



## **Universidad Nacional Autónoma de México**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Descripción y análisis de: Elecciones Presidenciales vs Mundial de Fútbol  
a través de los principales Temas de Tendencia  
en la red sociodigital de Twitter del 14 de junio al 2 de julio de 2018.

Tesis para optar el grado de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**PRESENTA:**

Patricia Quetzalli Baeza Calzada

Director de tesis:

Mtro. Luis Ángel Hurtado Razo

Ciudad Universitaria, agosto de 2023.



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer enormemente a mis padres por todo el apoyo que me han brindado, y por creer en mí.

A mi padre Roberto Baeza, gracias por ser un papá excepcional, divertido y fuera de lo común, gracias por siempre apoyarme y escucharme en cada decisión de mi vida. Por tu carácter, nobleza y por ser el mejor papá que pudo darme la vida.

A mi madre Patricia Calzada que con su ejemplo y su trayectoria profesional me ha demostrado como se puede llegar a lograr nuestros sueños y metas. Por siempre regalarme una sonrisa y enseñarme que hay que disfrutar y reírnos con la vida, gracias por ser la mejor mamá.

A mi abuela, Emilia por el amor tan grande que me regala en cada comida y cariño incondicional.

A mi abuelo, Asunción que siempre ha estado orgulloso de mis pasos y que cantando me demuestra su amor.

A mi hermanita, Nayelli de la que aprendí enfoque, disciplina y pasión por lo que me gusta hacer.

A mi asesor Luis Ángel Hurtado por el inmenso apoyo que me ha brindado en mi carrera profesional y académica. Por su guía y ayuda en el desarrollo de esta investigación. Gracias por permitirme construir mi propio camino y desarrollar un trabajo de tesis.

A mí por crecer durante este proceso, y aceptar las dicias y los sueños que vienen adelante. Por aceptarme y luchar con grandes barreras.

A la vida, que me permite estar aquí en estos momentos escribiendo estas palabras.

A todos aquellos que de una forma u otra me apoyaron durante este proceso. También te agradezco a ti que lograste darme el mayor aprendizaje de la vida con tantas experiencias y conocimiento que me has llegado a aportar me hiciste quien soy hoy, una mujer poderosa.

## ÍNDICE

I) CAPÍTULO I El Espacio Público .....	6
1.1 ¿Qué es el Espacio Público? .....	7
1.2 El Espacio Público como lugar .....	7
1.3 Historiografía sobre la construcción conceptual del Espacio público .....	9
1.3.1 A manera de introducción - la idea de Aristóteles y la etapa griega.....	10
1.3.2 Percepción del Espacio público en los romanos .....	12
1.3.3 La Edad Media y el Espacio Público .....	14
1.3.4 La burguesía y el origen de las sociedades de pensamiento .....	17
1.3.5 El Espacio Público contemporáneo .....	20
1.3.6 La concepción del Espacio Público del siglo XX.....	22
1.3.7 La concepción del Espacio Público en México .....	27
1.4 Fragmentación del Espacio Público.....	29
1.4.1 ¿Qué es el Internet?.....	29
1.4.2 Características del Internet.....	30
1.4.3 El Espacio Público Digital (EPD).....	35
1.4.4 Características del espacio público digital .....	40
I) CAPÍTULO 2 La Opinión Pública .....	45
1.5 ¿Qué es la opinión pública? .....	45
1.6 Historiografía sobre la construcción conceptual de la Opinión Pública .....	46
1.6.1 El concepto de público como una implicación del Estado .....	46
1.6.2 Visión de Locke sobre la Opinión Pública .....	47

1.6.3	La Opinión Pública, un producto de la ilustración. ....	51
1.7	Habermas y la opinión pública .....	59
1.8	Características de la Opinión Pública. ....	70
II)	CAPÍTULO 3 La Opinión Pública Digital .....	73
1.9	Conformación de la opinión pública digital.....	73
1.10	Características de la Opinión Pública Digital .....	76
1.11	La Opinión Pública Digital en Twitter.....	80
III)	CAPÍTULO 4 Análisis de las tendencias en Twitter:Elecciones Presidenciales vs Mundial de Fútbol Rusia 2018.....	91
1.12	Metodología para análisis en Twitter.....	95
1.13	Antecedentes. ....	98
1.14	Análisis de Tendencias en Twitter .....	103
1.14.1	Tercer debate presidencial vs Impresionanti.....	105
1.14.2	Impresionanti .....	106
1.14.3	Inicio del mundial vs #LadyFacturas .....	109
1.14.4	#LadyFacturas.....	111
1.14.5	México juega en el mundial vs Javier Duarte.....	116
1.14.6	México - Korea vs #NiUnVoto a... ..	120
1.14.7	México- Suiza vs AMLOFEST .....	124
1.14.8	Elecciones Presidenciales 2018 .....	125
1.14.9	#AMLOyTrump vs #MexicoVsBrasil .....	132

II) Conclusiones .....	135
III) Bibliografía, referencias o fuentes .....	137
IV) Anexos .....	145





## INTRODUCCIÓN

Al inicio de la web 2.0, Internet se convierte en una herramienta en donde los usuarios pueden interactuar y opinar entre ellos con libertad sobre todo tipo de temas. La llegada de las redes sociales cambió la forma de relacionarse, comentar y opinar. Esto ha dado origen a un nuevo tipo de opinión pública, según mencionan los autores como Castells, Scolari y Meneses.

En México, el uso de redes sociales es relevante, ya que el tiempo promedio de acceso a Internet en este país es de 8 horas y 01 minutos, esto hace que ocupemos el cuarto lugar en el mundo (después de Filipinas, Brasil y Argentina) con usuarios que más tiempo gastan en uso de redes sociales.<sup>1</sup>

En 2018 había 74.3 millones de usuarios en Internet<sup>2</sup> de los cuales el 57% eran usuarios de Twitter.<sup>3</sup> Las elecciones de ese año tuvieron un papel importante dentro del Espacio público digital, ya que por primera vez, el Instituto Nacional Electoral (INE) formó una alianza con Twitter con el objetivo de brindar a la ciudadanía herramientas para ejercer un voto informado,<sup>4</sup> pues 9 de cada 10 internautas mexicanos se informaron en las redes sociales sobre temas relacionados con las elecciones y 4 de cada 10 mexicanos registrados en la lista nominal para votar en esas elecciones presidenciales tenían menos de 35 años, de acuerdo a un estudio de la Asociación mexicana de Internet.

---

<sup>1</sup> Global, U. (2018, 19 enero). *México, cuarto lugar a nivel mundial en uso de redes sociales*. Excélsior. <https://www.excelsior.com.mx/hacker/2018/01/18/1214650>

<sup>2</sup> Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2019, 2 abril). *EN MÉXICO HAY 74.3 MILLONES DE USUARIOS DE INTERNET Y 18.3 MILLONES DE HOGARES CON CONEXIÓN A ESTE SERVICIO: ENDUTIH 2018* [Comunicado de prensa]. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2018.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf)

<sup>3</sup> ENDUTIH (2018). *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018* (Comunicado de prensa).

Asimismo, el Instituto Nacional Electoral (INE) recibió 11, 388 preguntas que ciudadanos realizaron a través de las redes sociales Twitter y Facebook, para que respondieran los cuatro candidatos a la Presidencia de la República en el Tercer Debate Presidencial del 12 de junio del 2018. A través de un formato diseñado por el INE, la ciudadanía participó con 10,626 preguntas a través de Twitter y 762 por Facebook, así es como se puede observar la participación activa de los usuarios de Twitter durante ese proceso electoral.

Twitter, actualmente cuenta con casi 14 millones de personas y día a día establece nuevos récords: 140 millones de tuits diarios y 200 millones de cuentas en todo el mundo, pero este último número no deja de crecer, ya que cada día se unen a esta red 500 mil nuevos usuarios. Asimismo, se ha convertido en una herramienta fundamental para entender la dinámica de la agenda pública y prever los temas de mayor impacto en lo mediático. Mediante un análisis de los “hashtags” dominantes y los “trending topics” de un país, se pueden obtener interesantes inferencias sobre los temas que preocupan a la ciudadanía y a los medios de comunicación que cubren las noticias.

El presente trabajo se enfoca en las Elecciones 2018, se realiza un análisis de dos temas: las Elecciones Presidenciales de México y el Mundial de Fútbol Rusia 2018. A través de una metodología, demuestro que los usuarios de la red social de twitter tuvieron mayor interés por los temas centrados en el Mundial de Fútbol Rusia 2018.

Asimismo, se describen y analizan las características de los principales temas en tendencia que fueron del interés de la ciudadanía, con el fin de entender si el Espacio Público Digital en Twitter propicia la creación de una ciudadanía digital, además se realiza un estudio sobre los elementos necesarios para realizar una medición del número de hashtags durante el periodo que se llevó a cabo de manera simultánea.

Se examinó la interacción de usuarios dentro del Espacio Público Digital de la red social Twitter, donde las personas emiten sus opiniones y las hacen parte del debate público mediante el uso de “hashtags”. Para poder entender la composición de esta forma de interacción, primero tuvimos que adentrarnos al estudio del Espacio Público Digital, para lo cual partiré por definir este concepto y resaltar su importancia, así como sus aportaciones en ésta época donde la virtualidad predomina.

El Espacio Público a lo largo del tiempo ha sido una herramienta para la sociedad mediante la cual se ha logrado la interacción e intercambio de todo tipo de mercancías y servicios. Con la llegada de las sociedades burguesas, este espacio se volvió el escenario para la generación del discurso político de la ciudadanía que anteriormente había sido reservado para la clase alta en espacios privados.

Durante el último siglo se ha generado un nuevo concepto llamado Espacio Público Digital, el cual ha sido estudiado para poder entender las nuevas formas de interacción que se encuentran en la web 2.0 y ha sido abordado desde diversos enfoques con términos como ciberespacio, sociedad red, hipermediaciones, comunicación digital, esfera pública digital, entre otros, por lo que en el **primer capítulo**, además de presentar la definición de Espacio Público, se exponen puntos de vista de diferentes épocas como: la griega y la llegada del Internet.

Las redes sociodigitales están incrustadas en un contexto de interacción entre individuos que tienen en común compartir un interés, en un lugar específico y una temporalidad. Las tendencias justamente conjuntan estos tres elementos; son del dominio público (interés), se desarrollan en un periodo (tiempo) y en un contexto social, cultural e inclusive político, es por ello el interés por estudiar el Espacio Público Digital.

En el **segundo capítulo** se efectuó una revisión histórica sobre el concepto y debate de lo que es la Opinión Pública. Se explica cómo la llegada de las sociedades burguesas dio origen a un nuevo Espacio Público en donde se tenía libertad de alzar la voz, reflexionar sobre el entorno, de temas políticos-sociales.

También se explica mediante un análisis descriptivo la llegada de la prensa burguesa, producto de los debates que se sostuvieron en las distintas cafeterías de Europa, dicha actividad propició como en su momento planteara Marx en su obra “18 brumario de Luis Bonaparte” el origen de las clases sociales, las cuales tienen como principal característica el surgimiento de la propiedad privada, que derivó en la concepción que Habermas formulara sobre el Espacio Público y privado, que conlleva a reforzar el debate que existe sobre el concepto de Opinión Pública.

Finalmente el capítulo concluye con una diferenciación entre la Opinión Pública y la Opinión Pública Digital, ya que las similitudes y diferencias entre estos conceptos son importantes para enmarcar el debate de ideas que se realizó en el siguiente capítulo.

El **tercer capítulo** apartado de esta investigación se centra en la Opinión Pública Digital y las características que se le atribuyen, así como la llegada de la internet y cómo con esta se han presentado cambios en la forma de interactuar de las personas pues en esta época las nuevas formas se dan de sujeto a objeto, es decir, para poder interactuar comienza a estar de por medio la virtualidad. Se hace mención a la llegada de las redes sociodigitales y cómo se ha convertido en un espacio en donde las personas pueden expresar sus opiniones con cierto grado de libertad al generar discusiones y debate público dentro del Espacio Público Digital.

Esta tesis concluye con el **cuarto capítulo**, en donde a manera de cierre, se efectuó una revisión, descripción y análisis de las tendencias desarrolladas durante las Elecciones Presidenciales México y el Mundial de Fútbol de Rusia 2018 . Es un análisis cuantitativo que parte

de la pregunta ¿cuáles fueron las tendencias que perduraron durante los días analizados? Para esto se estableció una escala de prioridad de los temas que fueron de interés para los usuarios de Twitter.

El lector tendrá en sus manos un estudio minucioso de 173 hashtags que se desarrollaron en los 5 días elegidos, tendencias que son el sustento de la hipótesis de esta investigación: “la Opinión Pública en México conversó y discutió más sobre el desarrollo del mundial de Fútbol Rusia 2018, que sobre el proceso Electoral Presidencial a celebrarse ese mismo año en México”.

Mi intención al realizar el presente trabajo es dar a conocer cuales son los intereses que predominan en la agenda pública y la importancia comunicativa que tiene el Espacio Público Digital en la actualidad y lo que determina la construcción de una agenda pública en Twitter.

Patricia Quetzalli Baeza Calzada

Ciudad de México, 8 de febrero de 2023.

## **I) CAPÍTULO I El Espacio Público**

A partir del desarrollo y avances tecnológicos y comunicativos, el concepto de Espacio Público también ha sufrido una transformación en la concepción que formularán teóricos como Habermas, Arendt y Dewey durante el siglo XX, esto a partir de la incorporación de nuevos elementos en el terreno de la conformación del debate público.

El presente apartado tiene el objetivo de recopilar y analizar las distintas propuestas teóricas que se han efectuado sobre los conceptos: Espacio Público, Opinión Pública y Redes Sociodigitales. Esto con el fin de construir un basamento teórico que le dé solidez a la presente investigación.

Dentro del debate que se ha desarrollado sobre el Espacio Público, encontramos las propuestas en forma cronológica de Aristóteles, Arendt, Dewey y Habermas, sin embargo, la conformación de estas explicaciones se efectuó antes del surgimiento y desarrollo de Internet. También, uno de los fines que se buscan en este apartado es conformar una concepción de lo que algunos autores han llamado Espacio Público Digital o Virtual.

### **1.1 ¿Qué es el Espacio Público?**

Propiamente el término de Espacio Público (EP) cuando se analiza o se desarrolla, lleva implícito varios elementos, que van desde los integrantes que generan la llamada interacción social como lo menciona Habermas, hasta el ámbito del lugar donde se desarrolla esa interacción como lo dice Dewey. En este apartado hablaremos sobre el lugar.

### **1.2 El Espacio Público como lugar**

El significado del EP está sujeto a la interpretación y la construcción social de espacio y tiempo que tiene el autor. Según Ángel Sermeño el Espacio Público: “Es un concepto que está lejos de

poseer una semántica simple y libre de la necesidad de recurrir a elaborados ejercicios hermenéuticos”.<sup>5</sup>

Los urbanistas, definen el término desde el punto de vista físico, mientras que los científicos sociales se enfocan más en el estado relacionado con la construcción de un espacio que permita la convivencia social<sup>6</sup> Por un lado, el EP es definido, en este contexto, a través de dos dimensiones: 1) como un escenario meramente físico; y 2) como ese espacio de aparición propiciador de las relaciones políticas de los seres humanos.<sup>7</sup>

Manuel Delgado explica que, para arquitectos y diseñadores, el Espacio Público: “es el vacío entre construcciones que hay que llenar de forma adecuada a los objetivos de promotores”.<sup>8</sup> Así como los urbanistas abogan que en estos espacios se satisfagan las necesidades físicas urbanas, los estudiosos de las Ciencias Sociales buscan que estos espacios sean de racionalización y crecimiento del debate público, así como un espacio diverso en donde se congregate la población para diferentes usos y costumbres.

Por otro lado, Elke Schalack explica que estos espacios se denominan públicos si son accesibles públicamente. “Aquel espacio de propiedad pública o privada que es de libre acceso a la población de una ciudad, comuna o vecindario, para que esta pueda desarrollar actividades sociales, culturales, educacionales de contemplación y recreación”.<sup>9</sup>

Por consiguiente, se entiende que los Espacios Públicos forman parte de la cotidianidad de las personas, puesto que no sólo tienen la característica de ser superficies geográficas, sino que estos espacios forman parte del desarrollo y del haber histórico de la población, convirtiéndose en

---

5Sermeño, A. (2013). *Razón y espacio público en la democracia deliberativa. Una perspectiva habermasiana*. Andamios, Volumen 10, número 23, p. 205-231.

<sup>6</sup> González, P. (2018). *Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?* Ciudad de México: Gedisa, p. 29

<sup>7</sup> Navarro, L. (2017). *Entre esferas públicas y ciudadanía: Las teorías de Arendt, Habermas y Mouffe aplicadas a la comunicación para el cambio social*. Barranquilla Colombia: Universidad del Norte, p.55.

<sup>8</sup> Delgado, M. (2011). *El Espacio Público como ideología*. Madrid, España: Catarata, p. 9.

<sup>9</sup> Schalack, E. (2007). *Espacio Público*. Enero 2020, de Scielo.conacyt Sitio web: Scielo.conacyt.cl

símbolos que representan la identidad de un lugar. Issac Joseph lo define como “aquellos espacios donde se desarrolla una faceta de lo social, que hace posible observarnos a nosotros mismos como cultura”.<sup>10</sup>

Otros autores, retoman la idea de los espacios públicos como escenarios donde se buscan las prácticas sociales y se define como: “escenarios donde se gestan prácticas sociales que contribuyen al encuentro de las personas, debe ser habitable y, por tanto, impactar en la calidad de la vida urbana”<sup>11</sup> Estos, retoman la idea del espacio público como un lugar de calidad para el crecimiento de la ciudadanía, menciona Luis Valenzuela que: “La calidad de este tipo de espacios depende simplemente de la capacidad para integrar en su diseño y construcción la escala mínima en que ocurre la vida cotidiana”<sup>12</sup>.

Las calles, los parques, los restaurantes y actualmente las plazas comerciales se han convertido en espacios de encuentro, donde es posible la interacción entre diferentes personas. Menciona Balza, que dentro del Espacio Público se cumplen diversas funciones como, los roles estéticos, el estructurar la forma urbana, planificar las visitas, la contemplación, el uso educacional social y cultural<sup>13</sup>.

### 1.3 Historiografía sobre la construcción conceptual del Espacio público

Ciertamente hablar de la definición o la construcción del concepto de Espacio Público nos remite a realizar un recuento histórico que permita entender cómo se ha ido construyendo el término desde diferentes momentos históricos, sociales y por supuesto culturales, esto para

---

<sup>10</sup> Burbano, A. y Páramo, P. (2014). *La ciudad habitable espacio público y sociedad*. Colombia: Universidad Piloto de Colombia.

<sup>11</sup> Burbano, A. y Páramo, P. (2014). *La ciudad habitable espacio público y sociedad*. Colombia: Universidad Piloto de Colombia.

<sup>12</sup> Valenzuela, L. (2010). *Sustentabilidad en espacios colectivos de barrios vulnerables: lineamientos para una política de espacios públicos, directrices de gestión, diseño y mantenimiento*. 13 de abril de 2020, de Escuela de Arquitectura, Centro de Políticas Públicas e Instituto de Sociología. Universidad Católica de Chile Sitio web: polired.upm.es

<sup>13</sup> Sergio F. (1998). *Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: reflexiones sobre la experiencia chilena*. *EURE (Santiago)*, 24(71), 27-36. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71611998007100002>

dimensionar a los autores en el momento en que formularon su concepto, y entender porque en su momento definen al EP de esa forma.

### 1.3.1 A manera de introducción - la idea de Aristóteles y la etapa griega

El Espacio Público a lo largo de la historia ha sido interpretado desde diferentes perspectivas puesto que cada autor lo analiza desde la contemplación empírica que ha acumulado y lo que demandaba la coyuntura en el momento histórico. Algunos autores han denominado este concepto como Esfera Pública. Arendt, explican la existencia de la Esfera Pública desde la antigua Grecia.

Para Arendt, *la polis griega* era el paradigma de Espacio Público, porque se trataba del único lugar donde los seres humanos podían mostrar real e invariablemente quiénes eran. El *Oikos* y la *polis* se definen mutuamente. La *polis* la compone la ciudadanía, la comunidad y el conjunto de las casas, mientras que el *Oikos* es la familia, la casa o una hacienda. Dentro de ese espacio existía un representante de la *polis* que era el que tenía la autoridad ante los otros.<sup>14</sup> La polis griega organiza el espacio político como un plexo de relaciones simétricas y reversibles de todos con todos en torno a un centro.<sup>15</sup>

Se evidencian en estas ideas Arendtianas una preocupación por el otro: “¿quién eres tú?”. El núcleo básico de la *polis* griega era como se señala el *Oikos*. Este término, se traduce como “casa” y definía un concepto más amplio que engloba vivienda, familia y propiedades, aunque también se empleaba para designar concretamente a cada uno de estos tres componentes”<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup>Ezquerro, J. (2009). *Pólis y Caos. El espacio de lo político. Revistas UM*. <https://revistas.um.es/respublica/article/view/72391/69821> pp.4,37.

<sup>15</sup>Ezquerro, J. (2009). *Pólis y Caos. El espacio de lo político. Revistas UM*. <https://revistas.um.es/respublica/article/view/72391/69821> pp.23,37.

<sup>16</sup> Mirón M. (2014). *Entre la casa y el ágora*. Dialnet, XVIII, 14,33.

En vista de la complejidad etimológica, se debe analizar también el origen de este concepto. La idea de lo público lo toma Aristóteles con la técnica de la racionalidad reproductiva, que se logra entender cómo la actividad de estar en el debate político, esto se refiere al ámbito de lo público como *las polis* y el *Oikos* que hace referencia al ámbito privado de la sociedad.<sup>17</sup>

Aristóteles, fue de los primeros en llevar a cabo la separación entre un Espacio Público de un privado, es decir la *polis* griega y el *Oikos*, al otorgar cierto poder político a aquellos hombres que fueran propietarios de las tierras:

Lo que impedía a la política violar la vida privada de la ciudadanía y mantener como sagrados los límites que rodeaban cada propiedad no era el respeto hacia dicha propiedad, tal como se entiende, sino el hecho de que el que sin poseer una casa el hombre no podía participar en los asuntos del mundo debido a que carecía de un sitio que le perteneciera <sup>18</sup>

Lo anterior nos permite realizar una división del término exclusión, que podemos ejemplificar de la siguiente forma:

La ciudadanía que poseía pertenencias (tierras, objetos, recursos, etc.), pues esto les otorgaba el privilegio de participar en los asuntos del mundo, es decir se les otorgaba un poder político ante la sociedad.

Los individuos que contaban con la ciudadanía griega, porque esta era un elemento para poder acceder al debate público que excluía a todos aquellos que no fueran griegos, entre ellos esclavos, personas que no sean griegos y por supuesto mujeres. De hecho, las mujeres, aunque fueran griegas no tenían la posibilidad de adentrarse en el debate público, por el simple hecho de ser mujeres.

---

<sup>17</sup> Hurtado, L. (2023) *Fake News: El enemigo silencioso*, México, Plaza y Valdés. *Arquitectura de Internet y las Redes Sociodigitales*. Ciudad de México, 2019.

<sup>18</sup> Arendt, H (1993). *La condición humana*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

A su vez, la casa griega rural o urbana era también un lugar de trabajo en labores de producción ya que dentro se ubicaban talleres artesanales y espacio de almacenamiento y transformación de materia prima en donde las mujeres podían llevar a cabo las labores del hogar. Con el paso del tiempo el espacio del hogar se entiende como un lugar femenino separado del mundo de los hombres. Es por ello por lo que: “todo aquel varón que ejercía un trabajo que fuera dentro de casa era considerado por algunos autores como afeminado y debilitador del cuerpo y el carácter”.<sup>19</sup>

Uno de los lugares que era asignado como el espacio del hombre dentro de la casa era el *andrón*, es decir la sala de reuniones, su importancia radica en ese lugar, ya que ahí se llevaba a cabo el *Simposium* uno de los espacios simbólicos más singulares de la masculinidad griega. “Los *simposuim* eran reuniones nocturnas, donde los hombres, echados en lechos, bebían vino, comían, conversaban sobre diversos temas, se divertían y se relacionaban entre sí”.<sup>20</sup> En estos eventos no se permitía la entrada a mujeres que no fueran para el goce del hombre.

Estos espacios físicos y el uso que se le dio a cada uno de ellos nos describen la forma en que se veía al hombre y la mujer en la sociedad esto, diría Mirón: “manifiesta especialmente las relaciones de género como relaciones de poder”. Es decir, en esa época el pertenecer, y poder opinar en un Espacio Público era sinónimo de poder.

### **1.3.2 Percepción del Espacio público en los romanos**

Los romanos pertenecieron al crecimiento del Espacio Público, pues ellos tuvieron grandes logros arquitectónicos, entre ellos encontramos sus acueductos vías o calzadas, cloacas, puentes, túneles, edificios públicos tales como anfiteatros, circos, termas, baños, fuentes, arcos de triunfo,

---

<sup>19</sup> Mirón M. (2014). *Entre la casa y el ágora*. Dialnet, XVIII, 14,33.

<sup>20</sup> Mirón M. (2014). *Entre la casa y el ágora*. Dialnet, XVIII, 18,33.

bibliotecas etc.<sup>21</sup> Un ejemplo claro de esa creación de Espacios públicos que hicieron e innovaron las ciudades romanas son los acueductos, ya que estos eran un “sistema de un flujo constante de agua orientado al transporte de agua dentro y fuera de la ciudad<sup>22</sup>”.

La construcción de los acueductos proporcionaba el agua para fuentes, baños y villas, esto hizo que se crearán más espacios públicos y con ello la transformara las ciudades incluidas la capital del imperio Romano junto con la creación de vías que daban una puerta abierta al desarrollo del comercio, los viajes y el contacto con los más remotos puntos del imperio.<sup>23</sup>

Roma estaba abierta al comercio pues “gracias a las carreteras, los puentes conectados y el sistema administrativo, lograron que viajar fuera más fácil para los comerciantes romanos, soldados y ciudadanos.<sup>24</sup>

Esta característica los destacaba de otras ciudades pues gracias a esta forma física de construir sus ciudades la comunicación se volvía más efectiva eso creaba diversos espacios para el bien público que llevaban hacia la construcción de una ciudadanía y el encuentro social.

Es así es como empieza esa distinción entre las cosas públicas y las cosas de carácter privado, es decir: *el res publicae* y *las res privatae*<sup>25</sup>.

Rodríguez Montero menciona que Roma se encarga de perfeccionar *la polis* bajo el concepto de *respublica*, esencia misma de la idea de Estado que alcanzará su más perfecta manifestación en la República Francesa posrevolucionaria. Desde la polis griega y la *respublica* romana la idea

---

<sup>21</sup> Ponte V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Redalyc, XVII, pp. 112-139.

<sup>22</sup> Ponte V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Redalyc, XVII, pp. 112-139.

<sup>23</sup> Ponte V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Redalyc, XVII, pp. 113-139.

<sup>24</sup> Ponte V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Redalyc, XVII, pp. 111-139.

<sup>25</sup> Terrazas J. (2010). *El concepto de “res publicae”, I: la noción de “res” en el lenguaje de los juristas romanos*. Valparaíso, Chile. Revista de Estudios Histórico-Jurídicos [Sección Derecho Romano], XXXII, 127-158.

política antigua inició un camino azaroso, a través de la teoría y de la praxis, que concluyó en el Estado democrático-liberal del siglo XIX”.<sup>26</sup>

A mediados del siglo II d. C Gayo<sup>27</sup> distingue estos dos términos que etimológicamente hablando *el res publicae* o *res populi* se refiere a las cosas del pueblo romano. Es decir, las cosas públicas que no pertenecen a ningún privado sino a la colectividad, a la comunidad organizada en Estado ya que están destinadas al uso público, como los teatros, circos, ríos perennes, las plazas, los foros, las riberas de los ríos etc.<sup>28</sup>

Lo que era del Estado romano pertenecía también al ciudadano, quien disfrutaba de esos bienes en común con el resto de los ciudadanos, a diferencia de *las res privatae* que eran exclusivas. Menciona Fuenteseca que<sup>29</sup>:

“Son cosas cuyo propietario es el Estado y, por tanto, no se puede ser objeto de propiedad privada, si bien los particulares, pueden utilizarlas porque su destino consiste en el *usus publicus*, como las calles, plazas, teatros o baños públicos”<sup>30</sup>. Su fin se centra en el interés público.

Por su parte, Ortega las define como: “aquellos bienes pertenecientes al pueblo romano”.<sup>31</sup>

### 1.3.3 La Edad Media y el Espacio Público

Más adelante en la Edad Media los Espacios Públicos cumplen con diversas formas organizativas y urbanas distintas, pues dependían directamente del poder señorial, que en aquella

---

<sup>26</sup> Rodríguez R (2009). *Pablo Fuenteseca Díaz. Estudios de Derecho Romano* (Coord por: Margarita y Cristina Fuenteseca Degeneefe, Madrid, España, Centro de Estudios del Colegio de Registradores de la Propiedad y Mercantiles de España, 1788 p.1004.

<sup>27</sup> Castán S. (2013). *Reflexiones sobre el origen de las sucesiones en Roma. El testamentum calatis comitis y su relación con la sucesión intestada*. Revista Internacional de Derecho Romano, XV, 214- 287.

<sup>28</sup> Aponte V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Revista digital de derecho administrativo, XVII, 111-139.

<sup>29</sup> Aponte V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Revista digital de derecho administrativo, XVII, 117-139.}

<sup>30</sup> Fuenteseca P. (1978). *Derecho privado romano*, Madrid, p. 100. En este sentido Max Kaser. *Römisches Privatrecht*, München, p. 81.

<sup>31</sup> Ortega A. (2002) *Derecho privado romano*, Málaga, p. 99

época se instala como un derecho individual al servicio de la organización.<sup>32</sup> El origen del EP desde la época griega se identifica con los modelos de las Ágoras es decir las plazas públicas griegas que se entendían como: “El lugar concreto donde los ciudadanos deben reunirse para debatir sobre asuntos concernientes al gobierno de la ciudad”.<sup>33</sup>

A diferencia del Ágora griega la plaza pública medieval no posee un marco arquitectónico que separe el Espacio Público de los barrios residenciales, las calles se ligan directamente con ellas y las propias construcciones marcan sus límites.<sup>34</sup>

La construcción de estas ciudades llevaba a la urbanidad en donde se buscaba satisfacer las necesidades de la sociedad y como se mencionó anteriormente, las construcciones se adecuaban para el bien común de la organización de la ciudadanía, pero también para el servicio de este poder señorial que los regía. Durante esa época la dominación de la iglesia era visible. En la Edad Media se desarrollan grandes proyectos arquitectónicos asociados al imperio y la iglesia-Estado, se dan en paralelo la construcción de una metafísica de la creación en el terreno de la filosofía y la teología.<sup>35</sup>

El componente más característico de la morfología de la ciudad son sus murallas de protección, estas no solo inciden profundamente en su desarrollo urbano, sino que determinan la conformación de un orden político y administrativo que se consolida con la creación del Ayuntamiento.

