (2010). Tecnologías de Información y Gestión del Cambio en las Administraciones Públicas. *V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política*. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires. Recuperado de <http://www.aacademica.com/000-036/172>
- Poggi, E. (2013). Gobierno electrónico, gobierno local y gestión tecnológica. En: Pando, D. y Fernández Arroyo, N. (comp.), *El gobierno electrónico a nivel local. Experiencias, tendencias y reflexiones* (pp. 71- 95). Buenos Aires: CIPPEC y Universidad de San Andrés.
- Rebolledo, R. (2016, 16 de octubre). 7 datos de los interanutas mexicanos y su uso de redes sociales. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2016/10/16/7-datos-internautas-mexicanos-su-uso-redes-sociales>
- Roa, J. (2013). Las redes sociales, una potente herramienta al servicio del Open Government. En Criado, J. Ignacio y Rojas-Martín, Francisco (eds), *Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un*



*gobierno abierto* (pp. 119-139). Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya.

Sandoval, R. & Saucedo, N. (2010). Grupos de interés en las redes sociales. El caso de Hi5 y Facebook en México. *Tecnociencia Chihuahua IV* (3), 132-141.

Villaveces, S. (2017). ¿Cómo medir el impacto de su estrategia en redes sociales? Recuperado de <http://www.youngmarketing.co/como-medir-impacto-estrategia-redes-sociales-kpi/>