Es aquí donde se comienza a fungir la idea de espacio de lo político menciona Ezquerria:

---

<sup>32</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

<sup>33</sup> Jean-Marc F. y Wolton D. (1998). *Las transformaciones de la publicidad política*. En *El nuevo Espacio Público*. Madrid, España: Gedisa. Pp.13.

<sup>34</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

<sup>35</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

“Lo que la muralla cierra y consagra es en última instancia, un espacio sin casas. Podríamos decir que la ciudad rodea, acoge en su seno protegiéndola, la ausencia de ciudad. *La polis*, en virtud de su muralla, es un lugar lleno, pero lleno, finalmente, de un vacío de una nada. Ese vacío, esa nada, es el espacio político: el lugar donde se reúne *ekklesia*. Por lo tanto, el lugar de la palabra”.<sup>36</sup>

Con relación al tipo de Espacio Político o de Esfera Pública, Habermas en 1994, expresa la diferenciación medieval entre las categorías de lo público y lo privado.<sup>37</sup>

Menciona Ulloa que, en la Edad Media, la idea de los Espacios Públicos se les otorga a los mercados, puesto que eran lugares en donde la sociedad se relacionaba al vender sus mercancías y crear intercambios, no sólo económicos sino comunicativos, los comerciantes cumplían una doble función como informantes. De acuerdo con Habermas, la Esfera Privada o Espacio Privado estaba inclinado a lo íntimo de la economía privada, puesto que de acuerdo con el absolutismo real que predominaba en Europa antes del siglo XVIII, el monarca era el único que se le era considerado como persona pública, los demás manejan su vida cotidiana dentro de lugares privados, es decir el hogar<sup>38</sup>.

Los espacios privados predominaban en esa época, ya que las formas de organización social no existían espacios para la toma de decisiones<sup>39</sup>. Menciona Habermas que los señores feudales fueron siempre insensibles a las categorías como “privado” y “público”. El señor feudal que **detentaba** el poder lo representó siempre públicamente. Se mostraba y presentaba como la

---

<sup>36</sup> Esquerra J. (2008). *Polis y caos El espacio de lo político*. Revistas.um.es, pp. 4, 37.

<sup>37</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

<sup>38</sup> González, P. (2018). *Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?* Ciudad de México: Gedisa, p. 29

<sup>39</sup> González, P. (2018). *Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?* Ciudad de México: Gedisa, p. 29

encarnación de un poder “supremo”<sup>40</sup>. En consecuencia, el señor feudal está sobre la distinción público-privado, posee un estatus que lo instituye como la corporización de un poder superior.<sup>41</sup>

En el EP de la edad media se destaca el sentido de lo abierto y accesible en oposición a lo particular. Se expresa en la distinción entre espacios de uso común y espacios de uso reservado y particular. Existe una publicidad representativa separada de las cuestiones comunes que opera como manifestación encarnada del poder en el estatus señorial.<sup>42</sup>

### 1.3.4 La burguesía y el origen de las sociedades de pensamiento

En la Edad Media, las actividades comerciales e industriales crean ciudadanías más desarrolladas. Se forman nuevos órdenes sociales. Así es como nace la nueva jerarquía social en donde la nobleza pasa de por medio y lo importante es el dinero. “El traficante enriquecido que había paseado su mirada atónita por los bazares y ciudades de Asia y África anhelaba una vida fastuosa, al estilo oriental. No se conformaba, tampoco con ser un simple burgués: quería gobernar”.<sup>43</sup> Es en ese momento donde crece la inquietud de poder por parte de la esfera burguesa.

Posteriormente surge una nueva clase social: la burguesía. En la Edad Media, tanto el EP como el privado no estaban bien diferenciados. Para la burguesía, la idea de reunirse en la casa, conversar con los amigos, era llegar a la intimidad de la persona. El término intimidad proviene del latín *intus*, que significa *dentro*. Este, se denomina como: “el espacio que el individuo elige para un grupo de personas, generalmente familia y amigos, que corresponde a lo privado, pues a diferencia de lo público se busca exclusividad en estos espacios”.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> Habermas J. (1964). *Offentlichkeit* (ein Lexiconartikel), Fischer Lexicon, Staat und Politik. Alemania: Published by: Duke University Press DOI: 10.2307/487736. Traducción de José María Pérez Gay.

<sup>41</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

<sup>42</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

<sup>43</sup> Maquiavelo, N. (2014). *El Príncipe*. Grupo Editorial Patria.

<sup>44</sup> González, P. (2018). *Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?* Ciudad de México: Gedisa, p. 29

Recapitulando la idea de Habermas, las sociedades burguesas logran el protagonismo (se convierten en el sujeto principal) formando un espacio de autonomía privada que era el opuesto a lo que regía el estado. “Por una parte, el poder público separó a la sociedad -que se enfrentaba al Estado- de la vida privada; por el otro, esa misma sociedad pasó a ser una cuestión del interés público, porque entre otras cosas la reproducción de la vida dentro de la dinámica de la economía de mercado rompió los estrechos límites de las economías caseras”. El espacio público burgués puede entonces definirse como el territorio público que reúne a las gentes privadas”.<sup>45</sup> Cabe mencionar, que el Espacio Público será el escenario para el discurso político de ciudadanos que previamente han sido formados en el Espacio privado.

J. Thompson, sostiene que: “entre la esfera de la autoridad o el Estado de una parte y la esfera privada de la sociedad civil y las relaciones personales, de la otra emergió una nueva esfera de lo público una esfera pública burguesa cuyos individuos particulares se reunían para discutir entre ellos la regulación de la sociedad civil”.<sup>46</sup> Es decir, la ciudadanía que ejercía un debate público dentro del Estado sale de los parámetros de este, para no solo practicar el debate dentro del Estado, sino también para discutir con la sociedad civil fuera del Estado.

Continuando con el Espacio Público, durante el siglo XV comienza a crearse otra concepción, menciona Ramírez que el “concepto de Espacio público se entiende desde la época de la ilustración, como un espacio entre el Estado y el Espacio Privado, desde la época griega existen espacios para el debate público, sin embargo, existían exclusiones”.<sup>47</sup> Los grandes pensadores de la ilustración hacían una aseveración al concebir la palabra público implicando esta, con ideas

---

<sup>45</sup> Berroeta, H. y Vidal, T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11.

<sup>46</sup> Thompson, J. (1996), La teoría de la esfera pública. *Voces y Culturas Revista De Comunicación*, (10), 81-96

<sup>47</sup> De Moragas Spá, Miquel. *Interpretar la Comunicación: Estudios sobre Medios en América y Europa*. Barcelona, España: Gedisa, 2011.

como la universalidad, la objetividad y la racionalidad.<sup>48</sup> Es por ello que el Espacio Público comienza a crear incertidumbre y a entenderse como un espacio político donde se tenía libertad de alzar la voz, de interactuar y reflexionar sobre el entorno.

La idea del EP como un lugar de convivencia social, se puede afirmar con la reforma de Martín Lutero, pues con ella se logran profesionalizar las artes como la literatura, asimismo se busca la propagación de estos aprendizajes. “A finales del siglo XVII, las ideas desencadenadas por la Reforma protestante habían evolucionado hacia filosofías liberales más profundas”, con esto, salen a la luz filósofos políticos como John Locke, afirmando ideas de libertad para todos los individuos”.<sup>49</sup>

El contexto histórico dio pie a un “Espacio Público de racionamiento crítico”, menciona Price que:

[“A lo largo de finales del siglo XVII y principios del XVIII, una diversidad de nuevas instituciones sociales empezó a destacar: los cafés de Inglaterra (se decía que había más de 2000 en Londres a principios del siglo XVIII) los salones de París, y las sociedades de Tertulias de Alemania”].<sup>50</sup>

Con esto, se visualiza el nacimiento del Espacio Público como un lugar creado para la convivencia del pueblo con el afán de buscar la reflexión, interacción y retroalimentación de los temas de interés común que se presentaban en la sociedad en aquella época. En palabras de Nathants, la búsqueda del “libre intercambio de información crítica y el razonamiento abierto se

---

<sup>48</sup>Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.2

<sup>49</sup>Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.23

<sup>50</sup>Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.23

convirtieron en los instrumentos de la afirmación pública, en cuestiones políticas<sup>51</sup>.(Nathants, como se citó en Price,1994)

### 1.3.5 El Espacio Público contemporáneo

En 1789 con la declaración de derechos de los hombres y del ciudadano se consagra la libertad de pensamiento, la difusión de ideas, la tolerancia, la igualdad ante la ley, las libertades de asociación y movimiento, todos estos principios logran consolidar la relación entre lo público y lo privado. Así es como se instaura una publicidad crítica, que surge desde lo privado y somete a juicio el quehacer estatal.<sup>52</sup> Se conforma lo que se conocerá posteriormente como sociedad civil. Es así como Thompson en 1996 analiza la propuesta de Habermas en donde se plantea a la esfera pública burguesa con cuyo principio crítico es la publicidad, es decir el ideal kantiano de “las opiniones de individuos personales podrían desarrollarse en el medio de una opinión pública a través de un proceso de debate racional crítico abierto a todos y libre de dominación”<sup>53</sup> (Thompson,1996, como se citó en Berroeta y Vidal, 2012).

Para entender la idea de Kant y la referencia del término público como el desarrollo de la opinión pública primero se deberá entender ¿Qué es lo público?

El término público proviene de la palabra latina “publicus”, que deriva de poppublicus o populus que quiere decir: “el pueblo”. Esto, etimológicamente hablando se define como: “El Espacio del Pueblo”. La palabra público, en aquel entonces se definía en dos sentidos; uno hace referencia al acceso común y otro referente a cuestiones de interés general y para ser más específicos con

---

<sup>51</sup>Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.23

<sup>52</sup> Torres H. y Vidal T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 6.

<sup>53</sup> Torres H. y Vidal T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 6

relación a la administración y el Estado<sup>54</sup>. Esta nueva esfera pública burguesa no era parte del Estado sino, por el contrario, un ámbito en el que sus actividades podían ser cuestionadas y sujetas a crítica. “El medio de esta confrontación era significativo por sí mismo: se trataba del uso público de la razón, un uso articulado por individuos particulares dedicados a argumentar de forma en principio abierta y libre de obligaciones”.<sup>55</sup>

Al surgir la esfera pública burguesa, Thompson menciona que “Habermas (1994) concede una especial importancia a la aparición de la prensa periódica”, con este hecho se reafirma la idea de Kant de la publicidad crítica en donde se exige y se reclama al Estado de sus acciones, en Habermas llamado el principio crítico de la publicidad concepto que se menciona anteriormente.

“Los semanarios críticos y morales aparecen en Europa a finales del siglo XVII y durante el XVIII brindaron un nuevo fórum para dirigir el debate público. Aunque estas publicaciones hubieran empezado como periódicos dedicados a la crítica literaria y cultural, poco a poco se vieron envueltos en cuestiones de mayor significación social y política...Por otra parte, aparecieron diversos centros sociales en los pueblos y ciudades de principios de la Europa Moderna. Estos incluían salones cafeterías que, desde mediados del siglo XVII en adelante, se convertirían en lugares de discusión y encuentro en los cuales las elites educadas podían comunicarse entre sí y con la nobleza en términos de más o menos, cierta igualdad. Al mismo tiempo se popularizaron las cafeterías: para la primera década del siglo XVIII se ha estimado que, sólo en Londres, había unas tres mil cafeterías, cada una con su núcleo de clientes regulares. Muchos de los nuevos periódicos estaban estrechamente relacionados con la vida de las cafeterías

---

<sup>54</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.22

<sup>55</sup> Thompson, J. (1996), *La teoría de la esfera pública*. Voces y Culturas Revista De Comunicación, (10), 81-96

en las que eran leídos y discutidos por individuos que se reunían para debatir juntos las cuestiones diarias”.<sup>56</sup>

Una vez consolidado el grupo de la burguesía, sus miembros se integraron a los espacios de representación o siguieron manifestándose en el espacio de lo público a partir de los periódicos de la época y las constantes discusiones de café. Por esta razón, las sociedades burguesas son de gran importancia, pues con ellas surge la diferenciación del espacio público del privado y el origen de la opinión pública.

### 1.3.6 La concepción del Espacio Público del siglo XX

Posteriormente, en la primera mitad del siglo XX, en 1899 el filósofo y pedagogo norteamericano John Dewey, desarrolla una filosofía basada en la convicción moral de que “democracia es libertad”. El compromiso de Dewey con la democracia y con la integración de teoría y práctica fue sobre todo evidente en su carrera de reformador de la educación.<sup>57</sup>

El espíritu social se sustituye por “motivaciones y normas fuertemente individualistas”, como el miedo, la emulación, la rivalidad y juicios de superioridad e inferioridad, debido a lo cual los más débiles pierden gradualmente su sentimiento de capacidad y aceptan una posición de inferioridad continua duradera”, mientras que los más fuertes alcanzan la gloria, no por sus méritos, sino por ser más fuertes”<sup>58</sup>.

Dewey afirmaba que para que la escuela pudiera fomentar el espíritu social de los niños y desarrollar su espíritu democrático tenía que organizarse en comunidad cooperativa. “La educación para la democracia requiere que la escuela se convierta en una institución que sea

---

<sup>56</sup> Thompson, J. (1998) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación.

<sup>57</sup> Westbrook, R. B. (1991). *John Dewey and American democracy*. Choice Reviews Online, 29(04), 29-2323. <https://doi.org/10.5860/choice.29-2323> pp.4

<sup>58</sup> Westbrook, R. B. (1991). *John Dewey and American democracy*. Choice Reviews Online, 29(04), 29-2323. <https://doi.org/10.5860/choice.29-2323> pp.5

provisionalmente, un lugar de vida para el niño, en la que éste sea un miembro de la sociedad, tenga conciencia de su pertenencia y a la que contribuya”.<sup>59</sup>

Maite Larrauri menciona, que:

“John Dewey pensaba que se educa para formar ciudadanos en una democracia, ese era su objetivo, y que por lo tanto las escuelas tenían que crear una habilidad, con esto de manera natural hacía partícipes de esa vida a los niños y a los adolescentes, de manera que si vivían una vida que fuera diferente, iba depender de las clases sociales y de la situación de la vida a la que estaban sometidos estos niños o estos adolescentes. Una vida que estructuraría la vida de fuera. Es por eso que John Dewey tenía que hacer un laboratorio. Por ejemplo: “Si en la sociedad y en la escuela hay conflictos, la resolución de estos tienen que ser ejemplarmente democráticos, puede ser que se resuelvan dentro de la escuela. Por ejemplo, en la vida hay reglas, es por ello que la escuela tiene que tener una función democrática. Los alumnos tienen que participar de esas reglas, se busca que la escuela sea una vida en laboratorio democrática de ciudadanos, un ideal que, quizá probablemente sea como el mundo que querríamos que existiese. Si los jóvenes y los niños viven esa vida de esa manera, pues digamos que están formándose mucho más que los maestros que tienen uno de los papeles más importantes en una ciudad democrática”.<sup>60</sup>

Es decir, el autor encuentra a la escuela como el lugar donde los ciudadanos potenciales (niños y jóvenes) se van a forjar para enriquecer su participación democrática y de esta forma en un futuro hacer crecer el debate público de la ciudadanía.

---

<sup>59</sup> Westbrook, R. B. (1991). *John Dewey and American democracy*. Choice Reviews Online, 29(04), 29-2323. <https://doi.org/10.5860/choice.29-2323> pp.6

<sup>60</sup> FeliciCultura. (2016, 17 octubre). *La educación según John Dewey, Maite Larrauri* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EE84Z5rAnrA>

Con estas afirmaciones el autor trabaja la idea del crecimiento de un debate público, del cómo ese debate se rodea de procesos interactivos que tienden a ser dominados por un modelo de comunicación tradicional es por ello que, en 1954 Dewey, sostiene que lo público debe conceptualizarse como algo más que una audiencia de medios. Los públicos según Habermas y Dewey existen como procesos interactivos discursivos; los individuos en medios en sus hogares no comprenden un público.<sup>61</sup>

Retomando la idea de lo público John Dewey (2004) expone una propuesta de definir la esfera pública. “En el caso de Dewey lo público se nos presenta desde el punto de vista de las consecuencias de los actos. Así para dicho autor, lo público empieza ahí donde los actos privados tienen consecuencias que afectan a personas no implicadas.”<sup>62</sup>

Menciona que la Esfera Pública con la existencia de una institución estatal que tiene como principal función la de “regular sobre las consecuencias de las acciones cuando estas se vuelvan de interés público porque afectan al bienestar de otros nuevos implicados, lo que hace que el acto adquiera una “dimensión” pública: “el acto adquiere una dimensión pública, tanto si la conversación se desarrolla entre el rey y su primer ministro, entre Catalina y quien le acompaña en la conspiración, o entre mercaderes que planean monopolizar un mercado” (Dewey, 2004, como se citó en Vera, 2018)<sup>63</sup>

El Espacio Público aterrizando a los teóricos contemporáneos se logra concebir desde un aspecto más ideológico, puesto que se parte de la idea de entender al Espacio Público, como el

---

<sup>61</sup> Jaramillo J. (2010). *La Esfera Pública y Las Esferas Públicas. En El Espacio de lo Político en Habermas. Alcances y límites de las nociones de la Esfera Pública y política deliberativa* (60-61). Bogotá, Colombia: Dialnet

<sup>62</sup> Vera, M. A. V. (2018). *Esfera pública y legitimidad del poder* <https://www.redalyc.org/journal/4498/449858268004/html/> pp.19

<sup>63</sup> Vera, M. A. V. (2018). *Esfera pública y legitimidad del poder* <https://www.redalyc.org/journal/4498/449858268004/html/> pp.19

lugar de razonamiento crítico. “El Espacio Público se centra en un modelo que se caracteriza por la emergencia de un campo literario-cultural, que a su vez conforma lo político y lo estatal”.<sup>64</sup>

Manuel Delgado, académico de la Universitat de Barcelona, sostiene la idea del Espacio Público como la realización de un valor ideológico, lugar en el que se materializan diversas categorías abstractas como democracia, ciudadanía, convivencia, cinismo, consenso y otros valores políticos.<sup>65</sup> Todos estos elementos que se mencionan, es lo que hace la construcción de lo público. Imaginemos un escenario como los zócalos de las ciudades, en ellos se encontrarán elementos culturales, políticos y sociales donde los entes interactúan en lugares abiertos a todos.

En el año de 1958 Hannah Arendt desarrolla la idea del espacio público a través de la libertad del hombre y define el concepto como: “aquel espacio donde los hombres son iguales en su libertad. Así, “para el pensamiento griego, la libertad estaba enraizada en un lugar, unida a él, delimitada espacialmente, a las fronteras del espacio de la libertad que coincidían con los muros de la ciudad, de *la polis* o, más exactamente, de la *ágora* que ésta rodeaba”<sup>66</sup>. Arendt, afirma que lo público es todo lo que puede ver y oír el mundo y tiene la más amplia publicidad, esto significa que el espacio público, aparte de tener como característica: crear diálogo en la sociedad, también busca alcanzar que ese debate sea de todos, que exista una propagación del mismo, y que las ideas se publiquen y divulguen por ese medio.

Por otra parte, González Ulloa investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales afirma que: “el Espacio Público puede ser entendido como espacio físico o espacio político, este último se puede abordar desde el lado institucional o el no institucional”. Los sociólogos y

---

<sup>64</sup> Jaramillo J. (2010). *La “Esfera Pública” y “Las Esferas Públicas”*. En *El Espacio de lo Político en Habermas. Alcances y límites de las nociones de la Esfera Pública y política deliberativa* (60-61). Bogotá, Colombia: Dialnet

<sup>65</sup> Delgado, M. (2011). *El Espacio Público como ideología* (Catarata). pp.12

<sup>66</sup> Hurtado, L. (2023) *Fake News: El enemigo silencioso*, México, Plaza y Valdés. *Arquitectura de Internet y las Redes Sociodigitales*. Ciudad de México, 2019.

políticos mexicanos se enfocan más en lo relacionado con la construcción de un espacio que permite la convivencia social<sup>67</sup>.

Es por ello que Hannah Arendt en su libro la concepción humana retoma la idea de “lo público” y dice que se asocia al interés común, se opone a las necesidades individuales y las maneras de resolverlas, indica lo que hace visible a todos.<sup>68</sup>

Con lo anterior podemos afirmar que este Espacio no sólo tiene como característica la interacción en la sociedad, sino que busca lograr dentro del mismo, que existan temas en común, se debatan, que existan diferencias en cuanto a posturas, y que haya una propagación del tema, así como la publicación de ideas y divulgación por ese mismo canal.

También hay otras maneras de entender el Espacio Público: según Immanuel Kant sostiene que lo público implica a la publicidad, es por ello por lo que González Ulloa intenta explicar tal asimilación con el caso de las figuras públicas.

[...El hecho de que sean figuras visibles la mayor parte del tiempo no los hace precisamente personajes públicos, y cuando lo que trasciende hasta el conocimiento de todos es su vida privada, ésta no es necesariamente una cuestión pública en el estricto sentido. En cambio, un político sí es una persona pública en la medida en la que ejerce el poder político. Su vida privada, ciertamente, no debería ser revestida de relevancia por la opinión pública en lo concerniente a los más pequeños detalles y particularidades que pueda tener, aunque sí en lo relativo a sus bienes, la forma en la que los adquirió y en la que los gasta, así como en la medida en que esto pueda estar relacionado con el ejercicio de su posición.<sup>69</sup>]

---

<sup>67</sup> González, A. (2018). “*Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?*”, (Ciudad de México, Gedisa, 2018). pp. 35

<sup>68</sup> Arendt, H. (2005). “*La concepción humana*”, (Paidós Buenos Aires), pp. 65

<sup>69</sup> González A. (2018). “*Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?*”, (Ciudad de México, Gedisa). pp. 33

Es así como durante las últimas dos décadas del siglo XXI, el debate sobre el espacio público se intensifica, al buscar comprender las transformaciones de la vida pública social, política y cultural. En este tránsito surgen nuevas formas de convivencia, de relación, de comunicación, de información etc.

### 1.3.7 La concepción del Espacio Público en México

Al hablar del espacio público en México, existen marcadas diferencias históricas y socioculturales respecto a la forma en la que se comprende este concepto en las sociedades occidentales. Estudios que tratan lo público en Iberoamérica explican que el concepto alude tanto a lo que es del pueblo, de la comunidad, de la ciudadanía y de la sociedad como a lo que corresponde a la autoridad y al poder del estado, el gobierno y las instituciones.<sup>70</sup>

En un entorno mexicano, la idea de lo público y ciudadanía se incorporan al discurso político del siglo XIX, en donde la guerra de independencia y la conformación de los estados, generan en la sociedad, cambios en la estructura social. Destacando así la influencia del pensamiento político traído de las sociedades occidentales liberalistas y republicanas, se reafirma la teoría de que en América Latina la construcción de lo público no se ha desarrollado de forma autónoma, ni mucho menos para fortalecer los valores democráticos, sino para ejercer o fortalecer los intereses privados de cierto público político sobreponiéndose al orden público.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Kuri, P. R. (2015). *Espacio público, ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México*. Revista Mexicana de Sociología, 77 (1), 7-36. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2015.1.46614>

<sup>71</sup> Kuri, P. R. (2015). *Espacio público, ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México*. Revista Mexicana de Sociología, 77 (1), 7-36. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2015.1.46614>

La política “ha dejado de ser el elemento central en el orden social y en la articulación de la vida social” desarrollándose en “una trama de redes formales e informales, nacionales y transnacionales”. (Lechner,2000:27) Es decir que el Espacio público se convierte ahora en herramienta para ejercer política en el orden social con la creación de relaciones que tienen como objetivo robustecer intereses privados o del Estado, dejando a un lado el fortalecimiento del debate público.

Después de un recorrido histórico conceptual de lo que se entiende como Espacio público, es como se llega a la conclusión de que el Espacio Público se explica como aquel lugar en donde se busca el debate público, la convivencia social e intercambio de ideas. He aquí la importancia de las sociedades burguesas, pues con ellas surge la construcción del Espacio Público como lo conocemos hoy en día. Considerando que se habla desde una perspectiva occidental, puesto que se conoce la situación de cómo se comprende el Espacio público desde la óptica latinoamericana, en donde hay existencia de intercambio de ideas, sin embargo, existen actores que se introducen dentro de estos espacios públicos con intereses de por medio. Otra aportación importante desde un panorama teórico, es “la diferenciación del Espacio Público del Privado, así como el origen de la Opinión Pública”.Giovanni Sartori define la Opinión Pública como “el conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en los públicos”.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup>Sartori, G. (1998). *Homo Videns: La sociedad teledirigida*. (Madrid, España, Santillana S.A.) pp.69

## 1.4 Fragmentación del Espacio Público

Con los antecedentes analizados anteriormente sobre el Espacio Público se puede dar pie al análisis de lo que se concibe actualmente como el término Espacio Público Digital (EPD), pero antes de explicar esto debemos analizar el lugar donde habita este concepto es decir la Internet.

### 1.4.1 ¿Qué es el Internet?

En la década de los 70 's el gobierno de EUA patrocinó el desarrollo de la Red de Agencia de proyectos de Investigación Avanzada, mejor conocida como ARPANet, una red destinada a facilitar el intercambio de recursos digitales entre computadoras. El concepto de sociedad de la información, como el de sociedad de conocimiento, gestado en los 70's, se extendió en los ochenta con la desregularización y liberación de las telecomunicaciones a nivel mundial.<sup>73</sup>

Una de las principales virtudes era su naturaleza de distribución los paquetes de datos pueden tomar caminos diferentes a través de la red, evitando barreras tradicionales y los mecanismos de control, que la privatización de Internet llega en 1995 y con ello se establecen las bases de un sistema operativo desregulado e independiente de redes privadas.<sup>74</sup>

En 1990 es la época en la que protagonizan los creadores de lenguajes informáticas que estructuraron la red, cuyo argumento optimista es su arquitectura democrática. Ninguna declaración ejemplifica el entusiasmo de esta primera etapa de la evolución de Internet como la Declaración de Independencia del ciberespacio de John Perry Barlow. El fundador de la organización Electrónica Frontier Foundation escribió en 1996 “Crearemos una civilización de la

---

<sup>73</sup> Kurbalija, J. (2016). *Introducción a la gobernanza de Internet* (7.ª ed.) [Diplomacy]. pp.7  
<http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2020/09/Kurbalija-2016-Introducci%C3%B3n.pdf>

<sup>74</sup> Hurtado, L. (2023) *Fake News: El enemigo silencioso*, México, Plaza y Valdés. Arquitectura de Internet y las Redes Sociodigitales. Ciudad de México, 2019.

mente en el ciberespacio. Que sea más humana y hermosa que el mundo de nuestros gobiernos ha creado antes”.<sup>75</sup>

Con esto se concluye que Internet era el único que provee nuevas opciones para el mundo moderno. Menciona John Perry en su obra: “La declaración de independencia del ciberespacio que La Internet es inherentemente extranacional, inherentemente antisoberana y su soberanía [la de los estados] no puede aplicarse a nosotros. Nosotros mismos debemos resolver las cosas”.<sup>76</sup> Es decir, esta mención que nos hace Perry al tratar de darle un significado a la internet nos hace cuestionarnos las características que en ese momento encuentra el autor para poderle dar una explicación a esta nueva herramienta tecnológica que aún no tenía estipulado un reglamento de cómo debía, regularse, medirse, así como legislarse.

Por ello, nos dimos a la tarea de revisar a autores como Hurtado Razo, que realizan un modelo analítico acerca de las características particulares que se le atribuyen al Internet puesto que con ellas podemos lograr entender este nuevo Espacio Público Digital que nace a través de esta herramienta innovadora que es la Internet.

#### **1.4.2 Características del Internet**

A continuación, se buscará definir el término y se desarrollará de manera teórica algunas de las características del Internet basadas en teóricos que han revisado a profundidad el término, basándonos en el modelo de las 9 características que atribuye Hurtado Razo al Internet. Antes de la llegada del Internet las estructuras comunicativas tenían una dirección y mantenían formas

---

<sup>75</sup> Meneses, M. (2015). *Ciberutopías* (1.ª ed.). pp.4

<sup>76</sup> Kurbalija, J. (2016). *Introducción a la gobernanza de Internet* (7.ª ed.) [Diplomacy]. pp.7

preestablecidas con comportamientos estables en donde la información y el mensaje solo parte del emisor.

### **Horizontalidad**

Los medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión se conformaban con una estructura de comunicación de forma vertical, que “por lo regular eran estructuras narrativas propuestas principalmente por los políticos y por los medios de comunicación”. Nos menciona que un ejemplo de esto es la estructura presentada por Dominique Wolton en su modelo de comunicación política en donde se encuentran los políticos, los medios de comunicación y la sociedad. Modelo en donde los emisores eran los políticos y los medios.

Con la llegada del Internet esto cambia pues ahora los usuarios logran comunicarse de forma directa con los políticos y ellos pueden responder las inquietudes de los interesados en los mensajes que emiten, todo esto sin necesidad de tener un mediador como antes lo eran los medios de comunicación tradicionales que tenían la función de ser los filtradores de la información que provenía de los políticos, así es como ellos construían un discurso que transmitían a la ciudadanía. Función como guardianes de la información (Gatekeepers). Con esto la sociedad toma un papel en el debate virtual y se convierte en generadora de información.

### **Generación de redes**

Con aceleración de la información dentro de Internet también cambia la velocidad de generación de redes dentro de este espacio, puesto que otorga a los diferentes usuarios de Internet “la capacidad de poder entablar una agrupación de una forma más rápida, los temas afines generan grupos, así como los temas no afines esto trae como consecuencia la participación ciudadana.

El autor agrega como ejemplo los movimientos que se generan en la red como el ciberactivismo, los cuales se generan y surgen a partir del uso de internet, este tipo de movimientos por lo general buscan la denuncia social y deficiencias del sistema político.

### **Acceso a información ilimitada**

Anteriormente en el modelo de comunicación tradicional la información se almacenaba en lugares específicos y no estaba al alcance de la mayoría de la población pues se encontraba en instituciones gubernamentales o educativas etc. Actualmente con esta herramienta la información está al alcance de tu mano, pues cualquier persona puede acceder a la información. “Internet posibilita que la información que se emita desde los medios de comunicación tradicionales y las plataformas digitales también esté a disposición de los usuarios”. A discrepancia de cuando solo existían los medios de comunicación tradicionales en donde los usuarios solo se limitaban a la información proporcionada por estos, ahora la información se resguarda en las diversas plataformas digitales al mismo tiempo que también se reproducen en estas cuantas veces se requiera.

### **Internet permite acceder a la información en cualquier parte del mundo**

Con la llegada de Internet se deja de estar anclado a un lugar al momento de consumir información, pues antes el acceso a la prensa escrita sólo podía ser por medio de los periódicos, las revistas o conectando la radio a la hora de las noticias. Ahora con este nuevo modelo estas dinámicas comunes de la vida diaria cambian pues la información viaja a cualquier lugar en donde te encuentres es por eso que esta nueva dinámica comunicativa tiene estructuras distintas de las tradicionales.

## **Interactividad**

Hoy en día la interacción de los usuarios como se mencionaba anteriormente está liderada dentro de este espacio en una relación (sujeto:objeto), es decir que los ahora las personas entablan los procesos comunicativos más con las interfaces de diferentes plataformas, eso quiere decir que la persona que se encuentre del otro lado del ordenador está esperando una respuesta en tiempo real, pues muchas veces interactuamos más con las plataformas de esa información que ya se envió en otro momento, esa información que está ahí, que se pudo haber emitido hace meses o hace unos segundos y de pronto se trae a colación, a una discusión es cómo esto genera que las plataformas tengan la capacidad de invertir dinero en la interfaz, en la apariencia que debe tener esta plataforma para se pueda depositar o consumir información en cualquier momento. “Hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. En este segundo ejemplo la interactividad se desarrolla en la interfaz que se podría definir como el lugar de la interacción”.<sup>77</sup>

## **Atemporalidad**

Internet tiende a romper los esquemas de horarios. Antes de su llegada, los medios de comunicación tradicionales tenían dinámicas de tiempo, las jornadas de trabajo se vuelven relativos, así como el tiempo de las personas ya que internet provoca esta dinámica.

Actualmente un suceso que pudo ocurrir en la madrugada llega a ser tema de conversación y puede ser tema de tendencia al inicio de la jornada laboral al siguiente día, puesto que hoy en día muchas personas están pendientes no solo de la interacción con las personas de su localidad, sino

---

<sup>77</sup> Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones : elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

que a partir de fenómenos que podrían estar ocurriendo en diversos espacios se puede estar pendiente sin la necesidad de estar en el lugar.

### **Virtualidad**

Con Internet se permite la interacción sin la necesidad de estar presentes en un espacio, esto es un elemento único de internet, es por ello una de las características más importantes pues existen mensajes latentes que se encuentran en este espacio para que estén a la disponibilidad de cualquiera, menciona el autor como ejemplo las visitas virtuales a los museos de diferentes partes del mundo, no toda es inmediata algunas son informaciones latentes que estarán al momento de requerir de ellas.

### **Velocidad**

El Internet se debe circunscribir a la inmediatez esta es la capacidad de traer a colación acontecimientos de cualquier punto y de forma rápida, obtenerla y traer al presente un proceso comunicativo del pasado. Esto logra crear una conciencia histórica al usuario “hoy en día todos los usuarios de Internet tienen la posibilidad de que mediante un dispositivo puede transmitir desde cualquier lugar, así como publicar desde cualquier lugar y con ello tener una óptica de cualquier suceso e informar de lo que está ocurriendo”.

### **Construcción social de contenido**

Se reduce a un público pequeño que construye los mensajes, las diferentes agendas, ahora estas agendas las construimos todos en todo momento y los contenidos son colectivos, hoy en día todos

formamos y realizamos contenido. La información ya no parte solo de un grupo, es un contenido que se consume todos los días El tren de la velocidad nos hace no verificar la información.<sup>78</sup>



*Ilustración 1. Esquema sobre las características del Internet. Elaboración propia.*

### 1.4.3 El Espacio Público Digital (EPD)

Como se mencionó anteriormente la llegada del Internet causó una evolución comunicativa a nivel global. H. Frederick (1993) afirma que la llamada sociedad civil global logra emerger a una amplia población de ciudadanos con intereses globales, quienes siguen acontecimientos de noticias

<sup>78</sup> Hurtado L, (2020) ¿Benditas o malditas redes sociales? Participación, Polarización y Fake News llevado a cabo por el laboratorio universitario para la reflexión e investigación colaborativa de la ciudadanía digital y la cibercultura, Querétaro México).

que ya no piensan solo en la ciudadanía que les rodea, sino que llegan a la concepción de una idea global como comunidad.

Es así como surge el fenómeno de la globalización en donde “los medios modernos de comunicación han entrelazado algunas regiones del mundo con una telaraña electrónica. Con el advenimiento del fax, teléfonos, publicaciones globales y computadoras, las relaciones comunicacionales ya no se encuentran restringidas por el tiempo y el lugar”.<sup>79</sup>

La masificación de la internet es otro fenómeno que ha modificado nuestras vidas de una forma radical. Manuel Castells en 1997 nos menciona que la gestación del internet en los Centros de investigación de California se impregnó de aires de libertad por parte de los jóvenes, en donde la importancia del ordenador personal, la simplificación de lenguajes y la búsqueda de intercambiar conocimientos, compartir ideas “Crean paneles de información con temas sociales, Internet se convirtió en un espacio abierto a la participación –y no en un espacio militar secreto”.<sup>80</sup>

Con la llegada del fenómeno de globalización, el espacio público que conocemos (ese espacio donde el debate era por medio de una interacción cara a cara), comienza a cambiar. Se expande la brecha digital a nivel mundial y con ello, existe una fragmentación de este Espacio público dividiéndose en dos terrenos: uno tradicional en donde sigue imperando la comunicación cara a cara (sujeto:sujeto) y otro digital en donde está de por medio una interactividad (sujeto:objeto).

Es así como diversos autores acuñan este fenómeno como sociedad red, virtualización y ciberespacio. *Cyberspace* es un neologismo que se refiere al fenómeno por el cual los humanos transfieren su espacio de comunicación y las relaciones interpersonales de su forma directa, cara a cara, al campo de los flujos electrónicos de datos. Marshall McLuhan se refirió al fenómeno como

---

<sup>79</sup> Frederick, H. (1993). *Democratizando el ciberespacio*. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 45, 40-45. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i45.710> pp.40

<sup>80</sup> Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas: Comunicación y acción en la era de Internet*. Icaria.

una simulación tecnológica de la consciencia. El escritor William Gibson lo describió como "una alucinación consensual... una representación gráfica de datos abstraídos de los bancos de cada computador en el sistema humano." Cyberspace se deriva de la cibernética, la ciencia de las comunicaciones y el control. La cibernética nació cuando los investigadores notaron la similitud entre humanos y máquinas en su dependencia en la información para ejercer el control. El ciberespacio describe la esfera de la actividad en que los humanos extienden sus funciones cerebrales y sus capacidades comunicacionales al dominio y espacio de las máquinas<sup>81</sup>.

En el año 2004, M. Castells (2004) nos crea una descripción detallada del escenario del siglo XXI, en ella define a la sociedad conformada por nodos interconectados, explica que el motivo por el cual se entienden de esta forma es debido a que representan la estructura fundamental de la vida. Se logra entender que las relaciones sociales durante mucho tiempo han sido la espina dorsal de la sociedad. Se afirma que el modelo sociedad red siempre ha estado vigente, no obstante: "La capacidad de las redes para introducir nuevos actores y contenidos en el proceso de organización social, con relativa independencia de los centros de poder, se incrementó a lo largo del tiempo con el cambio tecnológico, y más concretamente con la evolución de las tecnologías de la comunicación".<sup>82</sup>

El inicio de este espacio público digital fue por el correo electrónico y por medio de este empezó la sincronidad de la interacción virtual entre las personas y los objetos en donde se encontraba del otro lado la persona. Se vuelve novedoso y práctico, en la medida en que se recibía un mensaje

---

<sup>81</sup> Frederick, H. (1993). Democratizando el ciberespacio. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 45, 40-45. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i45.710> pp.40

<sup>82</sup> Castells, M., & Ed, A. (2004). *Comunicación Y Poder* (1.ª ed.). Alianza. pp.30

al otro lado del mundo de manera inmediata y a bajo costo. Un intento de ello fue la campaña del ex luchador profesional y después gobernador de Minnessota Jesse Ventura, en 1998 Se le atribuye intentar utilizar el correo electrónico como un medio de contacto de posibles votantes. Durante décadas el medio más efectivo para transmitir mensajes a grupos de electores específicos fueron las listas de correo de las empresas especializadas en ventas al por menor.

Más tarde, las formas de comunicarse se innovan al masificarse, con la llegada de las redes sociodigitales que comenzaron a cuestionar el espacio público en su manera tradicional y con la interacción que se daba dentro de este espacio había la posibilidad de expandir la convivencia de los usuarios, así como la expansión del debate público. Pues no solo las redes sociales propiciaron el espacio para compartir contenido, sino que gracias a ella se vuelve más inmediata la información que circula en el ciberespacio, se produce discusión y al estar en una constante renovación de la información crece el interés del usuario que pertenece al mismo. La interacción en las nuevas plataformas digitales es la multiplicación de los intercambios y, con ello, la profundización de dinámicas no consensuales.<sup>83</sup>

En redes como Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, etc., donde la interacción tiene que ser virtual y la búsqueda de consensos racionales son la excepción de la regla, nos menciona Castrelo que la teoría habermasiana de la esfera pública tiene un límite muy marcado por sus contenidos conceptuales básicos que la hacen incapaz de dar cuenta de la fisionomía actual adquirida por el espacio público.<sup>84</sup> La presencia del espacio público virtual es tan fuerte en la actualidad que la persona que no está en la red, por lo menos en algunas comunidades o en algunos grupos digitales,

---

<sup>83</sup> Beas, D. (2010). *La reinención de la política: Internet y la nueva esfera pública* (1.ª ed.).

<sup>84</sup> González A. (2018). “Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?”, (Ciudad de México, Gedisa) pp. 67

ya sea escolares o amistosos, vive en una especie de limbo al no enterarse de lo que sucede en esa otra realidad.<sup>85</sup>

“El Espacio público cumple un rol sustancial en la medida que constituye un espacio de construcción de la opinión pública abierto a todos los ciudadanos: es en la conversación, en el intercambio dialógico situado, donde los individuos privados se constituyen como público y devienen en una porción del espacio público que delibera intercambiando argumentos racionales para lograr un acuerdo—algo así como una voluntad común—respecto a los asuntos que atañen al interés general”.<sup>86</sup>

Se logra entender el concepto de Espacio público cómo: un lugar que reúne a la sociedad, en donde los ciudadanos tienen acceso, existen intereses en común y se puede crear debate enriquecido de participación. Ya que tiene como principal medio la cultura y la generación de ideas<sup>87</sup>. Su cometido es crear un espacio de controversia, en donde las ideas se propaguen de manera racional, libre y se genere una ciudadanía crítica.

En nuestros días, la forma en que las sociedades se comunican ha evolucionado, pues con las nuevas herramientas virtuales y la llegada de las tecnologías de la información (TIC), se ha logrado obtener un espacio virtual, en donde se combinan ideas, opiniones, se contrastan y debaten temas de interés común en la sociedad. Es así como “Internet erosiona el ritmo democrático al que nos tenían acostumbrados los medios de comunicación tradicionales. Por lo tanto, puede ser vista como una formidable oportunidad para revitalizar la democracia representativa y para promover la

---

<sup>85</sup> Castrelo, V. (2018). *La esfera pública habermasiana. Su obsolescencia en tiempos de nuevas plataformas digitales*. In/mediaciones de la comunicación, 13(1), 71. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2826> pp.73

<sup>86</sup> Castrelo, V. (2018). *La esfera pública habermasiana. Su obsolescencia en tiempos de nuevas plataformas digitales*. In/mediaciones de la comunicación, 13(1), 71. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2826> pp.73

<sup>87</sup> González A. (2018) “*Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?*”, (Ciudad de México, Gedisa). pp. 67

participación y deliberación ciudadana mientras articula un espacio de la esfera pública que sirva como contrapeso a los medios tradicionales”.<sup>88</sup>

Asimismo, los medios electrónicos virtuales, logran crear un espacio en donde existe oportunidad de promover participación, crean un entorno en donde se puede dialogar de manera que “no solo promueve la participación de individuos dentro de una sociedad, sino que permite la creación de un espacio autónomo, un Espacio Público de carácter virtual”.<sup>89</sup> No obstante, no existe una regulación, que limite la libertad de expresarse en estos espacios.

Promueve a crear un espacio en donde la sociedad es el actor principal, pues se encarga de emitir los mensajes, ya no solo los medios tradicionales emiten información. El receptor ahora también se convierte en emisor y crea una atmósfera de retroalimentación de la información entre los medios tradicionales y los usuarios que propagan ideas dentro de la Esfera Pública digital. Así es, como en la actualidad, se traslada ese espacio de participación al área virtual, asignándole la categoría de Esfera Pública Digital, nombrando así a cualquier espacio virtual que produzca un debate público y sea de interés común.

#### **1.4.4 Características del espacio público digital**

Una vez comprendido el concepto, finalmente se realiza un análisis de las características que se le atribuyen al Espacio Público Digital, de acuerdo con las diversas dinámicas comunicativas que ejecutan los usuarios. Se complementará con autores como Javier Echeverría que ha expuesto algunas de las características de este Espacio atribuyendo algunos puntos mencionados en el

---

<sup>88</sup> Meneses Rocha, M. E. (2015). *Ciberutopías* (1.ª ed.). pp.3

<sup>89</sup> González, A. (2018) “*Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?*”, (Ciudad de México, Gedisa). pp.67

siguiente análisis. Se tomará como base el modelo de las características del Internet para enunciar algunos de los puntos que se muestran a continuación.

Echeverría (2016) hace una aseveración con la literatura, el cine y la televisión atribuyendo que al igual que la virtualidad estas son construcciones artificiales. “Para diferenciar las Primigenias construcciones virtuales de las actuales, prefiere llamar a las de ahora infovirtual o infovirtualidad, o sea, nuevas modalidades de realidad virtual posibilitadas por el desarrollo de la informática, dicho en otros términos, los entornos infovirtuales son accesibles a todo aquel que pueda apropiarse de ellos y de las prácticas culturales que conllevan.”<sup>90</sup> Es por eso que Echeverría expone los siguientes rasgos característicos de este entorno infovirtual que se explican en la siguiente tabla.

---

<sup>90</sup> Covi, D. (2016). *Redes Sociales Digitales. Lugar de encuentro, expresión y organización para los jóvenes*. Ediciones La Biblioteca. pp.38-39.

Tabla  
 Características del entorno Infovirtual según el pensamiento de Javier Echeverría.

1

<i>Característica</i>	<i>Definición</i>
<i>Informacional</i>	Funciona mediante representaciones electrónicas
<i>Representacional</i>	Los sujetos y los objetos no son cuerpos, sino representaciones tecnológicamente construidas.
<i>Comprimido</i>	Los objetos ocupan una extensión mínima por complejos que sean
<i>Asentado en el aire</i>	Basados en el espacio informacional generado por las Nuevas Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones
<i>Con movilidad electrónica</i>	Los seres humanos intervienen en ellos mediante flujos electrónicos
<i>Bisensorial</i>	Audiovisual, aun siendo multimedia
<i>Digital</i>	Sus entidades están digitalizadas y son percibidas por los seres humanos mediante artefactos digitales
<i>Distal</i>	Los agentes pueden interactuar a gran distancia
<i>Reticular</i>	Su topología está basada en redes y no en recintos.

Nota. Recuperado de Delia Covi Druetta de *Redes Sociales Digitales. Lugar de encuentro, expresión y organización para los jóvenes*. Copyright 2016 por Ediciones La Biblioteca. 2016 pp.38-39.

Con base en todo lo anterior se definen las diferentes características basándonos en autores que han intentado proponer las peculiaridades que describen a este Espacio

### **Perdurabilidad**

Con la llegada del internet la información que existe en el Espacio Público Digital se mantiene en las interfases de manera que al estar dentro de una red ambigua no física la información persevera con el paso del tiempo.

### **Virtualidad**

Existe interacción sin la necesidad de una presencia física. Como bien se menciona gracias a la Internet la relación entre un usuario con otro se puede ejercer mediante los avatares que se crean en las interfases que nos proporcionan las plataformas digitales.

### **Atemporalidad**

Esta característica es atribuida al Internet y también al Espacio Público Digital ya que al momento de emitir un mensaje la información permanecerá a pesar de que el otro usuario no consulte la información en ese momento como menciona anteriormente Hurtado Razo: “Se logra estar pendiente de un suceso sin la necesidad de consultarlo al momento que se emitió el mensaje”.

### **Utilidad**

Se convierte en útil ya que gracias a las conversaciones dadas en estos espacios se genera debate que da pie como se mencionaba con anterioridad, las protestas virtuales y el llamado ciberactivismo, en donde por medio de hashtags se demandan desde regulaciones de sistemas gubernamentales hasta derrocamientos de dictaduras. El Espacio Público Digital no solo destaca con el ciberactivismo, sino que también se convierte en un Espacio de Educación para cualquier

autodidacta puesto que gracias a la practicidad de la información enseñar, o dar una clase se encuentra al alcance de un click.

### **Ubicuidad**

Esta se atribuye a la capacidad de estar presente en todos lados, este es un rasgo característico al momento de hablar de las discusiones y el debate puesto que gracias a la estructura topológica que tiene el Espacio Público Digital y el alcance que tiene para todos los usuarios la información corre de manera inmediata. Nos menciona Castrelo que la ubicuidad de los dispositivos que constituyen la infraestructura del espacio público hace que hoy resulte absurdo pensar que se requiera compartir un espacio físico común para deliberar y participar de lo público<sup>91</sup>

### **Interactividad**

Esta es una de las más importantes ya que como lo menciona Scolari al hablar de la interactividad es mencionar la relación de un objeto con un sujeto. En la actualidad las personas estamos en codependencia con nuestros smartphones, la vida sin ellos resulta más compleja, pues con la llegada de la *Nueva Normalidad*<sup>92</sup>, en la cotidianidad, la mayoría de los procesos comunicativos que realizamos son mediante un esquema sujeto-objeto-interfaz-objeto- sujeto. Es decir que el aumento de esta interactividad ha creado una codependencia de los usuarios hacia el Espacio Público Digital.

---

<sup>91</sup> Castrelo, V. (2018). *La esfera pública habermasiana. Su obsolescencia en tiempos de nuevas plataformas digitales*. In/mediaciones de la comunicación, 13(1), 71. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2826> pp.84

<sup>92</sup> Nueva normalidad es una expresión del ámbito de la economía, las finanzas y el comportamiento social en general acuñada para describir las nuevas condiciones financieras tras la crisis de 2008, las secuelas de la Gran Recesión y especialmente la pandemia de enfermedad por Coronavirus del 2019-2020 causada por el virus Sars-cov-2.

## II) CAPÍTULO 2 La Opinión Pública

En este capítulo, se hará una aproximación desde diferentes visiones teóricas sobre el término Opinión Pública, se iniciará con un recorrido que parte de su origen etimológico hasta el significado que se le atribuye en la actualidad. Con el objetivo de presentar un recorrido de diversos autores como: Lippman, Locke, Rousseau, Habermas, Neumann, entre otros.

### 2.1 ¿Qué es la opinión pública?

El término opinión pública no fue vigente sino hasta el siglo XVIII. Antes de su formulación conceptual que conocemos en la actualidad, a la opinión pública se le conocía como: opinión común, opinión popular, *volonté générale* o el conocido vox populi, ya que antes de esto no existía en el imaginario colectivo.

La controversia intelectual giraba en torno a dos términos: Opinión y Público.<sup>93</sup> La palabra opinión surge del latín *opinionem*, acusativo de *opinion* ‘*opinion*’, de *opinari* que significa ‘tener o expresar una opinión o idea’. Por otra parte, la palabra público proviene del latín *publicus* ‘público, del pueblo’ y se entiende como la comunidad del pueblo de todos. Con estos elementos, se inicia la relatoría histórica de su origen.

---

<sup>93</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós. pp 85.

## 2.2 Historiografía sobre la construcción conceptual de la Opinión Pública

En el año 50 a.C, Cicerón se disculpa por un error que ha cometido señalando que se había dejado llevar por la opinión pública, *publicam opinionem*. En textos chinos del siglo IV d.C se han encontrado juntos los ideogramas que representaban los conceptos “opinión” y “público”. En un pasaje de *La República de Platón* también se menciona el concepto cuando Sócrates expone el concepto de opinión y menciona que la opinión es más oscura que el conocimiento pero más clara que la ignorancia.<sup>94</sup> Ayala menciona, “en la época de los griegos Protágoras entendía el término como creencias u opiniones de las mayorías, Herodoto habló de ‘opinión popular’ y Demóstenes ponderó la ‘voz pública de la patria’”.<sup>95</sup>

### 2.2.1 El concepto de público como una implicación del Estado

Este recorrido histórico nos permite ver la complejidad del término. Para ello, se recurre en el modelo que propone Neumann para explicar el concepto *público* que básicamente se estructura en tres posibles significados:

Apertura, lo abierto a todo el mundo, (un lugar público, un camino público...etc)

Implicación del Estado: se relaciona con los intereses públicos, lo que le corresponde a todos. Esto significa asuntos que nos atañe a una sociedad relacionados con su bienestar general.

---

<sup>94</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós, pp.85

<sup>95</sup> Ayala, F (2018). *Revista Mexicana de Opinión Pública, Revista Mexicana de Opinión Pública*, Año 16, número 30 pp.75

Significado relacionado a los anteriores en donde el individuo se somete a los reglamentos sin la necesidad de que el estado se lo imponga.<sup>96</sup>

Continuando con Neumann, propone que el Estado se basa en la implicación, para hacer uso de la fuerza en las sociedades, ya que con este principio, el individuo cede a los órganos del Estado la posibilidad de aplicar el uso de la fuerza.

La opinión pública hace que el individuo se someta a los reglamentos, normas y reglas morales sin la ayuda de legisladores, gobiernos o tribunales. Es por ello que en 1898 Edward Ross teniendo el conocimiento previo de este significado define a la opinión pública como barata, y hace una equivalencia entre la opinión pública y la opinión predominante. Sugiere que existe un tipo de adhesión entre estas, que crea las condiciones que impulsan a los individuos a obrar en contra de su voluntad.<sup>97</sup>

### 2.2.2 Visión de Locke sobre la Opinión Pública

En 1670 en Londres, la conversación en los espacios públicos era constante. En el año de 1690 Locke propone tres leyes generales que gobiernan la conducta humana: la ley divina, la ley civil<sup>98</sup> y la ley de la opinión, de la **reputación**, o de la moda, que se observa más que cualquier ley divina o del Estado. Esto se debe a que cualquier violación de la ley de la moda hace sufrir inmediatamente al individuo al perder la simpatía y la estima de su entorno social.<sup>99</sup> Esto conlleva

---

<sup>96</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87.

<sup>97</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.87

<sup>98</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.26-27

<sup>99</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.84

a que exista un interés en la opinión pública por la tendencia a tener una simpatía con el otro, por ello esta conducta se vuelve vital en las relaciones sociales.

Locke expone así la tercera ley:

“Para comprenderla correctamente hay que tener en cuenta que, cuando los hombres se unen en sociedades políticas, aunque entreguen a lo público la disposición sobre toda su fuerza, de modo que no puedan emplearla contra ningún conciudadano más allá de lo que permite la ley de su país, conservan sin embargo el poder de pensar bien o mal, de aprobar o censurar las acciones de los que viven y tienen trato con ellos.(Locke, 1894, citado en Neumann, 1995)<sup>100</sup>

Es decir, existen tres niveles: la ley divina, que habla de los deberes y pecados, la ley civil que habla de lo legal y lo ilegal y la ley de la opinión que habla de la virtud y los vicios. Con estos tres elementos, podemos realizar un análisis de la actualidad. Continuando con Locke, Neumman nos habla sobre los métodos de investigación social del siglo XX, pues gracias a esto se ha logrado una aseveración de las personas que perciben los ambientes de opinión de manera muy parecida a lo que hacía Locke, pues percibe la naturaleza social de los seres humanos de diversas maneras.

“Los hombres suelen basar su asentimiento y... apoyar su fe principalmente... [en] la opinión ajena... los hombres tienen razón siendo paganos en Japón, mahometanos en Turquía, papistas en

---

<sup>100</sup>Noelle-Neumann, E. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87

España... Dicho de otro modo: lo que llamamos nuestra opinión no nos pertenece, sino que es un simple reflejo de las opiniones de los demás”.<sup>101</sup>

Por ejemplo, si eres mexicano, vas a asimilar diversas expresiones culturales y opiniones de los aprendizajes empíricos que hayas recaudado a lo largo de tu vida. Es así como tu actuar, influye en las diferentes decisiones que tomes, pues al estar en una sociedad que está en constante interacción, las perspectivas y las experiencias son las mismas. Por eso se concluye que nuestras opiniones son un simple reflejo de lo que piensan los demás, de lo que vemos y observamos en la cotidianidad.

Las opiniones son transitorias. Aunque la expresión “Opinión Pública” no aparece en la obra de Locke, está presente indirectamente de dos maneras: primero en su idea de acuerdo, que solo puede interpretarse como una cuestión de unidad social y, por lo tanto, pública; y segundo en su insistencia en el “lugar”, con su connotación de espacio público por excelencia.<sup>102</sup>

Continuando con Locke, siete años después nace uno de los actores que prosigue con esta teoría su nombre era David Hume, que también habla sobre la relación entre el individuo y el público situado en un lugar determinado. A diferencia de Locke, Hume entiende el término público desde un punto de vista más atinado a lo que menciona Habermas, “Lo que es, brilla a la luz pública y todos pueden verlo”<sup>103</sup>. Cuando los ciudadanos se relacionan entre ellos, las cosas salen de la

---

<sup>101</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.100

<sup>102</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.100

<sup>103</sup>Neumann,N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87

conversación y adquieren forma, es decir cuando las personas generan discusión entre ellas, se comienza a hacer una distinción entre quien trae el hilo del debate y quién no, así es como los mejores comienzan a distinguirse. Por ello denominan que la Ciudad-Estado tiene un campo abierto para el éxito honorable<sup>104</sup>

Así es como Hume centró su interés en el gobierno.

Su ambiente era la corte, la diplomacia y la política. Aunque también le temía a los castigos con que amenazaba la ley de la opinión o de la **reputación**, a cualquiera que suscite desaprobación. precavidamente, publicó su primera obra, "A Treatise of Human Nature", anónimamente. El principio básico de David Hume, "El gobierno sólo se basa en la opinión", llegó a ser la doctrina de los padres fundadores de los Estados Unidos. Actualmente reconocemos el peso de la opinión en la esfera política; pero, a la vez, vemos de nuevo el papel del individuo con los ojos de John Locke.<sup>105</sup>

---

<sup>104</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87

<sup>105</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87

### 2.2.3 La Opinión Pública, un producto de la ilustración.

El término de Opinión Pública surge con la llegada de la ilustración. Sartori refiere a que la expresión se remonta en la década de la Revolución Francesa, en aquellos años ilustrados se asignaban así mismos la tarea de “iluminar”, de difundir las luces y por lo tanto de formar las opiniones de un público más amplio. La Revolución Francesa se preparaba para una democracia concreta y generaba un público que daba por dado el manifestar opiniones. La conversación constante en los espacios públicos era un hecho.

Durante los siglos XVII y XVIII el aumento de la discusión en las cafeterías se vuelve vigente, pues existe un reclamo por parte de la ciudadanía. Es por eso que existe una evolución con los periódicos y con ello llega la prensa en el siglo XVII. Thompson menciona que:

“En el siglo XVII —especialmente durante los años de la guerra civil inglesa— fue un momento de intensa publicación de periódicos; además, un amplio abanico de otros materiales impresos, desde libros y panfletos hasta folletos informativos y carteles, habían estado circulando por Europa por lo menos dos siglos antes de que se fundaron publicaciones periódicas del tipo del *Review* y el *Examiner*” (Thompson, 1998 citado en Price, 1994).<sup>106</sup>

Como se mencionaba anteriormente la idea de los cafés del siglo XVII es una clara señal del origen de este término, a pesar de que los cafés y salones de la Ilustración dieron lugar a la idea original de opinión pública, los escritos del siglo XVIII dejaron el concepto indefinido en muchos aspectos. La opinión pública iba unida a la discusión y al libre flujo de información, se suponía

---

<sup>106</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós. pp.26-27

que reflejaba el bien común, y se modeló como un nuevo y poderoso tribunal para revisar las acciones del Estado.<sup>107</sup>

Los escritores de la ilustración, a pesar de tener un énfasis en el tema de la razón humana y el progreso de las sociedades a través de la educación, no dejaron de tomar en cuenta los aspectos racionales y emocionales de la opinión pública. En esta reformulación se resuelve el término conjuntando la función de las voluntades de los individuos a través de la responsabilidad de un gobierno de mayoría.<sup>108</sup>

#### **2.2.4 Visión de Jean- Jacques Rousseau**

Continuando con la idea anterior durante el siglo XVIII, a raíz de la situación histórica que vivía en aquella época la burguesía europea se dio un ambiente de razonamiento crítico. Con el incremento de una esfera pública política activa, la opinión pública emergió como una nueva forma de autoridad política, con la cual la burguesía podía desafiar al gobierno absoluto.<sup>109</sup>

En el año de 1750 la preocupación por el poder de la opinión pública empapa los escritos de Rousseau.<sup>110</sup> En su obra *El Ciudadano o Discurso sobre la economía política* estipula que la vida social se regula de mejor forma cuando existe un estado de Naturaleza, concepto que impone John Locke.

Cuando los salvajes vivían juntos en un Estado Natural, sostiene que las formas más estables de la opinión pública--a saber, las costumbres y la tradición-- eran los recursos más importantes que debía proteger la sociedad, ya que en ellos se recogían las cualidades esenciales del pueblo.<sup>111</sup>

---

<sup>107</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.26-27

<sup>108</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.26-27

<sup>109</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.26-27

<sup>110</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.112-113

<sup>111</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87

Así es como Rousseau llega a la conclusión de que existen mecanismos para alcanzar la justicia social proponiendo el concepto de *voluntad general*, donde busca que el Estado se convierta en un ente moral y se oriente al bienestar común. El propone que el Estado se construye sobre tres clases de leyes: el derecho público, el derecho penal y el derecho civil, pero al final existe una cuarta ley que él considera la de mayor importancia. “Me refiero a los modales, la moral, las costumbres y, sobretodo, a la opinión pública, un factor desconocido por nuestros teóricos de la política, pero del que depende el éxito de todos los demás” (Rousseau, 1953, citado en Neumann, 1995)<sup>112</sup>

El ve a la opinión pública como una forma de realizar la *voluntad común* en una ciudadanía bien diferenciada por medio de la participación popular constante de la sociedad en forma de un debate igualitario y razonado.<sup>113</sup>

Continuando con Neumann, Rousseau aboga por una igualdad política, sin embargo no especifica la relación exacta que existe entre la voluntad general y la opinión pública. Lo acredita como primer usuario de la frase *l'opinion publique*, hacia 1744, como referencia a las costumbres y modos de la sociedad.

“Igual que la ley es el medio por el que se expresa la voluntad general, la censura es el medio de expresión de la opinión del pueblo. La *volonté générale* podría imaginar quizá como una consolidación de la opinión pública; y a su vez se consolida en las leyes que proceden de ella misma. “Las leyes no son otra cosa que verdaderos actos de la voluntad general”.<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86-87

<sup>113</sup>Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.26-27

<sup>114</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.128-129

Por ejemplo, el Estado es un elemento que tiene como responsabilidad escuchar la voluntad general del pueblo atendiendo las necesidades que inquietan a la ciudadanía. Este, tiene la obligación de encontrar los mecanismos para convertir las incertidumbres de la opinión pública en leyes. Con estas herramientas el Estado logra el bienestar común de la ciudadanía.

### **2.2.5 La Opinión Pública del siglo XIX**

La opinión pública fue, con frecuencia, implícitamente equiparada por los franceses con la opinión de “los hombres de letras” refiriéndose a su papel de árbitros de los asuntos sociales y políticos. A mitades del siglo XIX, se comenzó nuevamente a tratar el tema y a discutir qué clase de opinión pública era la que beneficiaba al Estado. Se caracterizó por establecerse en el modelo democrático utilitarista<sup>115</sup> de Jeremy Bentham el cual buscaba como fin único el placer para la mayoría. Esta fue una de las visiones más modernas que caracterizó al término. Se entendía aún como un juicio político.<sup>116</sup>

Así es como diversos autores, comienzan a generar discusión y a tratar sistemáticamente el término desde una perspectiva. Entendida desde el ángulo de establecer un punto de vista, de algún tema inmerso en una sociedad, que no se expresa por miedo a la reputación. Bryce en 1889 habla de una mayoría que permanece en silencio pues se siente vencida: “El fatalismo de la multitud no depende de una obligación moral o legal. Se trata de una pérdida de la capacidad para resistir, de

---

<sup>115</sup> Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.26-27

<sup>116</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.112-113

un sentido debilitado de la responsabilidad personal y del deber de combatir por las propias opiniones”.<sup>117</sup>

Más tarde en el año de 1893, Kant caracterizó el término como “un juicio insuficiente, tanto subjetiva como objetivamente”. A diferencia de los anglosajones y los franceses, que veían la opinión como algo más complejo. No le atribuían un valor y la interpretaban como el acuerdo unificado de una población o de un determinado segmento de la población<sup>118</sup> Un ejemplo de ello fue Hume que en el año de 1896 la denominó *common opinion* (opinión común).

En 1904 Hermann Oncken define la opinión pública como un proteo, intentando comprenderlo como:

“El que desee comprenderlo y definirlo [ el concepto opinión pública] se dará cuenta enseguida de que está tratando con un Proteo, un ser que aparece simultáneamente con mil máscaras, tanto visible como fantasmal, impotente y sorprendentemente poderoso, que se presenta bajo innumerables formas y se nos escapa siempre entre los dedos en cuanto creemos haberlo aferrado firmemente.... Algo que flota y fluye no puede entenderse encerrándolo en una fórmula...Después de todo, cuando se le pregunta todo mundo sabe exactamente qué significa la opinión pública” (Oncken 1914, citado en Neumann 1995).<sup>119</sup>

---

<sup>117</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.128-129

<sup>118</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86

<sup>119</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.84

Así es como autores de la época analizan el imponer una serie de ideas a una sociedad, con el afán de ejercer una fuerza sobre ellas y como, al contradecir estas ideas se genera que cierto sector de la población permanezca en un espacio privado en donde el silencio predomina.

Consecuentemente Ferdinand Tönnies en 1922 escribe: “La opinión pública siempre pretende ser autoridad. Exige el consentimiento. Al menos obliga al silencio o a evitar que se sostenga la contradicción”<sup>120</sup>. Se desata el papel de la opinión pública popular como una clase informal de presión y control social. Opinión es equivalente a reputación, a consideración y a visión general de los demás, de interés principalmente porque restringe la conducta humana (Speier, 1950, citado en Neumann, 1995)

Edward A. Ross, publicó una serie de artículos en donde le da otra visión al término, ya que contempla la opinión pública como subordinada a un fenómeno que designa con el nombre de *control social*.

El control social se ejerce en las sociedades humanas de muchas maneras. Puede ser completamente visible y estar institucionalizado, como por ejemplo en la ley, en la religión, en las fiestas nacionales o en la educación de los niños. Pero el control social también actúa bajo la forma de opinión pública, que, aunque no esté institucionalizada, posee ciertas sanciones.<sup>121</sup>

---

<sup>120</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.128-129

<sup>121</sup>Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.86

### 2.2.6 La opinión pública del siglo XX

Entre 1914 y 1918 en Europa ocurría el fenómeno de la Primera Guerra Mundial, hecho que hizo que las sociedades cuestionaran el papel de la opinión pública ante la situación que se vivía. Lippmann, analiza el pensamiento de que: “en sociedades complejas como las nuestras el público es completamente incapaz de aproximarse a una realidad lejana y complicada. Para interpretarla, la ciudadanía solo cuenta con las narrativas proyectadas por los medios de comunicación de masas”.<sup>122</sup>

Lippmann, identifica el control que existe por parte de los medios de comunicación, ante las sociedades, pues considera que no tienen las herramientas necesarias para poder interpretar en este caso una situación o fenómeno sociopolítico, ya que dependen de las proyecciones generadas por los medios de comunicación. Es aquí donde se confirma la idea del Control Social que se logra generar por parte de los medios a través de la opinión pública. “La opinión pública, sostiene Lippmann, responde, no al entorno sino a un pseudoentorno construido por los medios informativos”.<sup>123</sup>

El gran avance de Lippmann sobre otros autores del siglo XX que habían escrito sobre opinión pública fue su realismo, su concepción pegada a la tierra del entendimiento y las emociones humanas. Le ayudó mucho ser periodista. Captó agudamente la diferencia entre las percepciones que obtienen las personas de primera mano y las que proceden de otras fuentes, especialmente de los medios de comunicación. Y vio cómo se oscurece esta diferencia porque la gente no es

---

<sup>122</sup> Sarias, D. (2021). *Walter Lippmann: pandemia, medios y opinión pública* Episodio de podcast. No. 03. En El independiente. Soundcloud. <https://www.elindependiente.com/podcasts/2021/05/23/walter-lippmann-pandemia-medios-y-opinion-publica/>

<sup>123</sup> McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la Opinión Pública y en el conocimiento. Influir en la opinión pública* (2006.ª ed., Vol. 1, p. 26). Paidós.

consciente de ella. Notó que la gente tiende a adoptar la experiencia indirecta tan completamente y a amoldar a ella tan plenamente sus concepciones, que sus experiencias directas e indirectas se vuelven inseparables. De ahí que la influencia de los medios de comunicación sea en gran parte inconsciente.<sup>124</sup> (Neumann,1995, pp. 192-193)

Consecuentemente, en 1968 Phillips Davison, define el término diciendo que “No hay una definición generalmente aceptada de Opinión Pública, sin embargo, el término se ha utilizado con gran frecuencia...los esfuerzos por definir el término han llevado a expresiones de frustración tales como “la Opinión Pública no es el nombre de ninguna cosa, sino una clasificación de un conjunto de cosas” (Davison 1968, citado en Neumann, 1995).

Hasta ese momento, se seguía centrando a la opinión pública desde un punto de vista entendido desde lo particular y como una forma de control hacia la sociedad. Posteriormente el logro conceptual de Robert Park (1972) es que consideró a la multitud y al público como fundamentalmente similares en un aspecto clave: ambos son mecanismos de adaptación social y cambio, formas sociales transitorias utilizadas<sup>125</sup> por grupos sociales para “transformarse” en nuevas organizaciones. Tanto la multitud como el grupo son dominados por una especie de fuerza colectiva, o voluntad general,<sup>126</sup> propuso Park, pero se trata de una fuerza que aún no ha asumido el status de norma social clara.

Para la segunda mitad del siglo XX comienzan los enfrentamientos de clase, se avanza hacia la sociedad de masas y se generan nuevas formas de creación y acceso a la riqueza, esto hizo que se

---

<sup>124</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.192-193

<sup>125</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.194

<sup>126</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.195

generaran cambios significativos en el entorno que se conocía. El Espacio Público y Privado evoluciona hacia la multiplicación de los medios de comunicación, así como el nivel de manipulación de las sociedades.<sup>127</sup> “La estatalización de lo público y su amenazante intromisión en todos los ámbitos de la vida del ciudadano se ha apoyado en la transformación paulatina de los medios de comunicación en instrumentos de entretenimiento y dominación de las masas”.<sup>128</sup>

### 2.3 Habermas y la opinión pública

Como se observó en el capítulo 1 Habermas analiza el concepto de espacio público en la época de la ilustración con la idea de los cafés de Londres. En el año de 1964 el delimita el concepto de opinión pública haciendo una relación con el término de espacio público, definiendo de la siguiente forma:

“Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas”. (Habermas, 1964 citado en Cucurella, 2001).

Como se observa, ambos términos van de la mano pues gracias a los espacios públicos la ciudadanía puede tener comportamientos en los cuales se puede expresar libremente, esto ocasiona

---

<sup>127</sup> Boladeras, M. (2021). *La opinión pública en Habermas*. <https://ddd.uab.cat/https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n26/02112175n26p51.pdf>

<sup>128</sup> Boladeras M. (2021). *La opinión pública en Habermas*. <https://ddd.uab.cat/https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n26/02112175n26p51.pdf>

que genere criterios y la oportunidad de crear debate público sin presiones y de manera espontánea teniendo como requerimiento o canal de información en aquel entonces los periódicos o revistas, es decir los medios de comunicación. De esta manera se convierte en un espacio de la ciudadanía. Con esto se puede perfilar la conclusión de que la formación de la opinión pública es origen de la racionalización del individuo.

Así es como se confirma lo propuesto en la conferencia de 1991 de la American Midwest Association of Public Opinion Research (MAPOR), que tuvo lugar en Chicago, hubo una sesión sobre concepciones europeas de la opinión pública, descrita en una serie de artículos publicados en la International Journal of Public Opinion Research (Beniger 1992). Se presentaron las teorías de la opinión pública de Foucault, Habermas y Bourdieu. Las tres se basan en el supuesto de que la formación de la opinión es un proceso racional.<sup>129</sup>

### **2.3.1 La Opinión Pública desde el sentido de la reputación**

Freidenberg genera un desarrollo de las definiciones del concepto, puntualizando las propuestas principales de diversos autores como: Rousseau, Hume, Locke, Kant, Marx y finalmente Neumann.

En este análisis menciona que Rousseau limita su función a su faceta de censura, Hume a su potencialidad para sostener o derrocar gobiernos. Locke la restringe a una ley filosófica a modo de juicio moral y Kant a una vía para dar a conocer quejas. En cuanto al problema del sujeto, Aristóteles lo limita a los ciudadanos, la postura marxista limita el sujeto que opina a la burguesía,

---

<sup>129</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.p.199

la de Palmer la clase media ilustrada, mientras que Dader considera que la opinión pública es tan solo aquella que proviene de partidos políticos organizados y con representación parlamentaria.<sup>130</sup>

Freidenberg analiza qué Neumann limita el concepto de opinión pública al dar la idea de que la opinión pública necesariamente debe tener una evaluación, contribuyendo a la idea de “censura” que menciona Rousseau o la de “juicios morales” de Locke. “Conlleva un aspecto valorativo como la aprobación o desaprobación; y cuya expresión depende de una variable como el temor al aislamiento que pudieran experimentar los potenciales sujetos opinantes”.<sup>131</sup>

Con estos elementos, sistematiza el concepto de opinión pública resumiendo este término en tres líneas explicativas:

**La opinión pública como sustancia de la democracia:** en donde se considera como una expresión de la democracia representativa. “El parlamento invisible”. En este supuesto se entiende que la sociedad tiene la habilidad de siempre estar informada, pues la ciudadanía tiene la capacidad de efectuar juicios y deducciones lógicas.

**La opinión pública como voz moral:** la opinión pública ejerce una especie de control social para garantizar cierto nivel de consenso sobre los valores y objetivos comunes de la sociedad. “La

---

<sup>130</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

<sup>131</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

opinión pública es aquella que se refiere a la aprobación o desaprobación de opiniones y comportamientos observables públicamente”.<sup>132</sup>, “Ley de la reputación”, Locke.

**La opinión pública como un conjunto de preferencias, una definición operacional:** se puede hablar de la opinión pública en una cantidad infinita de temas. Un ejemplo claro de esto es la definición que expone Hennessy en 1975 definiendo el término como, “el conjunto de preferencias expresadas por un número significativo de personas sobre un tema de interés general”, o la teoría expuesta por Monroe, que la define como, “la distribución de las preferencias individuales dentro de una población”.

Con estas definiciones propuestas se puede observar que el concepto, dependerá mucho del contexto histórico y empírico que el autor haya percibido. Así es como se reafirma que el término es un comportamiento de la sociedad, que libera el debate público de la misma, como lo menciona Neumann. y Habermas.

Ahora bien, ya desarrollado el término, analicemos la línea explicativa que entiende a la opinión pública como una voz moral, que ejerce control social sin necesidad de usar la fuerza para manipular a las sociedades. Ya que la opinión pública, es entendida como “una herramienta para la aprobación o desaprobación de opiniones y comportamientos observables públicamente”, desarrolla la teoría de la espiral del silencio.

---

<sup>132</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.201

### **2.3.2 La opinión pública como voz moral, desde la teoría del Espiral del Silencio de Noelle Neumman.**

Neumman en 1984, reafirmó su preocupación en la investigación sobre la opinión pública, en donde se refiere al retraimiento de la minoría, frente a la presión de la mayoría como “una espiral del silencio”. Término que define como una reacción de callar ante la desaprobación visible de los temas que se generan alrededor de un ambiente público.<sup>133</sup> La opinión pública se deriva de la teoría de la Espiral del silencio de Elisabeth Noelle-Neuman, quien entiende este concepto como una de las formas de aparición de la opinión pública, en donde es el proceso por el cual se propaga algo indefinible”.<sup>134</sup>

La incertidumbre de Neumann comienza cuando en sus análisis de encuestas, los resultados que se arrojaban fallaban. Menciona, que la influencia que existía de parte de los medios de comunicación en aquella época, especialmente la televisión, generaba en las personas cierto criterio, el cual era creado por una serie de opiniones construidas por periodistas, figuras públicas, presentadores de televisión, etc. Esto se define como la percepción de la Opinión Pública Mayoritaria.

Es así como esta opinión de la mayoría influye sobre las opiniones de las minorías, este segundo grupo reacciona ante la percepción del miedo al error, pues su opinión es minoritaria, esto lo impulsa a callar. El temor al aislamiento será, el principal factor que obliga a los individuos a silenciar sus puntos de vista cuando éstos se intuyen minoritarios o, cuanto menos, poco populares o convenientes. Es decir, los seres humanos, al vivir en sociedad, tienen una especie de segunda

---

<sup>133</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.199

<sup>134</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.199

piel, de naturaleza social, capaz de percibir lo que se puede y lo que no se puede expresar en cada momento.<sup>135</sup>

### **2.3.3 La Opinión Pública en la actualidad.**

Según Beoudoux, en el año de 1999 Kimball Young menciona que en Estados Unidos la opinión pública surge de la asociación de los ciudadanos de una aldea o comunidad determinada con el objetivo de llegar a algún acuerdo con relación a las cuestiones públicas, los ciudadanos se reunían para discutir los problemas de la comunidad. Durante estas discusiones, se debía buscar el consenso y determinar un curso común de acción.

Con la revolución industrial se provocan transformaciones significativas en la sociedad, así como cambios y modificaciones en los medios de comunicación, la vida urbana, las relaciones económicas y la dimensión de los problemas sociales ya que se dejaron de centrarse en los problemas de forma local para visualizar problemáticas globales.

A partir de estos cambios, se produjeron también nuevas dificultades e inconvenientes en el proceso democrático de formación de la opinión pública. Los ciudadanos se encuentran expuestos a una cantidad incalculable de información. Ninguna persona puede obtener información que necesita de manera directa y a partir de la experiencia directa de los acontecimientos. En cambio,

---

<sup>135</sup> Freidenberg, D y Beoudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

se hace necesario recurrir a fuentes indirectas y secundarias de información e interpretación, como por ejemplo, a los medios de comunicación de masas.<sup>136</sup> (Freidenberg y Beaudoux, 1999)

Menciona Young que la opinión pública consiste en las opiniones sostenidas por un público en cierto momento. Sin embargo, si examinamos las distintas discusiones sobre este problema, hallamos dos tipos de enfoques. Uno considera a la opinión pública como algo estático, como un compuesto de creencias y puntos de vista, un corte transversal de las opiniones de un público, las cuales, por otra parte, no necesariamente concuerdan entre sí en forma completa. El otro enfoque toma en cuenta el proceso de formación de la opinión pública; su interés se concentra en el crecimiento interactivo de la opinión, entre los miembros de un público.<sup>137</sup> (Young, 1999 citado en Freidenberg, y Beaudoux, 1999)

Es decir, existen dos formas de entender a la opinión pública:

La opinión pública como algo estático: describe a la opinión pública desde un momento en particular, es como sacar una fotografía de un momento específico.

La opinión pública como algo dinámico: se concibe de un modo evolutivo. Se describe como una serie de momentos interdependientes de flujo y reflujo que se complementan entre sí. Dentro de este comprendido existen 4 etapas:

---

<sup>136</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

<sup>137</sup> K. Young (1999), *Opinión pública”, La opinión pública y la propaganda*, México, Editorial Paidós, pp.11-12.

**Primera etapa:** existe un tema o problemática que concierne a toda la sociedad. Por ejemplo una campaña electoral. Se realizan intentos para definir el tema en cuestión de tal manera que permita la discusión por parte de los individuos y los grupos.<sup>138</sup>

**Segunda etapa:** se consideran los factores, las consideraciones preliminares y exploratorias de un asunto. Un ejemplo de esto serían los debates públicos, mítines, crónicas editoriales de prensa, conversaciones informales, comentarios de la radio, y la televisión así como otros medios de comunicación. En esta etapa es común que se realicen investigaciones acerca de los problemas y la figura del experto adquiere enorme importancia, ya que proporciona información a quienes participan de la discusión política.<sup>139</sup>

**Tercera etapa:** se caracteriza por la presentación de propuestas y soluciones alternativas, esto se entiende como el momento pre-electoral. En esta etapa, los individuos llegaron a tomar decisiones más comprometidas con respecto a las distintas posiciones políticas.<sup>140</sup>

**Cuarta etapa:** involucra intercambios de diversa índole. como las conversaciones, discursos, debates y escritos (intercambios característicos, por ejemplo, de la recta final de una campaña, y los momentos más cercanos al proceso de toma de decisión electoral efectiva).<sup>141</sup>

---

<sup>138</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

<sup>139</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

<sup>140</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

<sup>141</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46 (Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

### 2.3.4 La Opinión Pública, una perspectiva actual.

Meyenberg 2018, realiza un análisis sobre el concepto, en este menciona que la opinión pública es la expresión de lo que piensan distintos grupos de la sociedad en relación con lo que sucede en el entorno en que se desenvuelven; se registra a través de los resultados de las encuestas, las entrevistas y los grupos focales hechos a sectores específicos de la sociedad. No obstante, la opinión pública también tiene un sentido filosófico que remite a la capacidad de un colectivo para deliberar y llegar a acuerdos comunes acerca de lo que es mejor para la sociedad.

Es decir, en una perspectiva actual la opinión pública se sigue entendiendo desde dos enfoques: uno como la opinión pública como expresión de distintos grupos de la sociedad, y otro como la capacidad para deliberar y llegar a consensos. Esta se entiende como una forma de participación, caracterizada por la expresión de las actitudes y creencias de las personas que puede interesarles o no la vida política, tienen algo que decir acerca de lo que sucede en ella, su propósito es hacer pública de lo que piensan.

La Opinión Pública puede ser una medida que se deriva del resultado de los sondeos sobre diversos aspectos de la vida política, o que refleja las preocupaciones de los distintos colectivos sociales sobre los temas que les interesan, por ejemplo, la situación económica, los niveles de acuerdo con el gobierno y la evaluación sobre el buen o mal funcionamiento de las instituciones.<sup>142</sup> (Meyenberg,2018,pp.19)

---

<sup>142</sup>Meyenberg Y. (2018). *Comunicación política y sus expresiones en la Ciudad* (1.ª ed.) [Instituto Electoral de la Ciudad de México]. pp.19

Meyenberg nos habla de la *opinión pública activa*, esta se integra a partir de pluralidad en cuanto a individuos, de una multitud de informadores e informaciones, de ideas, de propuestas que se expresan en el espacio público. Con ella se crea un ambiente en el cual fluye la información de manera que funciona como una gran red de sensores que reaccionan ante cualquier problemática de interés común que puede afectar a una sociedad, en donde se estimula la emisión de opiniones principalmente dentro del Espacio Público Digital<sup>143</sup>

Finalmente para concluir se sostiene la postura expuesta por Meyenberg en donde entiende el concepto como la expresión de ciertos grupos que se encuentran en el Espacio Público que tienen la capacidad de deliberar, discutir y analizar un tema de interés en general. Cabe destacar que para que sea Opinión Pública existe un factor primordial, pues debe ser del interés común de los colectivos, y competir en los asuntos públicos de una sociedad.

También ratificó la idea de reputación que propone Friendenberg desde la teoría de la Espiral del Silencio Neuman, en donde explica desde tres puntos de vista, como se comprende este término de opinión pública. Donde se sugiere entender a la opinión pública como una especie de control social para garantizar cierto nivel de consenso sobre los valores y objetivos comunes de la sociedad. Esto se puede poner de manifiesto actualmente en los espacios públicos digitales, ya que en el presente las sociedades han creado estereotipos de lo que se debe hacer y hablar dentro del Espacio Público Digital, de no ser así el auge de los linchamientos digitales ha generado que la opinión pública prefiera callar sus opiniones, actualmente la Teoría de la espiral del silencio se presenta frecuentemente cuando se posiciona un tema controversial por parte de la Opinión Pública

---

<sup>143</sup> Meyenberg Y. (2018). *Comunicación política y sus expresiones en la Ciudad* (1.ª ed.) [Instituto Electoral de la Ciudad de México], pp.13

Digital, pues los linchamientos digitales son actualmente la acción que obliga al usuario a tener un temor por hablar de lo que realmente piensa sobre un tema de interés común.

Otra de las líneas explicativas que nos presenta Friendenberg, es la que entiende a la opinión pública como *sustancia de la democracia*. En este supuesto se entiende que la sociedad tiene la habilidad de siempre estar informada, pues la ciudadanía tiene la capacidad de efectuar juicios y deducciones lógicas. Situando esta habilidad en un Espacio Público Digital, podemos afirmar que actualmente las sociedades tienen una saturación de información, pues a pesar de que la ciudadanía cuenta con la capacidad de generar deducciones y efectuar juicios ante diversos temas que se presentan, el exceso de información, y la falta de verificación de la misma ha generado un conflicto a las sociedades pues ya no logran hacer una diferenciación correcta entre los que se entiende como información verídica de una información manipulada, o en otras palabras falsa.<sup>144</sup>

Así es como se llega a la conclusión de que, actualmente el término Opinión Pública sigue en evolución, ya que existen factores a su alrededor como la tecnología, que hacen que un simple punto de vista de un individuo, genere un impacto mayor al que antes se hubiera imaginado la sociedad.

La opinión pública, al brincar al Espacio Público Digital ahora ejerce un control sobre los medios. A su lado existen ciertos factores que evolucionan con ella y la vuelven compleja, un ejemplo de esto es la llegada y auge de las redes sociodigitales, que son espacios en donde las opiniones se multiplican, pues con ello se genera en las sociedades no solo una opinión pública desde el terreno físico, sino también desde un espacio virtual, que tiene otras características, el cual hace a la opinión pública algo más complejo al trasladarlo al terreno digital.

---

<sup>144</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

## 2.4 Características de la Opinión Pública.

A continuación, se buscará definir el término y se desarrollará de manera teórica algunas de las características más relevantes de lo que consiste la opinión pública, basadas en teóricos como Sartori, Rousseau, Neumman, Price y Lippmann que han revisado a profundidad el término.

### **Es cuantificable.**

“La opinión pública se registra a través de los resultados de las encuestas, las entrevistas y los grupos focales hechos a sectores específicos de la sociedad”.<sup>145</sup>

### **La Opinión Pública no es pública si no es política.**

Una de las características principales que nos menciona Neumman anteriormente, es el tema de lo público pues hace esta relación entre ambos conceptos: la palabra opinión y la palabra público. En ella abunda con el tema al explicar que “la palabra público proviene del latín publicus ‘público, del pueblo’ y se entiende como la comunidad del pueblo de todos”. La opinión pública no es pública si no es política.<sup>146</sup>

Por otra parte, Sartori menciona el tema de lo público y genera una relación diciendo que la democracia tiene como base a la opinión pública: “El edificio de la democracia se apoya en la opinión pública y en una opinión que surja del seno de los públicos que la expresan. Lo que significa que las opiniones en el público, tienen que ser también opiniones del público, opiniones que en alguna forma o medida el público se forma por sí solo”.<sup>147</sup> (Sartori,2008,pp.6)

Con estos dos autores y la referencia de que la democracia es la base de la opinión pública podemos desarrollar la primera característica que se entiende como: “La opinión pública no es

---

<sup>145</sup> Meyenberg, Y. (2018). *Comunicación política y sus expresiones en la Ciudad* (1.ª ed.) [Instituto Electoral de la Ciudad de México]. pp.19

<sup>146</sup> Sartori, G. (2008). *La democracia en 30 lecciones*. Lorenza Foschini. pp.5

<sup>147</sup> Sartori, G. (2008). *La democracia en 30 lecciones*. Lorenza Foschini. pp.6

pública si no es política”. Teoría que reafirmará más tarde Freidenberg, D’Adamo Y Gorda Beaudoux, sosteniendo que: “La opinión pública se considera como una expresión de la democracia representativa. “El parlamento invisible”. En este supuesto se entiende que la sociedad tiene la habilidad de siempre estar informada, pues la ciudadanía tiene la capacidad de efectuar juicios y deducciones lógicas”.<sup>148</sup>

**Está condicionada por los medios de comunicación a diferencia de la Opinión Pública Digital.**

Continuando con la idea de los públicos una de las características que relaciona Lippmann con la Opinión Pública es esta relación que se genera con los medios informativos, afirma que: “La opinión pública, responde, no al entorno sino a un pseudoentorno construido por los medios informativos”.<sup>149</sup>

Explica que el público no tiene la capacidad de aproximarse a una realidad lejana y complicada del hecho, es por ello que generalmente la ciudadanía genera una interpretación a partir de lo que le transmitió un medio de comunicación, esto a diferencia de la *Opinión Pública Digital* en donde el individuo puede obtener la información de primera mano.

**La opinión pública ejerce un control social al excluir al individuo a partir de las opiniones de diferir en el pensamiento general.**

Neumann nuevamente es parte de la formulación de esta tercera característica, cuando desarrolla la teoría de la reputación en la Espiral del silencio. Ella logra entender a la opinión

---

<sup>148</sup> <sup>148</sup> Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. Ecuador debate, 46(Fredy Rivera Vélez), 123–138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

<sup>149</sup> Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.

pública como aquel zumbido inconsciente que todo individuo tiene, esa voz moral que nos aleja y nos hace conscientes de las consecuencias que pueden tener nuestros actos.

Es por ello que la opinión pública cumple esa función de controlar y garantizar cierto nivel de valores y objetivos comunes de la sociedad. “La opinión pública es aquella que se refiere a la aprobación o desaprobación de opiniones y comportamientos observables públicamente. Ley de la reputación”.<sup>150</sup>

Por otra parte, Williams y Delli Carpini (2004) debaten el tema en curso en el campo de la comunicación política afirmando que: “Siendo optimistas, creemos que la erosión de los filtros informativos y el surgimiento de múltiples ejes de información proporcionan nuevas oportunidades a los ciudadanos para desafiar el control de la élite en los temas políticos”.<sup>151</sup>

---

<sup>150</sup> Neumann, N. (1995). *La Espiral Del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*. Paidós.pp.112

<sup>151</sup> Castells, M (2018). *Los nuevos espacios de la comunicación / Telos*. Telos | Archivo.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero075/los-nuevos-espacios-de-la-comunicacion/>

### III) CAPÍTULO 3 La Opinión Pública Digital

En este capítulo se desarrollará una propuesta teórica del concepto de *Opinión Pública Digital*, en donde se enuncian diversas características que se le atribuyen a estas nuevas formas de interacción. Actualmente, Internet juega un papel importante en la sociedad, pues con la llegada del Covid19 la manera en la que nos comunicamos tiene como canal principal la virtualidad. Es por ello la importancia de generar un análisis puntual de los fenómenos, y las formas en las que se relacionan los usuarios que habitan dentro del Espacio Público Digital.

#### 3.1 Conformación de la opinión pública digital

Anteriormente entendido como ciberespacio, virtualidad el Espacio Público digital juega un papel importante, pues con la llegada de estas nuevas formas de adaptación y sobretodo con la pandemia, el espacio público que conocemos (ese espacio donde el debate era por medio de una interacción cara a cara), comienza a cambiar. El Espacio Público Digital se adueñó de las conversaciones, el debate público, con el creciente uso de internet la propia interactividad adquiere nuevas formas dando pie a lo que denominamos Opinión Pública Digital. Pero...¿Cómo se conformó la Opinión Pública Digital?

Como se mencionaba anteriormente, las nuevas formas de interacción con Internet se dan de (sujeto: objeto) es decir para poder interactuar comienza a estar de por medio la virtualidad.

En los años 60, existe el primer encuentro con la Internet. Constaba de un contenido creado con una lógica unidireccional mediante una compleja interconexión de computadoras descentralizadas en donde solo se utilizaba por expertos; esto implicaba necesariamente un conocimiento técnico muy especializado. Este modelo, no permitía la interacción entre usuarios, comentarios, citas, ni

aportar ningún tipo de contenido; esta función era destinada por completo al administrador del sitio.<sup>152</sup>

Más tarde en 1991 se publicó la primera web de la historia. Su creador Tim Berners-Lee del Centro de Investigación Europeo en Ginebra Suiza genera por primera vez una página sencilla en donde se explicaba lo que era la World Wide Web, como se podía disponer de un navegador y cómo había que preparar un servidor web para que funcionara, también se convirtió en el primer directorio de sitios web en el mundo. Más adelante surgen por primera vez los navegadores como Internet Explorer y Firefox, también se inaugura el comienzo de la World Wide Web, mejor conocida como la web, con esto se da el estallido de la Internet.<sup>153</sup> Es así cómo surge la web 2.0.

### **3.1.1 El camino hacia la interactividad.**

El correo electrónico fue un medio por donde empezó la sincronización de la interacción virtual entre las personas y los objetos en donde se encontraba del otro lado la persona. Se vuelve novedoso y práctico, en la medida en que se recibía un mensaje al otro lado del mundo de manera inmediata y a bajo costo. Con los correos electrónicos comienzan a tener una comunicación más horizontal con los usuarios.

Fue en el año de 1998 que apareció Google, uno de los buscadores más eficientes, que hizo que la complejidad del Espacio Público Digital, es decir la web 2.0 atribuyera características en donde los usuarios se sintieran más cómodos al navegar e interactuar.

“La primera vez que se usó este término fue en 2004 por Tom O’ Reilly para referirse a una segunda generación de tipos de páginas web. Con el paso del tiempo los avances en tecnología

---

<sup>152</sup> Universidad Internacional de Valencia. (2021). *Diferencia entre web 1.0 y 2.0 – Características y evolución*. <https://www.universidadviu.com/>. Recuperado 12 de febrero de 2022, de <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/diferencia-entre-web-10-y-20-caracteristicas-y-evolucion>

<sup>153</sup> Mitjans, I. N. (2008). *Web 2.0*. Gestión 2000.

permitieron que aumentara el tamaño del ancho de banda, la consolidación de los dispositivos y funcionalidades inalámbricas, y la capacidad de conexión a la red. Así, se ha podido llegar a un nuevo punto en el modelo de creación y distribución del contenido, borrando las brechas técnicas del pasado y ofreciendo herramientas al alcance de un público más amplio.”<sup>154</sup>

La web 2.0 fue una de las definiciones más solicitadas por los usuarios de Google, y de las diez palabras más buscadas en este buscador en 2006, la mitad estaban relacionadas con el término unas de esas diez palabras más buscadas eran dos de las principales redes sociales que estaban en la red es decir, bebo y Myspace, la página de videos Metacafe, la enciclopedia libre Wikipedia y el concepto Wiki. La Wikipedia se ha convertido en uno de los ejemplos más representativos de la web 2.0.<sup>155</sup>

### **3.1.2 Las redes sociodigitales un paso hacia el crecimiento de la Opinión Pública**

#### **Digital.**

Consecuentemente, En el año 2004, La empresa de Zuckerberg fue creada en su momento como un mero espacio en internet en el que jóvenes estudiantes americanos pudieran compartir su día a día y sus inquietudes.<sup>156</sup> Sin embargo, no sabían la dimensión del espacio que habían creado en aquel momento, pues en la actualidad Facebook, sin duda, se está convirtiendo en una de las herramientas más eficaces para persuadir.<sup>157</sup>

Finalmente con la llegada de las redes sociodigitales las personas encuentran en el Espacio Público Digital un lugar en donde pueden liberar sus opiniones. Muchas de las funciones de la vida

---

<sup>154</sup>Universidad Internacional de Valencia. (2021). *Diferencia entre web 1.0 y 2.0 – Características y evolución*. <https://www.universidadviu.com/>. Recuperado 12 de febrero de 2022, de <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/diferencia-entre-web-10-y-20-caracteristicas-y-evolucion>

<sup>155</sup> Mitjans, I. N. (2008). *Web 2.0*. Gestión 2000.

<sup>156</sup> Navales, G. (2019). *Facebook como arma política: orígenes, técnicas y ejemplos* (Beers&Politics).pp.13

<sup>157</sup> Navales, G. (2019). *Facebook como arma política: orígenes, técnicas y ejemplos* (Beers&Politics).pp.13

ordinaria tienen un doble virtual, especialmente las referidas a las relaciones con los otros, al conocimiento, la información y el compartir intereses. La red no es sólo un lugar por donde transitar, por donde ir de paso; es también un lugar donde habitar.<sup>158</sup>

Es por ello que al entenderlo como un lugar en donde habitar, esto ocasiona que los usuarios en la actualidad se tomen más el tiempo de generar discusión y debate público dentro de este Espacio Público Digital, generando así la Opinión Pública Digital.

### **3.2 Características de la Opinión Pública Digital**

A continuación se destacan siete de las características que se le atribuyen a esta propuesta denominada Opinión Pública Digital por medio de los siguientes puntos:

#### **1) La Opinión Pública Digital tiene una multitud de emisores, existen muchos usuarios interactuando con la información que existe en la misma.**

Con la llegada de las nuevas formas de interactividad entre los individuos los usuarios han llegado a tener un protagonismo al momento de informar así como en los procesos de comunicación política.<sup>159</sup> Es decir, anteriormente las únicas personas con la autoridad de informar y generar información eran los medios de comunicación tradicionales, con Internet la información navega de forma inmediata, en palabras de Mouriño y Yuste, (2007): “ante este nuevo usuario, los medios de comunicación tradicionales deben darse cuenta de que ya “no son intocables porque su antiguo receptor se ha convertido también en un emisor.”<sup>160</sup> Es así como la forma de comunicar

---

<sup>158</sup> Navales, G. (2019). *Facebook como arma política: orígenes, técnicas y ejemplos* (Beers&Politics), pp.13

<sup>159</sup> Cano Ramírez, C. M. (2016). La biopolítica y los dispositivos de control de la opinión pública en la era del ciberespacio. *Estudios Políticos*, 48, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 224-242. DOI: 10.17533/udea.espo.n48a12

<sup>160</sup> Amado, L.C. (2013). Construcción de redes de opinión pública en la web 2.0. pp.16

cambia y se genera lo que Castells (2008) denomina la autocomunicación de masas. “La red como un poderoso medio de comunicación horizontal interactivo, multidireccional”.<sup>161</sup>

**2) La Opinión Pública Digital está pulverizada , se fragmentó la posibilidad de una opinión generalizada. Existen micro opiniones de diversos temas en específicos.**

Otra de las peculiaridades de la *Opinión Pública Digital* es que gracias a esta inmediatez, el usuario actual accede a la información de una forma más fácil, esto permite que muchos individuos se animen a participar en la propagación de opiniones. Esta irrupción de nuevas tecnologías han creado no solo una enorme división de opiniones sino un universo opinativo digital.<sup>162</sup> Es por ello que Castells describe este universo como un compuesto del espacio de los flujos y del espacio de los lugares, como intenté argumentar hace tiempo en mi análisis general de la sociedad red” (Castells, 2000). Por otro lado, Bennet nos dice que los vínculos de la red social no son jerárquicos, el intercambio de información es relativamente abierto, es por ello que afirma que existen desde diferentes perspectivas y enfoques de un tema que está pulverizado.<sup>163</sup>

---

<sup>161</sup> Castells. M (2018). *Los nuevos espacios de la comunicación* / Telos. Telos | Archivo.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero075/los-nuevos-espacios-de-la-comunicacion/>

<sup>162</sup> González, A. (2016). Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2016.07.004> pp.96

<sup>163</sup> Castells. M (2018, 5 marzo). *Los nuevos espacios de la comunicación* / Telos. Telos | Archivo.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero075/los-nuevos-espacios-de-la-comunicacion/>

**3) A diferencia de la opinión pública tradicional la Opinión Pública Digital es cambiante, ya que puede expresarse más rápidamente.**

Como observamos anteriormente en otros capítulos el Internet tiene como una de sus características principales la inmediatez y la posibilidad de que la información viaje a cualquier lugar en el que te encuentres, es por eso que esta nueva dinámica comunicativa tiene estructuras distintas de las tradicionales, y como consecuencia las opiniones de los individuos se logran propagar de una forma más inmediata. Como se mencionó anteriormente una de las características más peculiares de la Internet es esa posibilidad de el individuo tenga la capacidad de obtener información de manera inmediata, es por ello que Delia Crovi denomina esto como el Entorno Infovirtual, el cual se replica en la *Opinión Pública digital*, puesto que el canal por donde viajan las opiniones es la Internet.

**4) Dentro de la Opinión Pública Digital siempre existirá un doble virtual, Es divirtual (ser y no ser) En este rubro puede existir la cuenta pero no la persona que la operé corresponda a ser el usuario.**

Como se observó anteriormente en las características del Internet, hoy en día la interacción de los usuarios está liderada en una relación (sujeto: objeto), es decir que ahora las personas entablan procesos comunicativos con las interfaces de diferentes plataformas, eso hace que tengan la posibilidad de interactuar desde diversos dispositivos.

Es así como no necesariamente un individuo está obligado a interactuar en una cuenta con su identidad real, así es como cuenta con la posibilidad de generar opiniones desde una identidad digital totalmente diferente a su identidad real.

**5) De acuerdo con Hurtado Razo (2019), dentro de la Opinión Pública digital existe una falsedad en el uso de cuentas falsas automatizadas que generan una opinión pública digital falsa.**

En la red, no todo es democracia ya que desde el aspecto político la creación de cuentas automatizadas ha sido parte de las estrategias digitales electorales actuales en Internet, un ejemplo de ello es el término acuñado por Richard Hunter con "ejército de la red." que él describe como "... una colección de comunidades e individuos que están unidos sobre la base de la ideología, no la geografía. Se mantienen unidos por las comunicaciones públicas, siendo Internet un buen ejemplo.... Los ejércitos de red no tienen un liderazgo formal estructural. Tienen influencers, no jefes que dan órdenes" (Holstein, 2002, n.p.).

Otra alusión al impacto organizativo distribuido de la comunicación en red proviene del popularizador de la tecnología Howard Rheingold, quien ha acuñado el término "pandillas inteligentes" para referirse a las personas que actúan en concierto sobre la base de la comunicación personal digital. (Bennet, pp 19). Con estos ejemplos llegamos a la conclusión que dentro de la *Opinión Pública Digital* se pueden generar opiniones falsas con el objetivo de beneficiar intereses políticos, económicos y sociales.

### 3.3 La Opinión Pública Digital en Twitter

Anteriormente, dentro de la Opinión Pública Digital existen estructuras, redes de interactividad que se relacionan unas con las otras, dentro de ellas los usuarios emiten mensajes, algunos de estos tendrán mayor importancia para la comunidad virtual ya que son del interés común de los usuarios, que pueden ser temas que sean de su afinidad ideológica, religiosa o cultural. Es así como dentro de esta virtualidad se construye también la Opinión Pública Digital.

Es fundamental que este espacio de opinión cuente con una esfera pública, en donde los usuarios actúen como depositarios de la democracia estructurada<sup>164</sup> (Habermas, 1994), en este caso debido a Internet. En el conjunto de la red, Twitter es la herramienta digital que mejor se ha adaptado al campo de los asuntos políticos (Parmelee y Bichard, 2012). Su inmediatez o propensión a la viralidad hacen que el discurso político se adapte con facilidad a esta red social de *microblogging* ya que Twitter, al tener una agenda con los principales temas de interés logra crear un espacio de debate virtual en la red... pero ¿Que es Twitter?

Twitter es una red social de microblogging que se adapta a la perfección a los rasgos de personalización, brevedad y aceleración de los flujos mediáticos propios del actual tiempo político, lo que explica su utilización en movimientos sociales recientes<sup>165</sup>.

Jack Dorsey, un programador de la Universidad de Nueva York, define su propio invento como: “un servicio que te conecta con tu gente, que responde a preguntas de lo que estás haciendo en ese momento mediante un teléfono móvil, la web, la mensajería instantánea y a través del correo electrónico. Te permite estar en contacto con tu gente en tiempo real”. Twitter se entiende por los

---

<sup>164</sup> Habermas. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública* [electronic resource]: la transformación estructural de la vida pública. Editorial Gustavo Gili.

<sup>165</sup> Rubio R. (2014). *Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 20, n° 1: 249-64. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45230> pp.256

expertos como una plataforma web de microblogging que permite la proyección de la identidad profesional de un individuo. El autor o experto en un sector pública en forma resumida su opinión sobre diversas temáticas de su área de conocimiento o sobre el acontecer diario.<sup>166</sup>

En el año 2011, en su artículo: Twitter como fuente para periodistas, Lucía Cobos define esta red social como: una red social microblogging que surgió en Estados Unidos en el 2006 y que permite a sus usuarios comunicarse y relacionarse con sus followers o seguidores publicando entradas, llamadas tweets o trinos, con una extensión máxima de 140 caracteres. Éstas pueden ser texto y/o url cortas que remiten a otros sitios web, fotos y videos. La pregunta clave del servicio es: “¿Qué está pasando?, hasta noviembre de 2009 fue: ¿Qué estás haciendo?”.<sup>167</sup>

Twitter es denominada una red social que posiciona temas pues se le atribuye la capacidad de movilizar el voto así como de aumentar la participación<sup>168</sup>(Gainous y Wagner, 2014), elemento sumamente relevante para el análisis de la opinión pública. Pero Twitter realmente lo único que nos proporciona como usuarios es la plataforma para generar opiniones y conversaciones de temas de nuestro interés en tiempo real, con las libertades que nos proporciona la Internet.

Bien señala Orihuela, “El contenido no es el rey sino la conversación, el contenido importa para la conversación”. Mancini (2009) complementa la idea al decir que: “el nuevo usuario no está consumiendo nuestra información, sino otra, vía Facebook, Twitter, entre otros”<sup>169</sup>. En la

---

<sup>166</sup> Cano, R. J. (2016, 21 marzo). *Jack Dorsey, el visionario de los 140 caracteres*. El País. [https://elpais.com/tecnologia/2016/03/20/actualidad/1458449913\\_290538.html](https://elpais.com/tecnologia/2016/03/20/actualidad/1458449913_290538.html)

<sup>167</sup> Cobos, T. L. (2009). *Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos*. Razón y Palabra, 15(73). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514908045.pdf>

<sup>168</sup> Gainous, J., & Wagner, K. (2013). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*.

<sup>169</sup> Amado, L.C. (2013). *Construcción de redes de opinión pública en la web 2.0*. pp.16

actualidad, el flujo de información cambia la dinámica tradicional y ahora los usuarios son los que esperan que la información los encuentre, menciona “Si es importante para ellos, su red (conformada por “gente que le importa”) se la hará llegar.

Cabe mencionar que otro de los detalles importantes para generar un análisis de esta red social es el juego de las emociones que genera a los usuarios, pues al igual que en la Opinión Pública tradicional existen opiniones de todo tipo, menciona Blumer (1946) que el debate generado por la Opinión Pública puede tener niveles desde “altamente emocional y lleno de prejuicios” hasta “altamente inteligente y serio”. Además, el público participante de este debate puede tornarse en una multitud con condiciones de exaltación emocional común, dando paso a un “sentimiento público”.<sup>170</sup>

Con estos componentes podemos formular un entendido del significado que tiene esta red social, pues con ello se deben analizar los elementos que la conforman, puesto que varios de ellos son herramientas clave para este posicionamiento de temas que tienen el interés de la sociedad.

Como se mencionaba anteriormente, estas plataformas crean espacios de conversación, puesto que Twitter nos aproxima a los temas sobre lo que escriben, sobre lo que comentan, sobre lo que discute y el claro ejemplo son la creación de herramientas inmediatas como los hashtags y las etiquetas que se presentan en esta red sociodigital, puesto que con ella se pueden vincular los usuarios para generar conversaciones sin la necesidad de un interventor.

Es así como cualquier persona con una cuenta puede contestar, citar o incluir a alguien en una conversación con tan solo teclear el símbolo @ antes del nombre de otro usuario o marcar y categorizar mensajes colocando un signo de # antes de un tema en particular (Honeycutt y Herring,

---

<sup>170</sup> Blumer, H., (1946) *Collective behavior* en A.M. LEE (ed.), *New outlines of the principles of sociology*, Barnes and Noble, Nueva York, pp.167-222.

2009, citado en Alamán & Rueda 2013)<sup>171</sup>. Cuando existe este tipo de interacción y el tema se hace del interés público mayoritario se genera una tendencia en el Espacio Público Digital.

Una vez explicados estos conceptos que nos familiarizan con esta red sociodigital, se expondrán algunos de los casos en donde la presencia e interacción de hashtags y tendencias inclinaron a la Opinión pública a interactuar y generar debate dentro de Twitter. Es por ello que se realizará un análisis cronológico de eventos en donde la tecnopolítica fue clave para la generación de interacción y debate dentro de la Opinión Pública Digital.

### **3.3.1 Ejemplos de Hashtags que tengan que ver con el tema político electoral: el caso #YoSoy132**

Durante la campaña 2012, Enrique Peña Nieto candidato de la coalición Compromiso por México a la Presidencia, fue el personaje más criticado y ridiculizado en videos, caricaturas, memes y hashtags que demostraban su limitada preparación intelectual y su incapacidad para improvisar y articular un discurso político más allá de los guiones impuestos por sus asesores de imagen y las televisoras.<sup>172</sup>

El 11 de mayo de 2012 surgió el movimiento en red de estudiantes tras la visita de Enrique Peña Nieto a la Universidad Iberoamericana, asistiendo al foro del Buen Ciudadano y asumiera ante la comunidad universitaria, su responsabilidad en los hechos de represión contra manifestantes que

---

<sup>171</sup> Alamán, A. & Rueda, A (2013). *La “conversación” en Twitter: las unidades discursivas y el uso de marcadores interactivos en los intercambios con parlamentarios españoles en esta red social*. Estudios de Lingüística del español (ELiEs), 35, 243-277. <https://doi.org/10.36950/elies.2014.35.8717>

<sup>172</sup> Hernández, R., & Diego, R. (2014). *De la Red a las calles: #YoSoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo*. Argumentos (México, D.F.), 27(75), 59-76. <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v27n75/v27n75a4.pdf>

buscaban impedir la construcción del nuevo aeropuerto de la Ciudad de México en terrenos agrícolas de la Zona de Texcoco.

Las protestas en Atenco, Toquila, Nexquipayac, Santa Cruz de Abajo y San Felipe de San Salvador comenzaron en 2001, pero el entonces gobernador de México, Enrique Peña Nieto, tomó una posición firme contra el pueblo desde 2006. Para defender las tierras de Texcoco y San Salvador Atenco. Es así como en el foro responde que: “las acciones tomadas fueron para hacer respetar los derechos de la población del Estado de México”, y mencionó que con estos actos devolvería el orden y la paz al legítimo derecho del Estado Mexicano al usar la fuerza oficial.

Las reacciones de los estudiantes a la respuesta del principal candidato por la presidencia en el 2012, provocaron una insatisfacción generalizada. Ya que una de las situaciones que permitió externar el descontento directo contra el político fue que a través del uso de las redes sociales se provocó que la gente reaccionara previo a la visita del candidato presidencial Enrique Peña Nieto, y es que los estudiantes de la Ibero, preferían utilizar sus propios dispositivos tecnológicos como smartphones, iPhones y iPads, por la conectividad existente en el campus. Esto tuvo como consecuencia que la comunicación sobre aquel evento se llevará de manera horizontal, es decir sin la necesidad de que un medio de comunicación fuera el mediador de la información.<sup>173</sup>

Mientras tanto la mayoría de los medios de comunicación creaban su propia versión del hecho ocurrido. Informando que el candidato fue abucheado, mientras que el equipo de Enrique Peña Nieto y otros políticos dijeron en medios relacionados que las manifestaciones de descontento dentro de la universidad fueron orquestadas por intrusos, no por estudiantes que decían ser.

---

<sup>173</sup> Portillo, M., (2014). *Mediaciones tecnocomunicativas, movilizaciones globales y disputas por la visibilidad en el espacio público*. Análisis del surgimiento del #YoSoy132. *Argumentos*, 27(75), 173-190.

Ante esta situación, los grupos estudiantiles de la IBERO aprovecharon al máximo su derecho de réplica con un video de no más de 11 minutos, en donde 131 estudiantes masculinos y femeninos manifestaron su inconformidad y desmintieron los relatos de los medios, y políticos, posando con sus cédulas de identidad y números de cuenta bancaria en mano, identificándose como estudiantes de la institución.<sup>174</sup>

El movimiento en red #YoSoy132, se detona en YouTube, y en minutos se expande al ecosistema digital.<sup>175</sup> Este video, contó con la presencia no solo de estudiantes de la IBERO, sino también de otras universidades públicas y privadas de la Ciudad de México, otros estados que discutían sobre el respeto a la democracia y la libertad, especialmente en los medios de comunicación. Así, el movimiento ha evolucionado de un “Somos 131” a #YoSoy132, representando a cientos de estudiantes a nivel nacional.

Es así como dan a conocer el movimiento y desafían la centralización de la información en los medios tradicionales. Los jóvenes encuentran en las redes sociales, el espacio natural para compartir información y organizarse, pero además para hacerse escuchar frente a los grandes monopolios mediáticos. #YoSoy132 se apoyó en la Web 2.0 para convocar a marchas con el fin de impulsar su primera demanda: la democratización del sistema de medios.

<sup>176</sup>Los mensajes en las redes sociales contrastaron fuertemente con las opiniones tendenciosas expresadas a favor de EPN por parte de importantes líderes de opinión en Televisa, TV Azteca y otros medios de comunicación. El movimiento, que se posicionó en varios sitios web y

---

<sup>174</sup> IBERO (2022). *A 10 años del origen del #YoSoy132 en la IBERO, su legado sigue vigente*. Recuperado el 24 de abril de 2023, de <https://ibero.mx/prensa/10-anos-del-origen-del-yosoy132-en-la-ibero-su-legado-sigue-vigente>

<sup>175</sup> Meneses, M. (2015). *Ciberutopías* (1.ª ed.). pp.65

<sup>176</sup> Hernández, R., & Diego, R. (2014). *De la Red a las calles: #YoSoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo*. Argumentos (México, D.F.), 27(75), 59-76. <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v27n75/v27n75a4.pdf>

plataformas, cambió el rumbo de los medios tradicionales y se apoderó del espacio público en tan solo unos días.

A pesar de que el monopolio informativo permaneció en manos de las empresas de la comunicación, las plataformas en internet establecieron oportunidades ideales para la participación ciudadana en el proceso electoral. Los textos de 140 caracteres en Twitter, los blogs de periodistas independientes y la divulgación de entrevistas, reportajes y artículos de opinión en Facebook, reflejaron las intenciones de un sector de la población ansioso de intervenir en la coyuntura electoral más allá de ejercer su derecho al voto el primero de julio.<sup>177</sup>

A partir de ello, surgen diversos cambios que logran evolucionar el Espacio Público Digital, sobre todo de la red social twitter, gracias a que surgen distintas herramientas que facilitan la acción colectiva, y tecnologías potenciadoras que posibilitan la difusión de mensajes y el trazado de nuevos circuitos de información. De esta manera las redes sociales aumentan la conciencia entre los jóvenes. Esto se logra comprobar con el movimiento #YoSoy132. Es así como se concluye que el movimiento #YoSoy132 nace de la unión de tres criterios: tecnología, medios y digital.<sup>178</sup>

### **3.3.2 Debate INE: Uso de Twitter durante los debates presidenciales 2018**

“Partiendo de que los debates entre candidatos son los espacios idóneos para el intercambio de ideas y propuestas hacia el electorado es necesario ponderar el valor que tuvieron estos espacios

---

<sup>177</sup> Hernández, R., & Diego, R. (2014). De la Red a las calles: #YoSoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo. *Argumentos (México, D.F.)*, 27(75), 59-76. <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v27n75/v27n75a4.pdf>

<sup>178</sup> Portillo, M., (2014). Mediaciones tecnocomunicativas, movilizaciones glogales y disputas por la visibilidad en el espacio público. *Análisis del surgimiento del #YoSoy132. Argumentos*, 27(75), 173-190.

para la decisión del voto”. En este análisis digital se buscará destacar los elementos que existieron en la Opinión Pública Digital de Twitter ya que más de 950 mil espectadores lograron posicionar trending topics como número 1, con 2.1 millones de tuits emitidos.<sup>179</sup>

Con esto, se busca reforzar la postura de Hurtado en donde afirma que:

“Los datos anteriores sirven para cuestionar, si el espacio digital fue capitalizado por los aspirantes a la presidencia como un sitio que permitiera el intercambio de ideas con los distintos aspirantes a la presidencia e inclusive entre los ciudadanos”.<sup>180</sup> Por ello, se creará una relatoría puntual en donde destacamos los hashtags que fueron clave para la generación del debate público y posicionamiento en el enfoque de la generación de las noticias falsas.

### 3.3.3 Primer debate

Anaya emitió 30 tuits todos propios, 26 fueron acompañados con los siguientes hashtags: **#PorMéxicoAlFrente, #DebateINE, #DeFrenteAlFuturo y #ConAnayaPorMéxico.**

---

<sup>179</sup> Hurtado, L. A. (2019). *Uso de Twitter durante los debates presidenciales 2018* [Instituto Electoral del Estado de Guanajuato]. En *Partidos políticos, redes sociales y candidaturas independientes* (1.ª ed.). pp.101

<sup>180</sup> Hurtado, L. A. (2019). *Uso de Twitter durante los debates presidenciales 2018* [Instituto Electoral del Estado de Guanajuato]. En *Partidos políticos, redes sociales y candidaturas independientes* (1.ª ed.). pp.102



*Fuente: captura de pantalla de la cuenta oficial de Twitter de Ricardo Anaya, 22 de abril de 2018.*

<https://twitter.com/RicardoAnayaC/status/988258996682350592>

### 3.3.4 Segundo debate

En este segundo encuentro, se cambia la estrategia en la cual usó dos nuevos hashtags como: **#MexicanosAlFrente** haciendo alusión de las personas que lo apoyan, y lógicamente **#Tijuana** como referencia al lugar donde fue el debate, a estos hashtags hay que sumar todos los que usó en el primer debate.



*Fuente: captura de pantalla de la cuenta oficial de Twitter de Ricardo Anaya, 20 de mayo de 2018.*

<https://twitter.com/RicardoAnayaC/status/998423533607763968>

### 3.3.5 Tercer debate

En este tercer debate, Anaya utiliza hashtags como: **#México**, **#Mérida**, y un slogan nuevo de campaña **#MxEnPaz**, al tratar de dejar atrás la idea del progreso mediante el uso de la tecnología y sumarse al tema de seguridad.



*Fuente: captura de pantalla de la cuenta oficial de Twitter de Ricardo Anaya, 13 de junio de 2018.*

<https://twitter.com/RicardoAnayaC/status/1006792850632249344>

Con estos elementos se puede observar como al utilizar los hashtags, internet te permite poder interactuar de una forma más rápida en donde existe una afinidad con los usuarios que los une, con internet la construcción de redes sociodigitales es más veloz ya que gracias a la cámara de Eco y el algoritmo se engloban en una realidad con usuarios con las mismas afinidades políticas, sociales y culturales. Al construir esta red se genera una mayor propagación de la interacción entre los usuarios generando una micro opinión pública digital ya que la afinidad de opiniones va hacia una misma causa.

#### IV) CAPÍTULO 4 Análisis de las tendencias en Twitter: Elecciones Presidenciales vs Mundial de Fútbol Rusia 2018

En el presente capítulo, se realizará un breve análisis descriptivo del papel que tuvo el fútbol como una herramienta política en las elecciones 2018 y de igual forma se mostrarán los resultados del análisis correspondiente a la revisión de los hashtags de la Elección Presidencial en México 2018, hecho que se desarrolló dos semanas después del inicio del mundial de fútbol Rusia 2018, dos eventos que se efectuaron a la par. La relación que existe entre ellos se puede ver en las agendas políticas de los candidatos presidenciales. AMLO de Morena termina en el estadio más importante del país posicionándose con el hashtag #AmloFest y campo de la selección nacional. Ricardo Anaya hizo varias alusiones al mundial en sus redes sociales, aumentando mucho el ambiente y el calor de la Copa del Mundial, esperando vincular el posible éxito de la selección con un intento de ganar, e incluso el candidato del PRI en el tercer lugar también mencionó en el segundo debate presidencial que “le deseaba mucha suerte a la selección” antes de responder preguntas sobre equidad en el empleo.<sup>181</sup>

El deporte es uno de los mecanismos de socialización más completos en el mundo actual, por ello se busca analizar y estudiar desde las Ciencias Sociales, entre otras cosas por las implicaciones y consecuencias que tiene con las prácticas sociales de un lugar. De acuerdo con Acuña, (2016) el fútbol se ha entendido desde distintas perspectivas y dinámicas sociales alrededor del mundo. Pero no todo siempre ha sido así, puesto que este deporte, no solo genera relación de convivencia

---

<sup>181</sup> Campos, C, Bertram K., & Arrieta, R. (2018). *Elecciones Presidenciales en México y el Mundial de fútbol Rusia 2018*. En <https://difusoribero.com/2018/07/17/elecciones-presidenciales-en-mexico-y-el-mundial-de-futbol-rusia-2018/>. EduPortas. Recuperado 25 de abril de 2023, de <https://difusoribero.com/2018/07/17/elecciones-presidenciales-en-mexico-y-el-mundial-de-futbol-rusia-2018/>

sociocultural dentro de las ciudades sino también lo vinculan con aspectos que no son estrictamente deportivos como: la conexión con el mercado mundial, las relaciones de poder, la comunicación de masas, o la visión del mundo. Y por su capacidad de convocatoria, su persuasión y facilidad para activar emociones, sabemos que, además de deporte, se trata de un fenómeno social de enorme importancia en los últimos tiempos.<sup>182</sup>

Durante el proceso electoral México 2018, se llevó a cabo el mundial de fútbol en Rusia inaugurándose el día 12 de junio, realizando este evento 20 días antes de que se organizara en México una de las elecciones más grandes en la historia de nuestro país.<sup>183</sup> Menciona Baños, (2018) que: “las preocupaciones sobre posibles eventos durante las elecciones o las interrupciones causadas por estos u otros eventos deportivos no son un problema reciente, en los últimos años, hemos visto debates de tensión política sobre la programación de partidos de fútbol atractivos, ya sean de ligas nacionales o internacionales, el mismo día o a la misma hora que abren los colegios electorales por diversas razones”. Un ejemplo de ello es el caso del Mundial México 86.

Durante los primeros tres años y medio de la nueva administración del presidente en turno de aquel tiempo, Miguel de la Madrid, sólo tenía en mente un objetivo final, el cual era que México se apodera de la sede en el campeonato mundial de fútbol 1986. Tal meta se enmarca tratando de hacer frente a la crisis que ya existía en ese momento, en un panorama de un pueblo con sufrimiento, que ha tenido como resultado el malestar de la sociedad. La nación azteca fue elegida por unanimidad, pero solo unos meses antes de que comenzara la Copa del Mundo, un gran

---

<sup>182</sup> Gómez, G. & Delgado, Á. (2016). *El fútbol como producto cultural: revisión y análisis bibliográfico* / Football as a Cultural Product: Review and Bibliographical Analysis. *Citius, altius, fortius*, 9.2(2016). <https://doi.org/10.15366/citius2016.9.2.003>

<sup>183</sup> De acuerdo con el Instituto Nacional Electoral (INE), por el número de cargos que se renovaron en el ámbito federal y local, estas elecciones fueron las más grandes en la historia de México. A saber, 18,311 cargos elegidos, entre ellos el de la Presidencia de la República; de ahí su atractivo para el ojo analítico de científicos sociales.

terremoto causó daños significativos en la Ciudad de México y la Copa del Mundo quedó en duda.

184

Así es como el Estado abre el monopolio a la televisión privada TELEVISIA, un socio ideal para la gestión y adquisición de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), así como la designación para organizar dicho evento. Quedó claro desde el principio que los principales intereses del régimen eran políticos, mientras que los intereses del consorcio de televisión eran comerciales. Así, las decisiones y actividades que uno y otro llevaron a efecto demostraron claramente sus intenciones y objetivos principales.

En aquellos tiempos el control de los medios de comunicación tradicionales estaba claro, las audiencias eran altas y existía un manejo de agenda pública. Meses antes de la designación la empresa TELEVISIA no desaprovechó los espacios ni escatimó con gastos en noticieros ni programas deportivos, destacando los beneficios que traería al país dicho evento, en tanto la empresa fuera la principal protagonista para desarrollar la competencia mundialista. Finalmente el 31 de mayo de 1986 comenzaron los festejos futbolísticos.<sup>185</sup> “La clara monopolización del fútbol mexicano, es prueba tangible de la relación existente entre los mayores empresarios y políticos del país y de la fuerte herramienta que es el deporte para llegar a resultados y objetivos planteados por esas clases de poder”.<sup>186</sup>

---

<sup>184</sup> Fregoso, F (1990). Fútbol México - 86: *Así se hizo el mundial*. Chasqui No. 034, 1990, <http://hdl.handle.net/10469/14697>. pp.69

<sup>185</sup> Fregoso, F (1990). Fútbol México - 86: *Así se hizo el mundial*. Chasqui No. 034, 1990, <http://hdl.handle.net/10469/14697>. pp.71

<sup>186</sup> Campos, C, Bertram K., & Arrieta, R. (2018). *Elecciones Presidenciales en México y el Mundial de fútbol Rusia 2018*. En <https://difusoribero.com/2018/07/17/elecciones-presidenciales-en-mexico-y-el-mundial-de-futbol-rusia-2018/>. EduPortas. Recuperado 25 de abril de 2023, de <https://difusoribero.com/2018/07/17/elecciones-presidenciales-en-mexico-y-el-mundial-de-futbol-rusia-2018/>

Ciertamente en aquellos tiempos las dinámicas de control, se regían por los grandes monopolios comunicacionales, pues existía la forma de dominar a las audiencias por medio de los medios de comunicación tradicionales. Actualmente, como se mencionó en capítulos anteriores, con la llegada del Internet la forma de emitir información es directa e inmediata, esto dio como resultado que existieran dos factores principales que hicieron el cambio durante las elecciones presidenciales del 2018, uno político y el segundo tecnológico.

El primer factor consistió en las evaluaciones negativas que tuvo el gobierno de Enrique Peña Nieto, puesto que su administración estuvo llena de varias controversias sobre la economía, la seguridad y la corrupción. La implementación de reformas laborales, energéticas, de competencia económica y de telecomunicaciones colocaron al presidente Peña Nieto en la portada de la revista Time a principios de 2014. Encima de esto, en otoño, su administración enfrenta su crisis más grave, con la desaparición de 43 estudiantes en la Escuela Normal de Ayotzinapa hasta la investigación de conflicto de intereses conocida como el Asunto de la Casa Blanca, esto da como resultado que, la opinión pública cuestionara los resultados en economía, seguridad y sobretodo corrupción de la administración anterior durante la campaña presidencial de 2018.<sup>187</sup>

El segundo factor tuvo que ver con la agilización del uso de las tecnologías en ese año, pues tan solo más de 70 millones de Mexicanos eran usuarios de Internet. Esto tuvo como consecuencia que la inmediatez de la información generará mayor interacción sobre los públicos, Meneses (2015) menciona que “la democracia en la actualidad no puede descansar en una sola esfera pública, sino en una multiplicidad de públicos o contrapúblicos con capacidad de recibir

---

<sup>187</sup> Altamirano M. y Ley S. (2020). *Vista de Economía, seguridad y corrupción en la elección presidencial de 2018*. Temas de campaña y preferencias electorales en México. (s. f.). <http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/1275/1031>

información, opinar y participar”<sup>188</sup>, ya que este conjunto de esferas dispersas no sólo articulan discursos de opinión, sino que forjan identidades propias digitales que favorecen a una equidad participativa. Es por ello que en tiempos de internet, la información se vuelve inmediata y más accesible a los públicos que pueden ejercer el poder de participar no solo como receptores sino también como emisores en la opinión pública digital haciendo de esta una elección más participativa en el ámbito digital.

#### **4.1 Metodología para análisis en Twitter**

Las directrices metodológicas que se tomaron para la construcción de este capítulo y en sí el análisis, se basan en una escala de prioridad de atención en temas del interés de la ciudadanía. Basado en la información que proporciona día a día la red sociodigital Twitter, es decir el ranking de tendencias, mejor conocido como “Trending topics”. Uno de los principales elementos que caracterizaron a la opinión pública, como se describió en los capítulos anteriores. Por ello, partimos de la idea de dos eventos que fueron de gran relevancia para la sociedad mexicana, que entrarán en competencia en momentos determinados del periodo.

De las dos semanas que consideraremos analizar, nos centramos en 6 días que conjugan los elementos deseados a explorar: días vitales sobre el proceso electoral presidencial en México 2018 y días importantes del mundial de fútbol Rusia 2018. De estas selecciones el lector encontrará días como el 3º debate presidencial entre los candidatos al poder ejecutivo de México. Otra fecha clave, siguiendo la lógica de las elecciones presidenciales, es la jornada electoral donde la ciudadanía emite su sufragio. Sobre el caso de la fiesta deportiva mundial, la fecha clave para

---

<sup>188</sup> Meneses, M. (2015). *Ciberutopías* (1.ª ed.).

iniciar el análisis es la correspondiente a la inauguración, dada la importancia y expectativa que genera en la ciudadanía de México y todo el mundo. Y por supuesto el día en que la selección mexicana de fútbol debutó en este evento deportivo.

Dicho lo anterior, los días que se mostraran en este documento son: 12, 14, 17, 23, 27 de junio y 1 de julio de 2018. El lector, podrá observar una detallada revisión sobre los distintos temas en tendencia que se desarrollaron en estos días y que se vinculan directamente con las temáticas estudiadas en la presente tesis: “Elecciones Presidenciales en México 2018 y Mundial de fútbol Rusia 2018”

Con la selección de seis días, tenemos una muestra de la interacción y conversación que tuvieron sobre esas dos temáticas los usuarios de Twitter, antes, durante y después de cada momento. La metodología que se consideró emplear parte del uso de varios métodos que sirvieron para explicar cada uno de los eventos que se estaban desarrollando, por una lado partimos de las ideas de McCombs y Shaw, sobre el establecimiento de la agenda mediática, que considera el interés de la sociedad en temas de relevancia e importancia, otro aspecto usado es la propuesta de Price al considerar a la opinión pública como aquel proceso en el cual los temas o tema que configuran a la opinión pública son aquellos que duran en el debate de lo público por un tiempo prolongado.

Por último y no por ello menos importante está el modelo de la comunicación política de Wolton, quien considera a tres elementos o integrantes como aquellos con legitimidad para expresarse sobre política en el espacio público, y partiendo de la idea de las elecciones, Wolton expresa que existen 3 tipos de agendas, la agenda de lo político generada por candidatos, partidos

políticos o integrantes de las distintas instituciones que conforman al gobierno, la agenda de lo mediático como aquella que construyen los medios de comunicación y periodistas, y por último la agenda de lo social que es construida por agrupaciones organizadas y líderes de la sociedad.

Este trabajo al estar centrado en el sector de la opinión pública digital no puede omitir ver el papel que jugaron los políticos, los medios de comunicación y su impacto en la sociedad, para construir temas de tendencia en una elección de tal relevancia como la presidencial de 2018.

El lector tendrá en sus manos el análisis de 173 hashtags que se desarrollaron en los 5 días elegidos, la sistematización del contenido se presenta además de ser explicativa en forma de tablas y gráficas que permite comprender de forma más simple la hipótesis central de esta investigación, “La Opinión Pública en México, conversó y discutió más sobre el desarrollo del mundial del Fútbol Rusia 2018 que sobre el proceso Electoral Presidencial a celebrarse ese mismo año”.

Con estas tablas se clasifican el número de hashtags del mundial y las elecciones por ciertos rangos de tiempo (**8 hrs a 11 hrs** - 12 hrs a 15 hrs - **16 hrs a 19 hrs** - 20 hrs a 24 hrs), con esto se podrá saber el total de hashtags que hubo en momentos clave, por ejemplo: un debate entre candidatos a la presidencia, y como este acontecimiento generó una tendencia entre los usuarios de Twitter, otro ejemplo es la celebración del primer partido de la selección mexicana en el mundial de fútbol.

Una de las herramientas que nos sirvió de apoyó, fue la recopilación de los 20 temas de tendencia en Twitter en distintos horarios los días elegidos. Para posteriormente procesarse bajo el uso de excel y con ello construir una gran base de datos que permita ordenar y reordenar la gran cantidad de información que estos dos eventos propiciaron en el Espacio Público Digital de Twitter.

## 4.2 Antecedentes.

### 4.2.1 La democratización de los medios e Internet lleva a las izquierdas al poder.

Al finalizar el sexenio de Enrique Peña Nieto, su imagen y su partido estaban desgastados, no tenía mucho que ofrecer, y tenían una gran carga sobre sí por la responsabilidad histórica y política que habían ocasionado, así como la degradación de las condiciones de vida que atravesaba la sociedad mexicana a finales del 2017.<sup>189</sup> La contienda electoral por la presidencia de México 2018, generó ángulos en espacios en donde anteriormente no había un análisis detallado, sino algunos hechos y movimientos que se propagaban en Internet. Fue en ese año que la llamada tecnopolítica cobró una posición de mayor interés entre la ciudadanía.<sup>190</sup>

Anteriormente, ya se habían generado movimientos con carácter de ciberactivismo en México, tal es el caso del movimiento #Yosoy132, que escaló del terreno digital al terreno real y fue considerado por muchos como una posible primavera árabe pero mexicana. Este movimiento fue ampliamente estudiado junto con las elecciones 2012, dado a que era la primera vez que se usaban las redes sociodigitales en una Elección Presidencial en México. La tecnopolítica pasaría de ser un ejemplo ocurrido en otros países a un escenario real en México.<sup>191</sup>

---

<sup>189</sup> Modonesi, M. (2018). *México 2018: panorama antes de la tormenta electoral*. México 2018: panorama antes de la tormenta electoral. Recuperado enero de 2022, de <https://nuso.org/articulo/mexico-2018-panorama-antes-de-la-tormenta-electoral/>

<sup>190</sup> Hurtado Razo, L. A. (2019). Uso de twitter durante los debates presidenciales 2018. En *Partidos Políticos, redes sociales y candidaturas independientes* (2019.<sup>a</sup> ed., pp. 101–139). Instituto Electoral del Estado de Guanajuato.

<sup>191</sup> Hurtado Razo, L. A. (2019). Uso de twitter durante los debates presidenciales 2018. En *Partidos Políticos, redes sociales y candidaturas independientes* (2019.<sup>a</sup> ed., pp. 101–139). Instituto Electoral del Estado de Guanajuato.

La elección 2012 marcaba el precedente de decidir si seguiría con el régimen totalitario del partido Revolucionario Institucional o la alternancia en el poder, la cual estaba estructurada en 1º lugar por la izquierda mexicana donde lideraba Andres Manuel López Obrador. En ese año, la sociedad eligió darle nuevamente la oportunidad al llamado nuevo PRI.

En la primera mitad del gobierno de Enrique Peña Nieto, se llevaron a cabo diversas reformas estructurales, que causaron gran controversia, tales como: la energética, educativa, política y hacendaria. Esto fue un acuerdo político realizado en la Cámara de Diputados entre las tres principales fuerzas partidarias del País de aquel entonces (PRI, PAN y PRD).

El gobierno de Enrique Peña Nieto, mediante el llamado “Pacto por México” logró llegar a un acuerdo político que no se vivía desde que el PRI perdiera la mayoría en la Cámara de diputados durante las elecciones federales de 1997.<sup>192</sup>

El pacto por México hizo que Enrique Peña Nieto destacara en sus dos primeros años de mandato, así lo mencionó la portada de la revista Time que tituló bajo el encabezado: “El salvador de México”. Parecía que el telepresidente llevaría un sexenio tranquilo, fue hasta el 26 de septiembre de 2014, en Iguala Guerrero, que se produciría la desaparición de 43 estudiantes de la Escuela Normal Rural Raúl Isidro burgos, mejor conocida como Escuela Normal de Ayotzinapa en Iguala Guerrero a manos de miembros del crimen organizado.

---

<sup>192</sup> Hurtado Razo, L. A. (2019). Uso de twitter durante los debates presidenciales 2018. En *Partidos Políticos, redes sociales y candidaturas independientes* (2019.ª ed., pp. 101–139). Instituto Electoral del Estado de Guanajuato.

“Este suceso sería el detonante para la mayor crisis que viviera Enrique Peña Nieto en esta primera mitad de su gestión, la demanda social por encontrar a los jóvenes estudiantes escaló dimensiones que Peña y su equipo no pensaron. La ONU, el papa Francisco y diversos mandatarios externaron su preocupación por los hechos ocurridos en México. La sociedad comenzaría a movilizarse y uno de los vehículos para la organización de protestas se originó en las redes sociales quienes a los pocos días acuñaron el hashtag #FueElEstado en alusión del incumplimiento de las autoridades y su complicidad con el crimen organizado y por lo tanto en la desaparición de los 43 normalistas de Ayotzinapa.” (Villamil,2015)<sup>193</sup>

Medios de comunicación, líderes de opinión y pueblo en general empezaron a cuestionar la eficacia del gobierno de Peña Nieto, ese sería el tema a discutir, sin embargo la gota que generaría el deterioro de la imagen de la administración de Enrique Peña, fue la rueda de prensa donde se presentaron los resultados de la investigación efectuada por el gobierno sobre el destino de los jóvenes estudiantes.

La rueda de prensa fue encabezada por el titular de la procuraduría General de la República (PGR) Jesús Murillo Karam, quien sostuvo que los 43 normalistas habían sido quemados en el tiradero de basura de Iguala Guerrero, y con ello daba por concluido el caso bajo el concepto de “la verdad histórica”. El procurador solicitó dar conclusión al ejercicio “porque ya se había cansado”, esta expresión del procurador generó molestia a la ciudadanía, hecho que derivó a

---

<sup>193</sup> Villamil, J. (2015). *La caída del telepresidente* (1.ª ed.). <https://www.penguinlibros.com/mx/economia-politica-y-actualidad/41256-ebook-la-caida-del-telepresidente-9786073130035>

severas críticas en las redes sociodigitales bajo el hashtag #YaMeCanse, el cual se posicionó como trending topic mundial.

<sup>194</sup>El Presidente Peña, no sabía las consecuencias y el poder que ya ejercía la ciudadanía al tener a las benditas redes sociales de su lado, y la inmediatez de la información era otro punto en su contra. A días de esta serie de movilizaciones, la periodista Carmen Aristegui daría lectura en su programa de radio MVS, a los resultados de una investigación efectuada por el equipo de investigaciones especiales del portal Aristegui Noticias, el cual daba cuenta sobre una propiedad ubicada en las Lomas de Chapultepec, de la esposa del presidente Peña, Angélica Rivera, la cual estaba valuada en más de 7 millones de dólares.<sup>195</sup>

El tema de la “Casa Blanca”, fue la estocada perfecta que demostraría el tráfico de influencias y favoritismo de la administración de EPN cuando era gobernador del Estado de México. Con esta investigación y la presión que ejerció la Opinión Pública a través de manifestaciones y protestas dentro de las redes sociodigitales se iniciaron diversas carpetas de averiguación en la Secretaría de la Función Pública sobre el origen de los recursos y el posible conflicto de intereses para la adquisición de la propiedad. Durante este suceso usuarios de las redes sociodigitales generaron los hashtags #CasaBlancaDePeñaNieto #LaCasaBlanca los cuales se posicionaron como trending topic a nivel mundial.

---

<sup>194</sup> BBC News Mundo. (2014). *#MundoEnLaRed: el hashtag de la indignación en México #YaMeCanse*. BBC News Mundo. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141110\\_trending\\_yamecanse\\_mexico\\_gtg](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141110_trending_yamecanse_mexico_gtg)

<sup>195</sup> Hurtado Razo, L. Á. (2022). *Uso de las fake news durante las elecciones presidenciales en México 2018: un análisis desde el Espacio Público Digital de las redes sociodigitales*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Para enero de 2017, se aproximaba una nueva crisis, al ponerse en marcha la liberación del costo de combustibles, producto de la puesta en marcha de la reforma energética. El llamado “gasolinazo” se convirtió en tema de debate y discusión en las redes, las protestas no sólo se quedaron en el Espacio Público Digital bajo los hashtags #NoAlGasolinazo #NoMásGasolinazo y #VsGasolinazo sino que nuevamente la sociedad comenzó a organizarse a partir de las redes sociales para salir a protestar a las calles.<sup>196</sup>

Es así como la polarización y el descontento social creció a partir de estos acontecimientos en la sociedad mexicana, desde antes de concluir el sexenio de EPN. Con esta serie de hechos y acontecimientos, la oposición que en ese entonces correspondía a la izquierda mexicana inicia el año 2018 y el partido Morena es visto por importantes fracciones de las clases subalternas mexicanas como la única alternativa real de poder en el contexto actual. Así que muchos de quienes sienten la necesidad y la urgencia de participar políticamente frente al estado dramático del país, sean críticos, resignados o entusiastas respecto de este instrumento político y de su líder, terminan incorporándose detrás de la candidatura del dirigente tabasqueño y esa gran maquinaria electoral en que está deviniendo Morena.<sup>197</sup>

“Los datos anteriores sirven para cuestionar, si el espacio digital fue capitalizado por los aspirantes a la presidencia como un sitio que permitiera el intercambio de ideas con los distintos aspirantes a la presidencia e inclusive entre los ciudadanos.” Andrés Manuel López Obrador, quien en su primer discurso como virtual ganador de la jornada del 1° de julio dijo textualmente que su

---

<sup>196</sup> Villamil, J. (2015). *La caída del telepresidente* (1.ª ed.). <https://www.penguinlibros.com/mx/economia-politica-y-actualidad/41256-ebook-la-caida-del-telepresidente-9786073130035>

<sup>197</sup> Modonesi, M. (2018, enero). *México 2018: panorama antes de la tormenta electoral*. México 2018: panorama antes de la tormenta electoral. Recuperado enero de 2022, de <https://nuso.org/articulo/mexico-2018-panorama-antes-de-la-tormenta-electoral/>

triunfo se debía a la existencia de las benditas redes sociales, las cuales desde su llegada a México, han servido como un espacio idóneo para contrarrestar la campaña negativa orquestada por la llamada “mafia del poder”.<sup>198</sup>

### **4.3 Análisis de Tendencias en Twitter**

Con la revisión anterior, podemos dar paso al análisis de las tendencias de nuestra investigación. Durante este trayecto es clave considerar tres aspectos básicos que se analizaron:

#### **Numeralia**

La categoría de numeralia se refiere al conteo del número de hashtags que surgieron en los cinco días clave de nuestro estudio.

#### **Horarios**

La categoría de horario se refiere a la clasificación del número de hashtags del mundial y las elecciones por ciertos rangos de tiempo (8 hrs a 11 hrs - 12 hrs a 15 hrs - 16 hrs a 19 hrs - 20 hrs a 24 hrs), con esto se podrá saber el total de hashtags que hubo en momentos clave.

#### **Interés**

La categoría de interés se refiere a la clasificación de los dos temas: Mundial Rusia 2018 y Elecciones presidenciales 2018.

---

<sup>198</sup> Rg, J. (2018, 2 julio). Palabras de AMLO con motivo del triunfo electoral del 1 de julio – AMLO. <https://lopezobrador.org.mx/>.  
<https://lopezobrador.org.mx/2018/07/02/palabras-amlo-con-motivo-del-triunfo-electoral-del-1-de-julio>

### **Constancia**

La categoría de Constancia se refiere a la frecuencia del tiempo que un hashtag logra posicionarse durante el día.

En la compilación del corpus se mantuvieron algunas marcas, que permitieron trabajar tres variables: 1) Número de hashtags de la tendencia; y 2) el tema del cual habló la opinión pública. Esto dió un total de 173 hashtags los cuales se analizaron a través de una metodología mixta, para el cálculo cuantitativo, se volcó el corpus completo, y el resultado se organizó en una planilla de Excel®. En esta tabla, se diferencian las siguientes variables: numeralia, horarios, temas y constancia.

<b>Tema</b>	<b>Número de hashtags</b>
<b>Mundial Rusia 2018</b>	102
<b>Elecciones presidenciales 2018</b>	71
<b>Total</b>	<b>173</b>

*Tabla 1. Número de hashtags analizados de los días 12, 14, 17, de junio y del 1 al 2 de julio de 2018*

<b>Horarios</b>	<b>8 hrs a 11 hrs</b>	<b>12 hrs a 15 hrs</b>	<b>16 hrs a 19 hrs</b>	<b>20 hrs a 24 hrs</b>
<b>Número de</b>				
<b>Hashtags del</b>	19	72	22	9
<b>mundial</b>				
<b>Hashtags de</b>	13	12	21	36
<b>las elecciones</b>				

*Tabla 2. hashtags de horarios sobre el mundial*

La clasificación de la tabla 1° se divide en dos rubros: temas y número de hashtags en donde se encuentran el total de hashtags generados sobre el Mundial de Rusia 2018 y Elecciones presidenciales 2018. El cuál generó un total de 173 hashtags.

#### **4.3.1 Tercer debate presidencial vs Impresionanti**

La primera etapa comienza por la mañana del día 12 de junio de 2018 se realiza el mismo método dividiendo los temas en dos categorías principales: política y fútbol. Desde la mañana se logra observar que se impone en la agenda el tema de coyuntura el cual correspondía al tercer debate presidencial, destacando desde primera hora el hashtag en tendencia núm 3° : #DespiertaConLoret alrededor de las 9 am.

La segunda etapa, comienza a las 11 hrs momento en el que la atención la tenía el #TercerDebatePresidencial, esto logra generar conversación en la ciudadanía ya que este tema se posiciona a las 11 hrs y se mantiene presente con hashtags secundarios como: #Coparmex,

#VotaXLas5Propuestas,#EncuestadeCoparmex y finalmente el hashtag #EscorpionDorado hecho que causó polémica entre los usuarios por la entrevista realizada al candidato por el Partido Revolucionario Institucional Jose Antonio Meade Kuribreña, en donde lo entrevista el YouTuber mexicano, Alejandro Montiel en su personaje denominado: “El escorpión Dorado”. Esto se mantiene hasta las 18 hrs.

Fue hasta las 18 hrs en donde los usuarios de Twitter se dividieron en dos conversaciones que permanecían: el tercer debate presidencial y un escándalo sobre uno de los conductores de deportes más reconocidos de México.

#### **4.3.2 Impresionanti**

Uno de los más grandes escándalos de la televisión deportiva mexicana fue el video "Impresionanti" de Luis Roberto Alves, mejor conocido como “Zague”, tuvo un momento complicado por la filtración de esta grabación, precisamente cuando él se encontraba en Rusia para la cobertura del Mundial, video que se destapó días antes del inicio del Mundial de Rusia 2018 el 12 de junio de 2018, hecho que hizo dar vuelta a la conversación mexicana sobre el #TercerDebatePresidencial, “Saqué el primer tuit explicando lo que pasó y fueron 3 horas en que me acabé la pila dos veces, mi celular no dejó de sonar porque me hablaron de todos los medios”, mencionó el ex futbolista.<sup>199</sup>

---

<sup>199</sup> Deportes, R. (2021). *La inédita historia de cómo Zague se enteró que filtraron su video íntimo*. Herald Deportes. <https://www.heraldodeportes.com.mx/tendencias/2021/1/19/la-inedita-historia-de-como-zague-se-entero-que-filtraron-su-video-intimo-7143.html>

Es así como esta tendencia se genera a partir de las 18 hrs y comienza a tener una constancia frente a tendencias de política. (Figura 1)

18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
#DiegoReyes	#Impresionante	#Impresionante	#DebateINE	#DebateINE	#DebateINE
#Impresionante	#MeadePresidente2018	#MeadePresidente2018	#NoTeHagoCasoPor	#DiegoReyes	#Impresionante
#TercerDebatePresidencial	#DiegoReyes	#DiegoReyes	#ForniteProAM	#GabrielaWarketin	#MexicoVotaPorAnaya
#JoséSaturninoCardozo	#ForniteProAM	#ForniteProAM	#NoMeCritiquenPor	#EnLaVidaNoDebes	#DebatePresidencial2018
#Trabajoinfantil	#Mexico-Puebla	#Mexico-Puebla	#YoMeCasoSi	#Trabajoinfantil	#ReformaEducativa

Figura 1. Tabla de tendencias en Twitter durante el 12 de junio de 2018

Finalmente durante la tercera etapa, alrededor de las 19 hrs, se comienzan a posicionar de manera mayoritaria los hashtags oficiales del Instituto Nacional Electoral como: #DebateINE y de algunos candidatos como: #MeadePresidente2018, #MexicoVotaPorAnaya, y #DebatePresidencial2018. Así como conductores del debate siendo mencionadas figuras públicas como: #GabrielaWarketin.

Con esto se puede observar que el debate público entre los usuarios se hizo presente a lo largo de este periodo de tiempo en donde emitían comentarios a favor y en contra de los candidatos a la presidencia.

Es así como se termina el día posicionando con 2.7 millones de tuits emitidos sobre el Tercer Debate y 14 hashtags sobre las Elecciones Presidenciales y 20 hashtags sobre el mundial de fútbol Rusia 2018. (Tabla N° 2)

Tema	Número de hashtags
Mundial Rusia 2018	20
Elecciones presidenciales 2018	14
<b>Total</b>	<b>34</b>

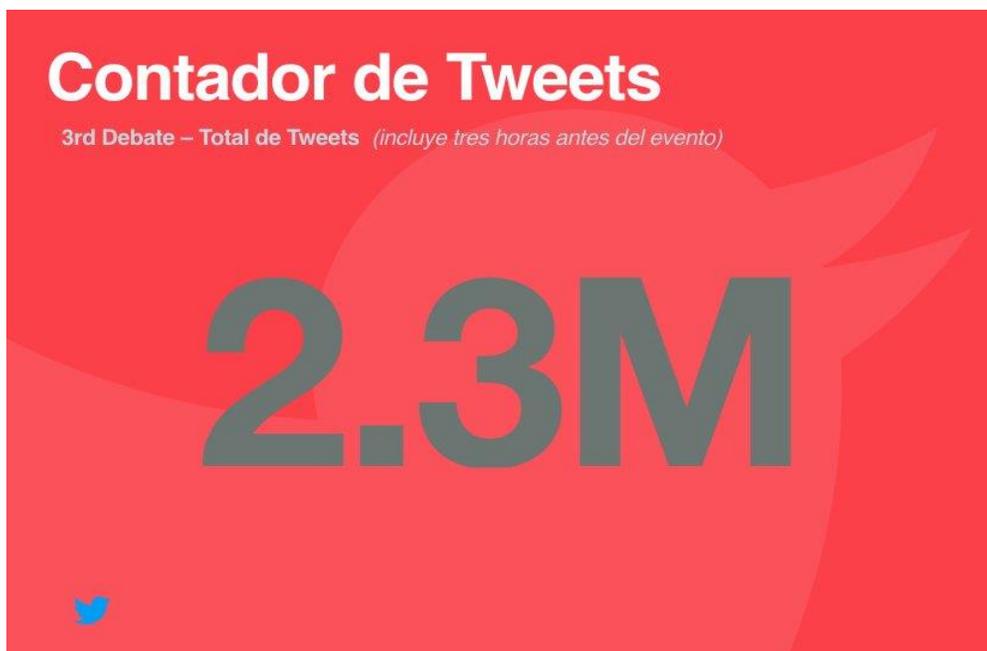
Tabla 3. Número de hashtags del 12 de junio de 2018

Horarios	8 a 11 hrs	12 a 15 hrs	16 a 19 hrs	20 a 24 hrs
Hashtags del mundial	1	3	7	1
Hashtags de las elecciones	2	4	6	5

Tabla 4. Hashtags de horarios sobre el mundial del 12 de junio



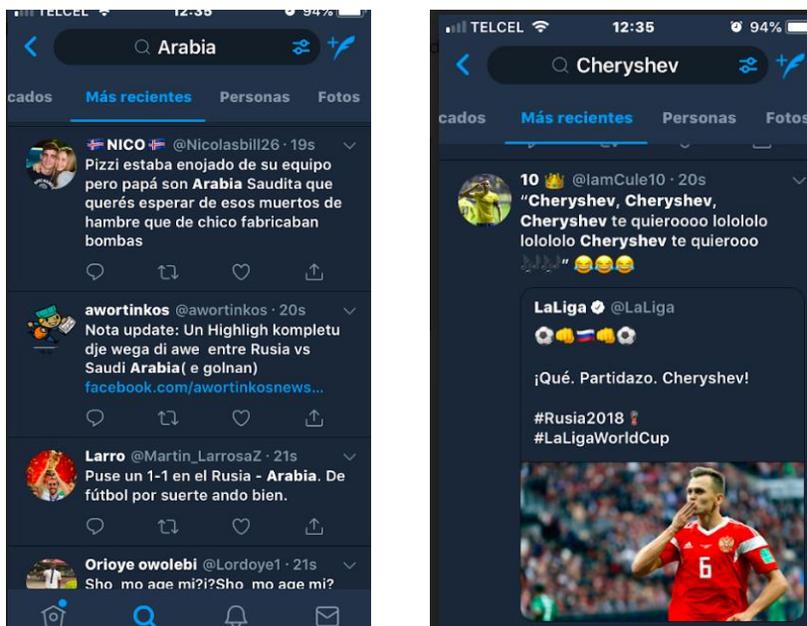
Fuente: captura de pantalla del hashtag #TercerDebatePresidencial el 12 de junio de 2018.



*Fuente: Twitter México.*

#### **4.3.3 Inicio del mundial vs #LadyFacturas**

El día 14 de junio fue el día que da inicio al mundial de Rusia 2018, es por ello que durante el transcurso de la mañana se posicionan hashtags como: #WorldCupRusia2018 e #InesEnRusia. A las 12 hrs del mediodía el mundial de Fútbol Rusia 2018 posiciona los primeros lugares del ranking de tendencias nacionales con hashtags como: #Rusia2018, #WorldCup, #ElDesmadreEstaEnMoscú y #HOYEMPIEZAELMUNDIAL. También destacaron: #Arabia, #Cheryshev y #Putin elementos que hacían alusión a el primer partido en donde jugaban Rusia vs Arabia Saudita y jugadores como #Cheryshev que destacó por su gran participación dentro de la cancha.



Fuente: captura de pantalla del hashtag #Cheryshev y #Arabia el 14 de junio de 2018.

Horarios	8 a 11 hrs	12 a 15 hrs	16 a 19 hrs	20 a 24 hrs
Hashtags del mundial	2	28	0	0
Hashtags de las elecciones	0	4	0	5

Tabla 5. Hashtags de horarios sobre el mundial del 14 de junio

Más tarde alrededor de las 14 horas se anunciaba que AMLO realizaría su cierre de campaña en el estadio Azteca, López Obrador explicó que su cierre de campaña, que se realizará el próximo 27 de junio, será un festival artístico en donde las cantantes Belinda y Eugenia León serán parte del cierre de campaña del candidato presidencial de Morena, con esta noticia la conversación da un giro y se posiciona en el ranking núm 17° el hashtag #BelindaYEugeniaLeón.

A las 15 hrs la conversación sigue en el terreno político cuando se posiciona el hashtag #LadyFacturas en el ranking número 4°. (Figura 3)



Figura 3. Captura de pantalla de los trending topics del 14 de junio de 2018.

#### 4.3.4 #LadyFacturas

Uno de los acontecimientos que dio de qué hablar en la Interacción de los usuarios de twitter durante el periodo de las elecciones presidenciales 2018, fue el caso de Layda Sansores contendiente por el partido Morena.

La noche del miércoles 13 de junio se presentó en un programa de Televisa llamado “En punto” que conducía la periodista Denise Maerker, un reportaje en donde supuestamente se informaba sobre los gastos personales realizados y facturados a nombre del Senado de la República hechos

por Layda Sansores, mismos que ascendían la cantidad de 700 mil pesos durante el año 2016 y 2017. (Figura 4).<sup>200</sup>



Figura 4. Captura de pantalla sobre el hashtag #LadyFacturas del 13 de junio de 2018

Sansores, quien, en ese momento era aspirante a la alcaldía Álvaro Obregón por la coalición “Juntos Haremos Historia” fue nombrada en redes sociales como #LadyFacturas. Es así como la Opinión Pública Digital de twitter deja de lado el Mundial Rusia 2018 y voltea a ver el tema de la

<sup>200</sup> Pérez, E. (2018). #LadyFacturas, el indignante caso que exhibe el abusivo gasto del Senado en México. <https://es-us.noticias.yahoo.com/>

Senadora posicionándose en el ranking número 4° con comentarios a favor y en contra que llegaron a generar ruido dentro de la campaña presidencial de Andrés Manuel López Obrador.<sup>201</sup>

Más tarde alrededor de las 12 hrs de ese mismo día el hashtag #LadyFacturas se posiciona en el ranking número 1° de la conversación digital mexicana en Twitter quitando de lugar a hashtags del mundial como: #WorldCup, #Taretan y #ArabiaSaudita. Y agregando en la conversación el hashtag: #ConMeadeGanamosTodos, en el quinto lugar y #SonoraConMeade refiriendo este hashtag al miting organizado en ese estado en Navojoa, Sonora.

Finalmente, en el onceavo lugar el programa #SiMeDicenNoVengo posiciona con su audiencia el mismo hashtag.



Figura 4. Captura de pantalla sobre el hashtag #SiMeDicenNoVengo del 13 de junio de 2018

<sup>201</sup> Galvan, F. (2018). *#LadyFacturas, los gastos personales de una senadora encienden las redes sociales*. <https://www.merca20.com/ladyfacturas-los-gastos-personales-de-una-senadora-encienden-las-redes-sociales/>. Recuperado 24 de septiembre de 2022, de <https://www.merca20.com/ladyfacturas-los-gastos-personales-de-una-senadora-encienden-las-redes-sociales/>

A manera de cierre el 14 de junio con un total de 8 hashtags en donde se posicionan temas políticos frente a un total de 25 hashtags sobre el mundial Rusia 2018. Figura 5.

A	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	
TENDENCIA	24:00:00		MEDIA									
TOTAL	5											
14 de junio de 2018												
1	#LadyFacturas		#EncuentroDeControladores						1	#InesEnRusia	21	#ArabiaSaudita
2	#YoungBlood		Belinda y Eugenia León						2	#WorldCupRusia2018	22	#NestorAraujo
3	#LosIncreibles2		#LadyFacturas						3	#Rusia2018	23	#Griezmann
4	#QueMeDuela		#ConMeadeGanamosTodos						4	#WorldCup	24	Alejandro Chávez
5	#ConMeadeGanamosTodos		#DesdeLasCámaras						5	#Arabia	25	Celta
6	#MaraCastilla		#SiMeDicenNoVengo						6	#Cheryshev	26	
7	#ShuanShuan		#SonoraConMeade						7	#Putin		
8	#DesdeLasCámaras		#TrenMexicoToluca						8	#Golovin		
9	#LineaAdeIMetro							9	#RobbieWilliams			
10	#Inundación							10	#ElDesmadreEstaEnMoscú			
11	#SiMeDicenNoVengo							11	#Pizzi			
12	#Lucerito							12	#HOYEMPIEZAELMUNDIAL			
13	#EnMexicoNoDeberian							13	Artem Dzyuba			
14	#SanLuisRioColorado							14	Dzagoev			
15	#SonoraConMeade							15	Ruso			
16	#DepresiónTropical							16	QUIE GOLAZO			
17	#TrenMexicoToluca							17	Luzhnik			
18	#Delda'Vuella							18	Golazo de Rusia			
19	#ForoGlobal							19	Maradona			
20	#Calfanes							20	#Taretan			

Figura 5. Tabla de tendencias del 14 de junio de 2018.

Tema	Número de hashtags
Mundial Rusia 2018	25
Elecciones presidenciales 2018	8
Total	33

Tabla 6. Número de hashtags del 14 de junio de 2018



Figura 5. Captura de pantalla sobre el hashtag #ConMeadeGanamosTodos y #LadyFacturas del 23 de junio de 2018

### 4.3.5 México juega en el mundial vs Javier Duarte.

Durante la mañana del 17 de junio la conversación giraba alrededor del tan esperado juego del equipo mexicano en el mundial Rusia 2018. “México debuta en el Mundial contra Alemania, en un duelo en el que el Tri puede hacer historia en su debut en el Grupo F, en el Estadio Luzhniki”<sup>202</sup>, mencionan medios locales e internacionales. Usuarios tuiteaban que algunos paisanos no habían alcanzado boletos para el juego, y en twitter destacaban hashtags como #VamosMexico y #TodosJuntos.



Figura 6. Captura de pantalla sobre el hashtag #MexicoVsAlemania del 17 de junio de 2018.

<sup>202</sup> Claro, R. (2018). *Alemania vs México en vivo minuto a minuto - Mundial 2018 Rusia en directo*. Claro Sports. <https://www.marca.com/claro-mx/eventos/en-directo/2018/06/17/60118-alemania-vs-mexico/>

Antes de las 12 hrs ya se conocía el resultado del partido esperado por los 15.9 millones de personas que vieron al menos un minuto del partido de México contra Alemania en el Mundial de Rusia 2018, según datos de la agencia de medición de audiencias Nielsen Ibope México. Por ello usuarios destacaron hashtags como: #MexicoVsAlemania,#VamosMéxico,#Ochoa y #Chícharo. Refiriéndose a los jugadores que anotaron los goles que le dieron a la selección de México el triunfo frente a Alemania en el primer partido de la Copa Mundial 2018.

“Se trata de una victoria histórica: la selección campeona del mundo, cayó derrotada en su presentación en el estadio Luzhniki, en Moscú. Ese fue el mayor triunfo de México en una Copa del Mundo por encima del triunfo 2-0 sobre Francia en el Mundial de Sudáfrica” (El País, 2018)<sup>203</sup>

Los usuarios de twitter que siguieron este encuentro no dudaron en generar comentarios sobre diversos hechos. El festejo de una aficionada mexicana, transmitido en televisión abierta y retomado por varias cuentas en redes sociales, fue sumamente particular. “No mames”, fue el grito de esta mujer que alcanzó más de 21.000 retuits en las primeras cinco horas tras su publicación, entre otras varias reacciones.<sup>204</sup>

---

<sup>203</sup> País, E. E. (2018,). *Hablamos con la mexicana que festejó el triunfo sobre Alemania con un «no mames»*. Verne. [https://verne.elpais.com/verne/2018/06/17/mexico/1529270043\\_835388.html](https://verne.elpais.com/verne/2018/06/17/mexico/1529270043_835388.html)

<sup>204</sup> País, E. E. (2018). *Hablamos con la mexicana que festejó el triunfo sobre Alemania con un «no mames»*. Verne. [https://verne.elpais.com/verne/2018/06/17/mexico/1529270043\\_835388.html](https://verne.elpais.com/verne/2018/06/17/mexico/1529270043_835388.html)

Horarios	8 a 11 hrs	12 a 15 hrs	16 a 19 hrs	20 a 24 hrs
<b>Hashtags del mundial</b>	3	21	3	6
<b>Hashtags de las elecciones</b>	0	0	2	3

Tabla 7. Hashtags de horarios sobre el mundial del 17 de junio

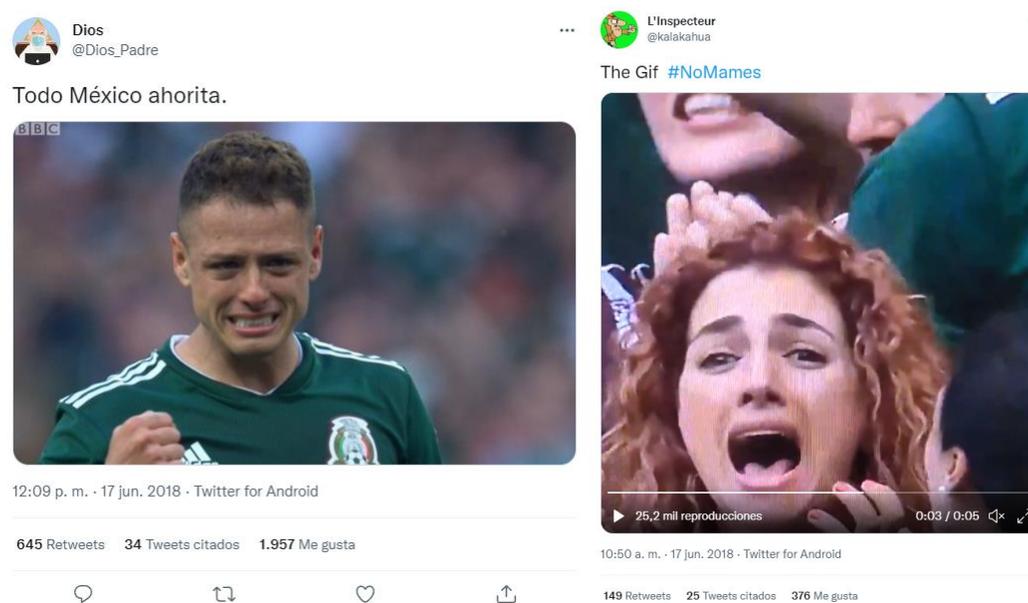


Figura 7. Captura de pantalla sobre el hashtag #MexicoVsAlemania del 17 de junio de 2018.



*Figura 8. Captura de pantalla sobre el hashtag #MexicoVsAlemania del 17 de junio de 2018.*

Alrededor de las 6 de la tarde la conversación sigue en la cancha del mundial en donde usuarios comentan el siguiente equipo con el que se enfrentaría México, destacando así hashtags como: #MexicoVsAlemania, #Suiza, #Neymar, así como también la euforia de los mexicanos que se encontraban en nuestro país los animó a salir a celebrar al angel posicionando así el hashtag #ÁngelDeLaIndependencia.

Durante ese día se logra observar al menos en el espacio Público Digital de Twitter una pausa a la política mexicana, pues todos celebraban gozosos el triunfo del equipo mexicano.

Finalmente a partir de las 21 horas hasta la medianoche la conversación convergía en el triunfo del Tri y la captura del fiscal general de Javier Duarte con los hashtags: #SiSePudo y #JavierDuarte. Dando como resultado una preferencia mayoritaria al triunfo de México con 35 hashtags posicionados sobre el tema frente a 5 sobre el caso de Javier Duarte de Ochoa y su fiscal carnal.

Tema	Número de hashtags
Mundial Rusia 2018	35
Elecciones presidenciales 2018	5
<b>Total</b>	<b>40</b>

Tabla 8. Número de hashtags del 17 de junio de 2018

#### 4.3.6 México - Korea vs #NiUnVoto a...

Eran las 10 hrs y los usuarios del espacio público digital de Twitter posicionaron frases como: “¡Vamos México!” y hashtags como #Rusia2018, #Mex y #NadaNosDetiene. La gente en el zócalo capitalino se reunía para el tan esperado partido.





Figura 8. Captura de pantalla sobre el hashtag #MexicoVsKorea del 23 de junio de 2018.

Alrededor de las 12 hrs ya todo el mundo volteaba a ver cual era el resultado que nos daría el día de hoy el Tri mexicano posicionando hashtags como #MéxicovsCorea, #ElDesmadredelTRIunfo, y haciendo alusión a jugadores como #Rafita y #Memo.

Con un triunfo de 2-0 a favor de México en la Arena Rostov y se colocaba con un pie y medio en los octavos de final de la Copa del Mundo Rusia 2018 y posicionándose el hashtag: #MexicoVsCorea.

Siendo las 15 hrs las tendencias seguían hablando sobre el tan aclamado resultado que había dado el partido mexicano con hastags en el ranking número 1 como #MexicoVsCorea, y mencionando los resultados del futbol femenino con hashtags como: #GERSWE, Boateng, Reus, y Brandt en referencia a los nombres de las jugadoras y el juego de Alemania vs Suecia.

Fue hasta las 18 hrs que el debate político digital de Twitter se enciende posicionando hashtags como: #NiUnVotoAMorena, #NiUnVotoAIPRI,#VotaPRIVotaMeade y #VotoRazonado. Así como el anuncio del cierre de campaña de AMLO titulado #AMLOFest. Es así como termina la jornada posicionando 10 hashtags sobre el mundial Rusia 2018 frente a 4 sobre las elecciones 2018.

**Morena**   
@PartidoMorenaMx

Cierre de campaña, miércoles 27 de junio en el Estadio Azteca.  
Entrada gratuita. Acceso a partir de las 16:00 hrs.  
Cada persona tendrá un boleto y un asiento asignado.

¡Cerremos esta campaña con alegría y esperanza!  
[#AMLOFest](#)



Más información en [amlofest.mx](#)

**morena**  
La esperanza de México

3:18 p. m. · 23 jun. 2018 · Twitter Web Client

Figura 8. Captura de pantalla sobre el hashtag #AMLOFest del 23 de junio de 2018.

<b>Horarios</b>	<b>8 a 11 hrs</b>	<b>12 a 15 hrs</b>	<b>16 a 19 hrs</b>	<b>20 a 24 hrs</b>
<b>Hashtags del mundial</b>	0	9	0	0
<b>Hashtags de las elecciones</b>	0	0	4	0

*Tabla 9. Hashtags de horarios sobre el mundial del 23 de junio de 2018*

#### **4.3.7 México- Suiza vs AMLOFEST**

Eran las 8 de la mañana del 27 de junio, y los aficionados virtuales del espacio público digital de Twitter ya habían posicionado el hashtag #MéxicoVsSuecia en el ranking número 1° y #FutbolMode como parte de las tendencias nacionales en México.

Este evento fue muy seguido, al ser esencial para el equipo mexicano, pues dependiendo de su resultado y del que tuvieran en su partido Alemania contra Corea, la Selección Mexicana pasaba o no a la siguiente ronda. Así, el partido fue tendencia mundial con al menos dos hashtags: Vamos México y #MexicoVsSuecia.

Inicialmente algunas tendencias muy usadas fueron #MéxicoCreoEnTi, así como Paco Memo (por el nombre completo del portero de México, Guillermo Ochoa, que es Francisco Guillermo Ochoa Magaña). El ganar el partido contra Suecia significaba el pase automático a las octavas de final en el mundial Rusia 2018. Por desgracia no fue así pues Suecia derrotó al equipo exicano.

Posteriormente, los trending topics relacionados al partido fueron #JuegaMexico, Layun, Memo Ochoa y, cuando Suecia comenzó a ganar, ABBA e IKEA (por los memes de que, de ganar Suecia,

los aficionados romperían sus discos de la banda sueca ABBA o los muebles vendidos por la emblemática empresa de ese país, IKEA).

A las 19 hrs las tendencias cambiaron del mundial Rusia 2018 al tema de las elecciones cuando inició en el estadio Azteca el cierre de campaña de Andres Manuel López Obrador con su llamado #AMLOFest en donde se posicionaron hashtags como: #AMLOFEST, #EstadioAzteca, #MeadePresidente, #Azteca, y tendencias como #KoreaTeAmo se mantenían del lado del mundial.

Finalmente alrededor de medianoche nos encontramos en promedio con 6 hashtags sobre las elecciones 2018 frente a 3 hashtags sobre el tema del mundial Rusia 2018.

<b>Horarios</b>	<b>8 a 11 hrs</b>	<b>12 a 15 hrs</b>	<b>16 a 19 hrs</b>	<b>20 a 24 hrs</b>
<b>Hashtags del mundial</b>	2	3	1	3
<b>Hashtags de las elecciones</b>	1	2	3	6

*Tabla 10. Hashtags de horarios sobre el mundial del 27 de junio*

#### **4.3.8 Elecciones Presidenciales 2018**

Eran las 6 de la mañana y el movimiento ya se observaba en las calles y también en la conversación de los usuarios de twitter que reportaban minuto a minuto la jornada que se aproximaba hablando sobre las instalaciones de las casillas.

A las 9 de la mañana en la Opinión Pública digital de Twitter se posicionaron hashtags como: #EleccionesMéxico2018, #VotaLibre, #EleccionesPresidenciales, #MéxicoDecide, #JornadaElectoral, #HoyMéxico y #Casilla. Mientras que en el mundial se disputaban Rusia y España en el juego, con los hashtags: #VengaEspaña y #EspañaVsRusia.

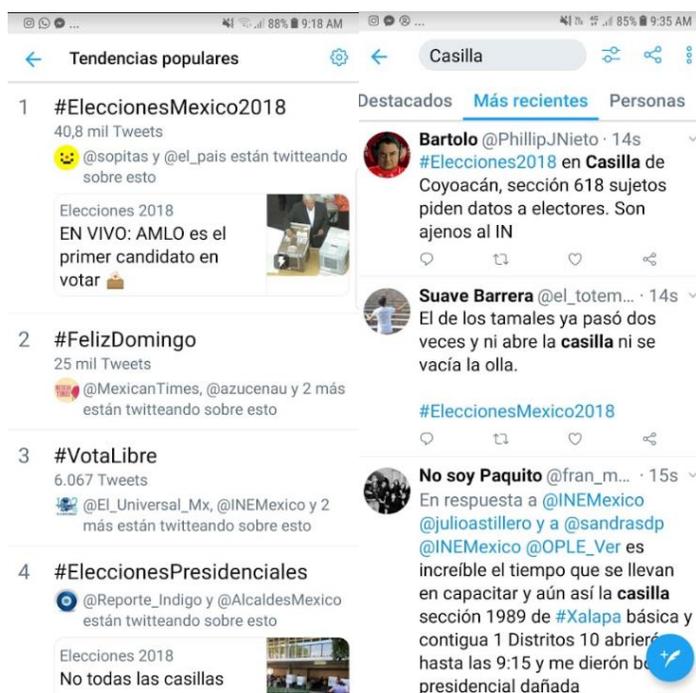


Figura 9. Captura de pantalla de los trending topics y el hashtag #EleccionesMéxico2018 del 1 de julio de 2018

Durante el mediodía la conversación está más inclinada más hacia los temas de la elección posicionando hashtags como: #Elecciones2018, #VotoLibre, #EleccionesMéxico2018, #EleccionesPresidenciales y #VotaMexico. La ciudadanía emitía comentarios que llamaban a la participación ciudadana y al ejercicio de decidir de manera libre y otros emitiendo comentarios del favoritismo que tenían por su candidato votado.

En esta elección se observó una alta participación, se estimaba que participó un 62.67% de los registrados para votar.<sup>205</sup> Entre las 14 y 16 hrs se fueron dando más tendencias, como #VotaLibre, #SoloFaltasTú, #YoYaVoté (en la cual se compartieron imágenes de personas con la marca de tinta indeleble en su pulgar derecho), entre otras.

---

<sup>205</sup> INE, (2019). *En el Proceso Electoral 2017-2018 votaron más mujeres que hombres*. Central Electoral. <https://centralelectoral.ine.mx/2019/07/18/proceso-electoral-2017-2018-votaron-mas-mujeres-hombres/>

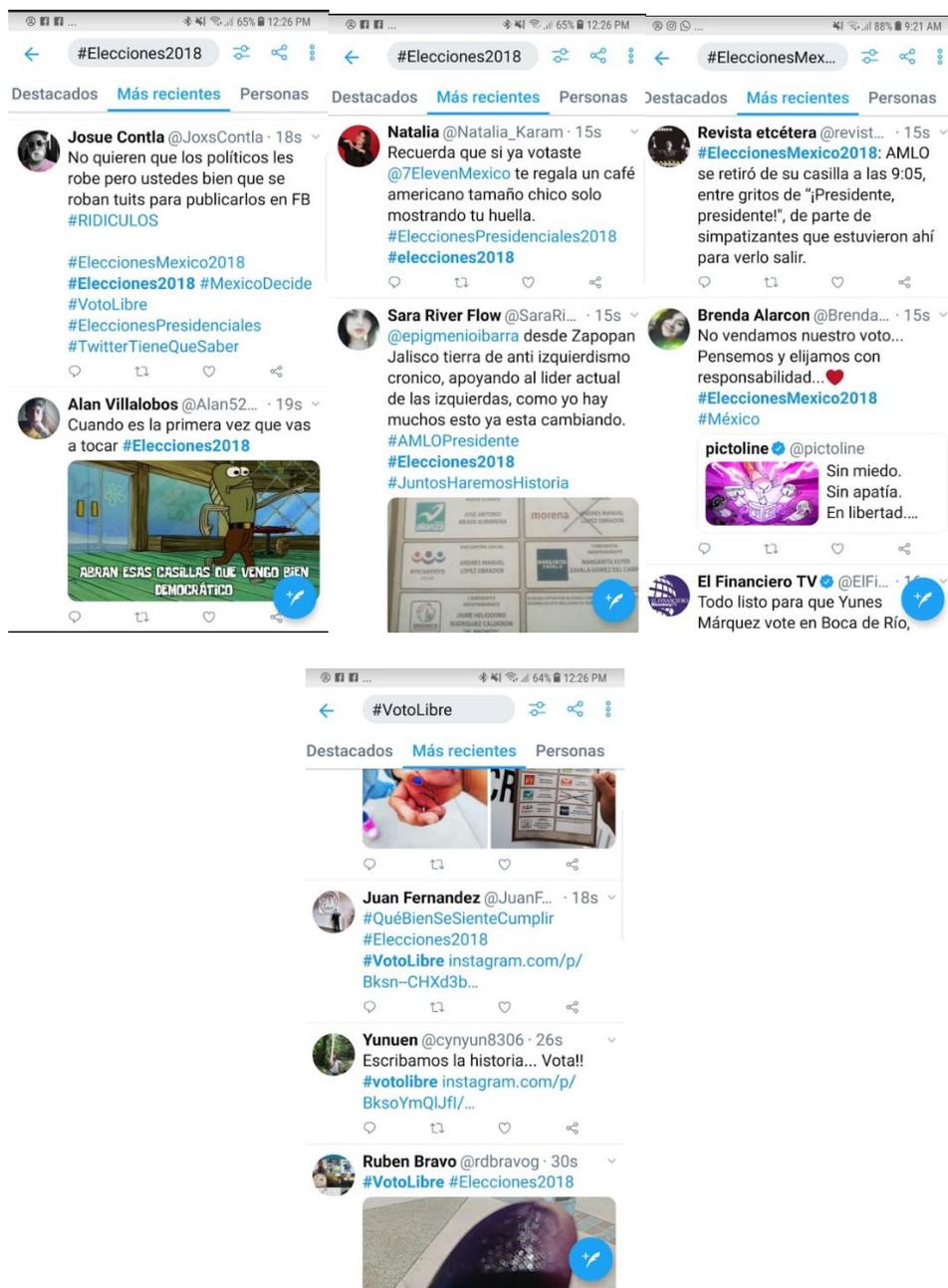


Figura 10. Captura de pantalla del hashtag #Elecciones2018 del 1 de julio de 2018

Ya para las 18 hrs que iniciaron conteos rápidos en elecciones locales donde ya habían cerrado las casillas, se comenzaron a dar los primeros resultados y los estados donde esto ocurría se volvieron

tendencia (como Chiapas y Morelos). Colocando hashtags como: #YoYaVoteMeade en el ranking núm 8° y #SoloFaltasTu en el 5° lugar.

Igualmente, algunos ganadores llamaron más la atención que otros: el próximo gobernador de Morelos, Cuautémoc Blanco, se volvió tendencia al superar a sus rivales y por el hecho de que anteriormente era jugador profesional de fútbol.<sup>206</sup>

Ese día alrededor de las 20:30 horas la cantidad de menciones para Andrés Manuel se disparó entre las 8 y 9 de la noche, después de que José Antonio Meade, el Bronco y Anaya reconocieran que los números no les favorecían. Así el hashtag #Meade se posiciona en el ranking núm 1° por su mensaje en donde reconoce el triunfo de AMLO, en donde varios personajes de la vida política aplauden su posicionamiento, seguidos de #PREP y #CuauhtemocBlanco.

---

<sup>206</sup> Velázquez, K. (2018). *Elecciones 2018 en México: qué tendencias fueron relevantes en Twitter, Facebook y YouTube*. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://marketing4ecommerce.mx/elecciones-2018-en-mexico-tendencias-fueron-relevantes-twitter-facebook-youtube/>



Figura 11. Captura de pantalla del hashtag #Meade del 1 de julio de 2018.

Finalmente al término de esta jornada electoral el triunfo es más claro que nunca antes en la historia la victoria electoral de Andrés Manuel provocó una explosión de júbilo en las redes sociales, ya que todos los candidatos acabaron el día con una percepción muy positiva, mucho más alta que sus promedios habituales durante toda la campaña. Así, Andrés Manuel obtuvo un 81% de positivos, el Bronco 71%, Meade 70% y Anaya 74.5%. Los hashtags #AMLO, #PREP, #AndresManuel, #MeadeyAnaya fueron los primeros 4 en el ranking y el hashtag #Elecciones2018 se volvió trending topic mundial.

La conversación durante el día mantuvo muchos tópicos y hasta antes del anuncio del PREP en favor de López Obrador, básicamente se mantenía entre los detractores del tabasqueño y quienes lo apoyaban. Así las alusiones a Venezuela se enfrentaban a las que clamaban que se fraguaba un fraude. O bien, los buenos deseos de los otros candidatos, se enfrentan a quienes se burlaban de votar por uno u otro candidato.<sup>207</sup> (Vazquez,2018)

Es así como la jornada electoral del 1° de julio concluye de manera exitosa posicionando la conversación digital de twitter con un total de 6 millones de tuits emitidos durante la jornada<sup>208</sup> posicionando 44 hashtags en tendencia sobre las Elecciones Presidenciales México 2018 frente a 22 hashtags sobre el Mundial Rusia 2018.



Fuente. Twitter México.

<sup>207</sup> Vázquez, R. (2018). *Las redes sociales durante la jornada electoral*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/las-redes-sociales-durante-la-jornada-electoral/>

<sup>208</sup> Datos obtenidos por Twitter México.

<b>Tema</b>	<b>Número de hashtags</b>
<b>Mundial Rusia 2018</b>	22
<b>Elecciones presidenciales 2018</b>	44
<b>Total</b>	<b>66</b>

*Tabla 11. Número de hashtags del 1 de julio de 2018*

<b>Horarios</b>	<b>8 a 11 hrs</b>	<b>12 a 15 hrs</b>	<b>16 a 19 hrs</b>	<b>20 a 24 hrs</b>
<b>Hashtags del mundial</b>	5	11	7	0
<b>Hashtags de las elecciones</b>	10	4	9	22

*Tabla 12. Hashtags de horarios sobre el mundial del 1 de julio de 2018*

#### **4.3.9 #AMLOyTrump vs #MexicoVsBrasil**

Después de una larga jornada electoral el juego aun no terminaba para la selección del TRI el 2 de julio pues se enfrentaban con un contrincante fuerte Brasil.

Alrededor de las 10 hrs del 2 de julio los usuarios de Twitter ya emitían comentarios en donde apoyaban positivamente a la selección mexicana. Sin embargo, hubo críticas acerca de la decisión del director técnico de México, Juan Carlos Osorio, de incluir a Rafael Márquez en este partido, debido a que es el jugador más veterano de la Selección Nacional. Así fue como se posicionaron hashtags como: #MexicoVsBrasil, #HoyGanaMexico, #RafaelMarquez y #Oribe.

Conforme avanzaba el primer tiempo, sin goles para ninguno de los dos equipos, el ánimo esperanzado de los fans mexicanos en Twitter continuó. Sin embargo, los trending topics cambiaron de inmediato a incertidumbre cuando cayó el primer gol, realizado por Neymar da Silva Santos, así fue como se posicionaron hashtags como #NeymarChallenge dando como resultado final el triunfo de Brasil.

Así fue como los ánimos futbolísticos dentro del espacio público digital cesaron y la conversación alrededor de las 17 hrs nuevamente estaba alrededor de las elecciones presidenciales en donde se posiciona el comentario sobre el ahora ex presidente de Estados Unidos Donald Trump, en donde emitía una felicitación al ahora presidente, posicionando entre los usuarios el hashtag: #AMLOyTrump.



Figura 12. Captura de pantalla de la felicitación de Donald Trump a Andres Manuel López Obrador.

Sin embargo la molestía de los usuarios mexicanos por la pérdida del partido no quedó ahí ya que a las 20 hrs se logra posicionar en los primeros lugares el hashtag #FinjoComoNeymar es así como al final concluye el día con 10 hashtags posicionados sobre las elecciones presidenciales 2018 frente a 10 hashtags sobre el partido México vs Brasil.

<b>Horarios</b>	<b>8 a 11 hrs</b>	<b>12 a 15 hrs</b>	<b>16 a 19 hrs</b>	<b>20 a 24 hrs</b>
<b>Hashtags del mundial</b>	8	0	5	2
<b>Hashtags de las elecciones</b>	1	0	0	1

*Tabla 13. Hashtags de horarios sobre el mundial del 2 de julio de 2018*

## V) Conclusiones

Tras revisar detalladamente las tendencias en Twitter sobre las elecciones presidenciales en México 2018 y el Mundial de Fútbol Rusia 2018, los resultados a los que se llegan son:

Los hashtag o tendencias vinculadas con el Mundial Rusia 2018 encontré que superaron en número a las tendencias relacionadas con las elecciones presidenciales México 2018.

Las tendencias que más duración tuvieron en los días analizados fueron por una parte en el tema del mundial el hashtag #Rusia2018 y por otra parte el tema de las elecciones presidenciales con el hashtag #Elecciones2018.

Los días de mayor posicionamiento de las tendencias sobre la elección presidencial México 2018 fueron el 12 de junio correspondiente al Tercer Debate Presidencial y el 1 de julio correspondiente a la jornada electoral.

Los días de mayor posicionamiento de las tendencias sobre el mundial Rusia 2018 fue el 14 de junio de 2018 correspondiente a el día de la inauguración y el 17 de junio partido con el hashtag #MexicovsAlemania

Uno de los elementos que se convirtieron en una constante tras analizar los dos eventos, fue las derivaciones que se suscitaron en tendencias de ambos sucesos por ejemplo: en el tema de las elecciones encontramos tendencias como, personajes, declaraciones y eventos; sobre el mundial se detectaron nombres de jugadores, nombre de las selecciones de fútbol y lugar donde se desarrollaban los encuentros.

Al revisar detalladamente los temas que entraron en competencia en momentos determinados del periodo y que se generaron a lo largo del mismo, se llega a la conclusión de que a partir de un

análisis de dos eventos que fueron de gran relevancia para la sociedad mexicana existió una inclinación al tema relacionado con el Mundial de fútbol Rusia 2018.

Este análisis se logra demostrarlo al centrarse en el sector de la Opinión Pública Digital de la red sociodigital de Twitter en donde los usuarios eran gente orgánica que no tenía ninguna preferencia por temas políticos, pero tampoco por temas relacionados al fútbol.

En este análisis se puede observar como si existían intereses por ambos temas, pero al momento de que ocurría un partido de la selección mexicana la conversación que existía sobre temas de coyuntura política, se volcaban a generar comentarios ya sea positivos o negativos a las acciones, o hechos sobre el desempeño que tuviera en la cancha jugadores de la Selección Mexicana.

Sustentado al modelo de Wolton cabe mencionar que los medios de comunicación tuvieron un papel importante al momento de construir temas de tendencia sobre el mundial, pues al tener una cobertura en tiempo real (en los medios tradicionales como la televisión), sobre todo lo que ocurría en Moscú la atención de los usuarios de de twitter se mantenía al menos con un hashtag en tendencia sobre el mundial. Esto hacía que a pesar de haberse presentado eventos como el tercer debate presidencial y anuncios de eventos masivos como cierres de campaña en el estadio Azteca, la constante siempre se mantuviera del lado del Mundial Rusia 2018.

Desde el análisis cuantitativo también se puede concluir la preferencia sobre el mundial ya que de acuerdo al estudio desarrollado el número de hashtags en tendencia sobre el Mundial fue de 102 a diferencia de los 71 hashtags generados sobre la Presidencia de México. Es decir, no solo hubo

una conversación constante en el tema del mundial sino que también se generaba contenido nuevo sobre temas del fútbol que hacían que el espectador siguiera atento a las novedades y tendencias relacionados con el mundial Rusia 2018.

De acuerdo con el Economista tan solo del 15 al 17 de junio de 2018 el hashtag #MexicovsAlemania se llegó a tuitear alrededor de 104.4 K veces y existieron alrededor de 4.3 millones de interacciones sobre el mismo partido.

Es así como se concluye que la población mexicana tuvo un interés mayor en los hashtags relacionados al tema del Mundial Rusia 2018. Este trabajo al estar centrado en el sector de la opinión pública digital no puede omitir ver el papel que jugaron los políticos, los medios de comunicación y su impacto en la sociedad, para construir temas de tendencia en una elección de tal relevancia como la presidencial de 2018.

## **VI) Bibliografía**

Ortega A, (2002). *Derecho privado romano*, Málaga, p. 99

Aladro E, & Padilla G. (2015). *Aplicaciones actuales de la comunicación e interacción digitales* (2.a ed.). Asociación cultural y científica Iberoamericana.

Alamán, A, & Rueda, A. (2013). *La “conversación” en Twitter: las unidades discursivas y el uso de marcadores interactivos en los intercambios con parlamentarios españoles en esta red social*. *Estudios de Lingüística del Español (ELiEs)*, 35, 243-277. <https://doi.org/10.36950/elies.2014.35.8717>

Arendt. H (1993). *La condición humana*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Amado, L. (2013). *Construcción de redes de opinión pública en la web 2.0*. pp.16

Ayala F. (2018). *Revista Mexicana de Opinión Pública*, Revista Mexicana de Opinión Pública, Año 16, número 30 pp.75

BBC News Mundo. (2014). *#MundoEnLaRed: el hashtag de la indignación en México #YaMeCanse*. *BBC News Mundo*.  
[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141110\\_trending\\_yamecanse\\_mexico\\_gtg](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141110_trending_yamecanse_mexico_gtg)

Beas, D. (2010). *La reinención de la política: Internet y la nueva esfera pública* (1.a ed.)

Berrio, J. (1981). *Jürgen Habermas, Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo

Gili. Barcelona, 1981. 351 pàgs. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 6, 134-137.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6133729>

Berroeta H. y Vidal T. (2012). *La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa*. POLIS, Revista Latinoamericana, pp. 11-31.

Boladeras M. (2021). *La opinión pública en Habermas*. <https://ddd.uab.cat/>. Recuperado 25 de septiembre de 2021, de <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n26/02112175n26p51.pdf>

Blumer H, (1946). *Collective behavior* en A.M. LEE (ed.), *New outlines of the principles of sociology*, Barnes and Noble, Nueva York, pp.167-222.

Burbano, A. y Páramo, P. (2014). *La ciudad habitable espacio público y sociedad*. Colombia: Universidad Piloto de Colombia.

Castells, M. (2018). *Los nuevos espacios de la comunicación | Telos*. Telos | Archivo.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero075/los-nuevos-espacios-de-la-comunicacion/>

Cano M. (2016). *La biopolítica y los dispositivos de control de la opinión pública en la era del ciberespacio*. *Estudios Políticos*, 48, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 224-242. DOI: 10.17533/udea.espo.n48a12

Cano, R. (2016). *Jack Dorsey, el visionario de los 140 caracteres*. El País.  
[https://elpais.com/tecnologia/2016/03/20/actualidad/1458449913\\_290538.html](https://elpais.com/tecnologia/2016/03/20/actualidad/1458449913_290538.html)

Castañeda P. (2020). *¿Cómo vamos en el índice del desarrollo TIC y la brecha digital en México?* <https://cio.com.mx/>. Recuperado 15 de septiembre de 2021, de <https://cio.com.mx/como-vamos-en-el-indice-del-desarrollo-tic-y-la-brecha-digital-en-mexico/>

Castells, M. (2010). *Comunicación Y Poder* (1.a ed.). Alianza.

Castrelo, V. (2018). *La esfera pública habermasiana. Su obsolescencia en tiempos de nuevas plataformas digitales*. *Inmediaciones de la comunicación*, 13(1), 71. <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2826>

Claro, R. (2018). *Alemania vs México en vivo minuto a minuto - Mundial 2018 Rusia en directo*. Claro Sports. <https://www.marca.com/claro-mx/eventos/en-directo/2018/06/17/60118-alemania-vs-mexico/>

Cobos, T. (2009). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. *Razón y Palabra*, 15(73). <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514908045.pdf>

Crovi D. (2016). *Redes Sociales Digitales. Lugar de encuentro, expresión y organización para los jóvenes*.

De Moragas, M (2011). *Interpretar la Comunicación: Estudios sobre Medios en América y Europa*. Barcelona, España: Gedisa,2011.

Deportes, R. (2021). *La inédita historia de cómo Zague se enteró que filtraron su video íntimo*. *Heraldo Deportes*. <https://www.heraldodeportes.com.mx/tendencias/2021/1/19/la-inedita-historia-de-como-zague-se-entero-que-filtraron-su-video-intimo-7143.html>

Delgado. M (2011). *El Espacio Público como ideología*. Madrid, España: Catarata, p. 9.

Ezquerria, J. (2009). *Pólis y Caos. El espacio de lo político*. *Revistas UM*. <https://revistas.um.es/respublica/article/view/72391/69821> pp.4,37.

@FeliciCultura. (2016). *La educación según John Dewey, Maite Larrauri* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EE84Z5rAnrA>

Frederick, H. (1993). *Democratizando el ciberespacio*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 45, 40-45. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i45.710>

Freidenberg, D y Beaudoux, F. (1999). *Opinión pública, o abriendo la caja de Pandora de las definiciones*. *Ecuador debate*, 46 (Fredy Rivera Vélez), pp. 123-138. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/5783>

Gainous, J. & Wagner, K. (2013). *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*.

Galván, F. (2018). *#LadyFacturas, los gastos personales de una senadora encienden las redes sociales*. <https://www.merca20.com/ladyfacturas-los-gastos-personales-de-una-senadora-encienden-las-redes-sociales/>. Recuperado 24 de septiembre de 2022, de <https://www.merca20.com/ladyfacturas-los-gastos-personales-de-una-senadora-encienden-las-redes-sociales/>

González, A. (2016). *Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España*. Revista Mexicana de Opinión Pública. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2016.07.004>

González, P. (2018). *Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?* Ciudad de México: Gedisa, p. 29

Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública* [electronic resource]: la transformación estructural de la vida pública. Editorial Gustavo Gili.

Heredia, B. (2019). *Nos volvimos extranjeros (en la 4T)*. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/blanca-heredia/nos-volvimos-extranjeros-en-la-4t/>

Hernández, R, & Diego, R. (2014). *De la Red a las calles: #YoSoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo*. Argumentos (México, D.F.), 27(75), 59-76. <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v27n75/v27n75a4.pdf>

Hurtado, L. (2019). *Uso de Twitter durante los debates presidenciales 2018* [Instituto Electoral del Estado de Guanajuato]. En Partidos políticos, redes sociales y candidaturas independientes (1.a ed.).

Hurtado L, (2020). *¿Benditas o malditas redes sociales? Participación, Polarización y Fake News* [Laboratorio universitario para la reflexión e investigación colaborativa de la ciudadanía digital y la cibercultura], Querétaro México, (Conferencia).

INE. (2019). *En el Proceso Electoral 2017-2018 votaron más mujeres que hombres*. Central Electoral. <https://centralectoral.ine.mx/2019/07/18/proceso-electoral-2017-2018-votaron-mas-mujeres-hombres/>

Wolton, D. (1998). *Las transformaciones de la publicidad política*. En *El nuevo Espacio Público* p.13. Madrid, España: Gedisa.

Jaramillo, J. (2010). *La “Esfera Pública” y “Las Esferas Públicas”*. En *El Espacio de lo Político en Habermas. Alcances y límites de las nociones de la Esfera Pública y política deliberativa*, pp. (60-61). Bogotá, Colombia: Dialnet.

Canel, J. (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica* (2.a ed., Vol. 1).

Tecnos.

Terrazas, J. (2010). *El concepto de “res publicae”, I: la noción de “res” en el lenguaje de los juristas romanos*. Revista de Estudios Histórico-Jurídicos [Sección Derecho Romano], XXXII, 127-158.

Habermas, J. (1964). “*Offentlichkeit*” (*ein Lexiconartikel*), *Fischer Lexicon, Staat und Politik*, Alemania: Published by: Duke University Press DOI: 10.2307/487736. Traducción de José María Pérez Gay

K. Young (1999), “*Opinión pública*”, *La opinión pública y la propaganda*, México, Editorial Paidós, pp.11-12.

Kurbalija, J. (2016). *Introducción a la gobernanza de Internet* (7.a ed.) [Diplomacy]. <http://politicasyplanificacion sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2020/09/Kurbalija-2016-Introducci%C3%B3n.pdf>

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.

López S. (2021). *La libertad de expresión en el nuevo feudalismo digital*. Nexos. Recuperado 10 de octubre de 2021, de <https://nexos.com.mx/?p=54536>

Balza F. (1998). *Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: reflexiones sobre la experiencia chilena*. *EURE (Santiago)*, 24(71), 27-36. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71611998007100002>

Hurtado, L. (2023) *Fake News: El enemigo silencioso*, México, Plaza y Valdés. “*Arquitectura de Internet y las Redes Sociodigitales*,” Ciudad de México, 2019.

Maquiavelo, N. (2014). *El Príncipe*. Grupo Editorial Patria.

Machado, M. (2019). *El marketing político y el análisis de la opinión pública*. Instituto Internet. <https://www.institutointernet.com/blog/el-marketing-politico-y-el-analisis-de-la-opinion-publica/>

Mirón M. (2014). *Entre la casa y el ágora*. Dialnet, XVIII, pp. 14,33.

McCombs, M. (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la Opinión Pública y en el conocimiento. En influir en la opinión pública* (2006.a ed., Vol. 1, p. 26). Paidós.

Meneses M. (2015). *Ciberutopías* (1.a ed.).

Meyenberg Y. (2018). *Comunicación política y sus expresiones en la Ciudad* (1.a ed.) [Instituto Electoral de la Ciudad de México].

Mitjans, I. N. (2008). *Web 2.0. Gestión 2000*.

Modonesi, M. (2018). *México 2018: panorama antes de la tormenta electoral*. México 2018: panorama antes de la tormenta electoral. Recuperado enero de 2022, de <https://nuso.org/articulo/mexico-2018-panorama-antes-de-la-tormenta-electoral/>

Navales, G. (2019). *Facebook como arma política: orígenes, técnicas y ejemplos* (Beers&Politics).

Navarro, L.(2017). *Entre esferas públicas y ciudadanía: Las teorías de Arendt, Habermas y Mouffe aplicadas a la comunicación para el cambio social*. Barranquilla Colombia: Universidad del Norte, p.55.

Neumann, N. (1995). *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. En F. J. Ruiz Calderón (Trad.), *La espiral del silencio. ¿Qué es la Opinión Pública? Vol.* (Paidós Comunicación, pp. 86-87). Espasa Libros, S.L.U. <https://doi.org/10.1177/0269881118806297>

Osmundsen, P. y Bor, M. (2021). *Cómo la polarización partidista impulsa la difusión de noticias falsas*. <https://www.brookings.edu/>. Recuperado 15 de septiembre de 2021, de <https://www.brookings.edu/techstream/how-partisan-polarization-drives-the-spread-of-fake-news/>

Osuna, V. (2021). *Yolanda Meyenberg Leycegui. Comunicación política y sus expresiones en la ciudad. Instituto Electoral de la Ciudad de México* (Cuadernos de la Ciudad de México 4). México, 2018. *Inter disciplina*, 9(24), 232-236. <http://www.scielo.org.mx/pdf/interdi/v9n24/2448-5705-interdi-9-24-232.pdf>

González P. (2018). *Espacio público y ciudadanía: ¿Cómo trascender de lo privado a lo público?* Ciudad de México: Gedisa, p. 29

Fuenteseca, P. (1978) *Derecho privado romano*, Madrid, p. 100. En este sentido Max Kaser. *Römisches Privatrecht*, München, 1981, p. 81.

El País, (2018). *Hablamos con la mexicana que festejó el triunfo sobre Alemania con un «no mames»*. Verne. [https://verne.elpais.com/verne/2018/06/17/mexico/1529270043\\_835388.html](https://verne.elpais.com/verne/2018/06/17/mexico/1529270043_835388.html)

Pérez E. (2018). *#LadyFacturas, el indignante caso que exhibe el abusivo gasto del Senado en México*. <https://es-us.noticias.yahoo.com/>

Price, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Paidós.pp.2

Ramón P. (2009). *Pablo Fuenteseca Díaz. Estudios de Derecho Romano* (Coord por: Margarita y Cristina Fuenteseca Degeneefe, Centro de Estudios del Colegio de Registradores de la Propiedad y Mercantiles, Madrid, España. pp.1004.

Rodríguez, I. (2010). Sartori, G. *La democracia en 30 lecciones*. Revista española De Derecho Constitucional, 91, 434-438.

<http://www.cepc.gob.es/publicaciones/revistas/revistaselectronicas?IDR=6&IDN=1270&IDA=35758>

Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas: Comunicación y acción en la era de Internet*. Icaria.

Rubio, R. 2014. *Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 20, nº 1: 249-64. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45230> pp.256

R, J. (2018). *Palabras de AMLO con motivo del triunfo electoral del 1 de julio – AMLO*. <https://lopezobrador.org.mx/>. <https://lopezobrador.org.mx/2018/07/02/palabras-amlo-con-motivo-del-triunfo-electoral-del-1-de-julio>

Sartori, G. (1998). “*Homo Videns: La sociedad teledirigida*” (Madrid, España, Santillana S.A.) pp.69

Sarias, D. (2021). *Walter Lippmann: pandemia, medios y opinión pública*. Episodio de podcast No. 03). En *El independiente*. Soundcloud. <https://www.elindependiente.com/podcasts/2021/05/23/walter-lippmann-pandemia-medios-y-opinion-publica/>

Castán, S. (2013). *Reflexiones sobre el origen de las sucesiones en Roma*. El testamentum calatis comitis y su relación con la sucesión intestada. *Revista Internacional de Derecho Romano*, XV, 214- 287.

Sermeño, A. (2013). *Razón y espacio público en la democracia deliberativa*. Una perspectiva habermasiana. *Andamios*, Volumen 10, número 23, p. 205-231.

Salles, M. (2015). *La posverdad y su manejo o impacto en la realidad nacional*. <https://rei.iteso.mx/>. <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5365/S5.La.posverdad.y.su.manejo.pdf;jsessionid=3ADECA06C0986507AA8D9793E9A8489A?sequence=2>

Sartori, G. (2008). *La democracia en 30 lecciones*. Lorenza Foschini.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones : elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

Schalack, E. (2007). *Espacio Público*. Enero 2020, de Scielo.conacyt Sitio web: Scielo.conacyt.cl

Thompson, J. (1996), “*La teoría de la esfera pública*”. *Voces y Culturas Revista De Comunicación*, (10), 81-96

Thompson, J. (1998) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona Paidós Comunicación.

TedTalks [TED]. (2011, 2 mayo). *Eli Pariser: cuidado con la «burbuja de filtros» en la red* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfX525s>

Universidad Internacional de Valencia. (2021). *Diferencia entre web 1.0 y 2.0 – Características y evolución*. <https://www.universidadviu.com/>. Recuperado 12 de febrero de 2022, de <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/diferencia-entre-web-10-y-20-caracteristicas-y-evolucion>

Ponte, V. (2017). *Ingeniería romana, obras públicas e importancia de las cosas públicas en derecho romano*. Redalyc, XVII, 112-139.

Vázquez, R. (2018). *Las redes sociales durante la jornada electoral*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/las-redes-sociales-durante-la-jornada-electoral/>

Vega, G. (2020). *Revuelta interna en Facebook ante la negativa de Zuckerberg de poner límites a Trump*. <https://elpais.com/tecnologia/>. Recuperado 15 de septiembre de 2021, de [https://elpais.com/tecnologia/2020-06-02/revuelta-interna-en-facebook-ante-la-negativa-de-zuckerberg-de-censurar-a-trump.html?ssm=FB\\_MX\\_CM](https://elpais.com/tecnologia/2020-06-02/revuelta-interna-en-facebook-ante-la-negativa-de-zuckerberg-de-censurar-a-trump.html?ssm=FB_MX_CM)

Vera, M. (2018). *Esfera pública y legitimidad del poder*. <https://www.redalyc.org/journal/4498/449858268004/html/>

Velázquez, K. (2018). *Elecciones 2018 en México: qué tendencias fueron relevantes en Twitter, Facebook y YouTube*. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://marketing4ecommerce.mx/elecciones-2018-en-mexico-tendencias-fueron-relevantes-twitter-facebook-youtube/>

Valenzuela, L. (2010). *Sustentabilidad en espacios colectivos de barrios vulnerables: lineamientos para una política de espacios públicos, directrices de gestión, diseño y mantenimiento*. 13 de abril de 2020, de Escuela de Arquitectura, Centro de Políticas Públicas e Instituto de Sociología. Universidad Católica de Chile Sitio web: [polired.upm.es](http://polired.upm.es)

Villamil, J. (2015). *La caída del telepresidente* (1.a ed.). <https://www.penguinlibros.com/mx/economia-politica-y-actualidad/41256-ebook-la-caida-del-telepresidente-9786073130035>

Westbrook, R. (1991). *John Dewey and American democracy*. Choice Reviews Online, 29(04), 29-2323. <https://doi.org/10.5860/choice.29-2323> pp.4



16					#Hollow	#Nintend oswich	#PedroC alixiha	#DulioD avino	#Metroy Metrobus	#CanalD Miramont es								
17					#DTRReal Madrid	#Lorenar amirez	#Deeppu rple	#Higuera	#CanalD eMiramo niesyAv	#MetroyM etrobus								
18					DiaMund ialContra	#Santacr uzMeyeh ualco	#Juegod eEstrella s	#Juegod eEstrella s	#Encues tadeCop amex	#Escorpio nDorado								
19						#islaMuj eres	#SuperM anoParty	#Metroy Metrobus	#LuisRo bertAlv esZaque	#Atzzion ados								

TOTAL DE HASHTAGS DEL DÍA 12 DE JUNIO DE 2018

Horarios	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00:00
<b>Tendencia</b>	<b>Numero de HashTags</b>																
Mundial	0	0	0	1	0	3	1	2	1	4	6	2	0	0	2	1	2
Politica	0	1	0	1	0	1	3	3	2	2	5	1	0	1	3	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

## 14 DE JUNIO DE 2018

14 DE JUNIO DE 2018 : INICIO DEL MUNDIAL RUSIA 2018/ SE ANUNCIA EL AMLOFEST																	
TENDENCIA	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00:00
1	#FelizJueves	#FelizJueves			#Russia2018	#Russia2018	#Russia2018	#WorldCupRussia2018	#WorldCupRussia2018	#EnLAVidas							#LadyFaturas
2	#IneseCupRussia2018	#WorldCupRussia2018			#WorldCupRussia2018	#WorldCupRussia2018	#WorldCupRussia2018	#Taretan	#Taretan								#YoungBiod
3	#WorldCupRussia2018	#Argentina2018			#Arabia	#FelizJueves	#FelizJueves	#Arabia Saudita	#Arabia Saudita								#LosInceables2
4	#PapaMeEnseno	#PapaMeEnseno			#FelizJueves	#Arabia	#Arabia	#LadyFaturas	#LadyFaturas								#QueMeDuela
5	#RodrigodeGayoso	#DiamundialDeDonatedeSangre			#Cheryshev	#Cheryshev	#Cheryshev	#Nestor Araujo	#Nestor Araujo								#ComMeadeGanamos Todos
6					#Putin	#Golovin	#Golovin	#MundialDeRussia2018	#MundialDeRussia2018								#MaraCastilla
7					#Golovin	#Putin	#Putin	#Griezmann	#Griezmann								#SituanShuan
8					#RobbieWilliams	#EncuentroDeControladores	#EncuentroDeControladores	#EncuentroDeControladores	#EncuentroDeControladores								#Destelascameras
9					#Argentina	#RobbieWilliams	#RobbieWilliams	#RobbieWilliams	#RobbieWilliams								#LineaAdeMetro
10					#EidEstimadomoscú	#Argentina	#Pizzi	#Cheryshev	#Cheryshev								#Inundación
11					#Pizzi	#EidEstimadomoscú	Artem Dzyuba	#Golovin	Alejandro Chávez								#SIMeDiceNovengo
12					#HOYEMPJEZELMUNDIAL	#Pizzi	Maradona	Alejandro Chávez									#Lucerito
13					Consejo Universitario	#HOYEMPJEZELMUNDIAL	Consejo Universitario	Sectores Y ramas									#EnMexicoNoDeberian
14					Artem Dzyuba	Consejo Universitario	Arabia Saudí	SE QUEDA									#SanLuisRioColorado

15					Dzagoev	Artem Dzyuba	QUE GOLAZO	Nadadores	#SonoraConMaede
16					Ruso	Dzagoev	Luzhniki	Belinda y Eugenia León	#Depresión Tropical
17					QUE GOLAZO	Ruso	Belinda y Eugenia León	Vladimir Putin	#TrenMexicoToluca
18					Luzhniki	QUE GOLAZO	Golazo de Rusia	Celta	#DeidayVuelta
19					Golazo de Rusia	Luzhniki	Dzagoev	Marradonna	#ForoGlobal
20						Golazo de Rusia			#Caifanes

## TOTAL DE HASHTAGS DEL DÍA 14 DE JUNIO DE 2018

Horarios	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00:00
Tendencias	Número de Hashtags																
Mundial	2	5	0	0	17	17	14	12	9	1	0	0	0	0	0	0	0
Política	0	0	0	0	1	2	3	3	2	0	0	0	0	0	0	0	5
Total	2	5	0	0	18	19	17	15	11	1	0	0	0	0	0	0	5





## 27 DE JUNIO DE 2018

27 DE JUNIO DE 2018 : MÉXICO VS SUECIA / AML OFEST																							
Horario	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00:00						
1	#MéxicoVsSuecia											#BB20	#AML OFEST	#AML OFEST		#AML OFEST	#BB20						
2	#EIFinanciero											#AML OFEST	#EIBeiseSEIRey	#EstadioAztec		#BuenTRIPM	#AML OFEST						
3	#Grupoe												#Azteca	#KoreaTeam		#AmiadaDeAño	#AML OFEST						
4	#HoyNoCircula												#PlazadelADanza	#VotadaArbolito		#EstadioAzteca	#EstadioAzteca						
5	#FutbolModerno													#AleksSyntek		#MeadePresidente							

## TOTAL DE HASHTAGS DEL DÍA 27 DE JUNIO DE 2018

Horarios	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00:00
Tendencias																	
Número de Hashtags																	
Mundial	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Política	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>									

## 1 DE JULIO DE 2018

## 1 DE JULIO DE 2018: ELECCIONES PRESIDENCIALES 2018

Horarios	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00:00
1		#EleccionesMéxico	#EleccionesMéxico		#Elecciones2018	#Rusia	#Elecciones2018		#España		#Votallibre			#Votallibre			
2	#FelizDomingo	#Austriangop			#España	#Elecciones2018	#España		#Votallibre		#Dinamarca			#Dinamarca			
3	#Votallibre	#Hamilton			#Votallibre	#DavidDeGae	#Votallibre		#Dinamarca		#Croacia			#CuauhtemocBlanco	#PREP	#PREP	
4	#EleccionesPrincipales	#VotosEspaña			#EleccionesMéxico	#SergioRamos	#EleccionesMéxico2018		#Elecciones2018		#YoYavo			#Lakers	#Lakers	#AndresManuel	
5	#Ramos	#Iniesta			#EleccionesPresidenciales	#Lopetegui	#EleccionesPresidenciales2018		#Votamexico		#Votamexico			#Votamexico	#Votamexico	#MeadeYanaya	
6	#México	#JornadaElectoral			#SergioRamos		#Votamexico		#YoYavote		#KasperSchmeichel			#EleccionesMéxico2018	#EleccionesMéxico2018	#EleccionesMéxico2018	
7		#Casilla			#Votamexico		#SergioRamos		#PenalporCroatia		#YoYavoteMeade			#Consultantolitsky	#Consultantolitsky	#CuauhtemocBlanco	
8					#Koke		#Koke		#KasperSchmeichel		#YoYavoteMeade			#LaBron	#LaBron		
9		#HoyMéxico			#Rodrigo		#Penales		#KasperSchmeichel		#Subasic			#YoYavote	#YoYavote		
10		#Vengadespaña			#ManodéPiqué		#Akinfeev		#Chilcot		#Lukamodric			#Elecciones2018	#Elecciones2018		
11		#Votar			#Akinfeev		#VamosRusia		#Lukamodric		#Lomabellia			#ManoloAlcalde	#ManoloAlcalde	#ConsulTamilofsky	
12		#Españavsrusia			#VamosRusia		#Rodrigo		#ViaductoTlalpan		#BarrancaHonda			#Modric	#Modric	#ToñoEsquina	
13		#isco			#Rusos		#AndrésIniesta		#Jorgensen		#Chilcota			#CullihuaGarcía	#CullihuaGarcía	#MeadelesMéxico	
14		#HonorablesAlabandera			#Dzyuba		#DavidDeGae		#Novgorod		#TabascoHoy			#GandaMLO	#GandaMLO	#LaBron	
15		#Luzhnik			#FidelHerrera		#Luzhnik		#Kovacic		#ViaductoTlalpan			#PRIMO	#PRIMO	#BarralEsuquera	
16		#Ciudadanos			#DavidDeGae		#JornadaElectoral		#ChicharitoYlavú		#ReginaGeorge			#VeracruzPuebla	#VeracruzPuebla	#ChiapasMorelos	



