



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

***PERISCOPE* COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
POLÍTICA. EL CASO ARNE AUS DEN RUTHEN HAAG EN
LA DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO.**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:
CÉSAR ULISES MENDOZA GUERRERO**

**ASESORA DE TESIS:
DRA. GUADALUPE GEORGINA SOSA HERNÁNDEZ**



CIUDAD DE MÉXICO, 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

A mis padres, mis políticos favoritos, quienes me enseñaron la versatilidad de la vida, comprendieron mi libertad desde pequeño y alimentaron mis ganas de volar lejos y alto.

A mi familia, mis hermanos y primos, con quienes compartí logros importantes de mi vida. A mis abuelos y tíos, que me apoyaron estando lejos de casa y siempre vieron por mí. Gracias Tía Maga, por alojarme incontables ocasiones durante mi estancia universitaria.

Y a otras familias que, sin conocerme, me abrieron las puertas de su casa, de su cocina y de su corazón.

En adelante, para evitar omitir a alguien, prefiero no mencionar nombres, pero estoy seguro de que, quienes lean en estas líneas y se sientan identificados, sabrán de la enorme gratitud que les tengo.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, que por nueve años me abrigó en sus instalaciones y me dejó grandes enseñanzas, en donde pasé los mejores momentos de mi juventud y conocí a una verdadera familia.

Inicialmente a la ENP 8 Miguel E Schulz, el lugar donde todo inició, que me recibió en la pubertad, cuando era un niño con tantas ilusiones y ganas de comerme el mundo. Y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, el gran refugio y hogar que superaría mis expectativas.

A las amistades que conocí en estos nueve años y que se volvieron mi familia, por tantos momentos vividos, tantos viajes y anécdotas para el baúl de los recuerdos. A mis camaradas de lucha y de causa. A las personas que estuvieron conmigo en una de las etapas más difíciles y más especiales de mi vida, cuando fui consejero técnico de la carrera.

A los profesores y profesoras que me dieron la oportunidad de ser su adjunto y confiaron en un servidor, a quienes admiro y aprecio, así como aquellos que con sus cátedras magistrales, me hicieron enamorarme de la carrera. A los directivos que nos apoyaron en proyectos y siempre mostraron una gran apertura a las iniciativas estudiantiles.

A la Dra. Georgina Sosa, quien tuvo a bien dirigir esta tesis, por toda la paciencia y la dedicación otorgada a lo largo de estos meses. Y a mis sinodales, por brindar el tiempo y la atención para revisar mi trabajo de investigación y hacerme las sugerencias pertinentes.

A la Tuna de la Facultad de Economía, a mis hermanos con quienes he vivido y compartido tantas cosas y momentos, tantos viajes, tantas bohemias y aventuras. Al mundo de la tunería, que me volvió una persona un poco más feliz, más sonriente y más sensible.

A la ciudad de Aguascalientes, la tierra de la gente buena, donde me dispuse a escribir este trabajo de investigación. El lugar donde elegí empezar de cero una vez más, que me adoptó y me dio nuevas oportunidades; a las y los aguascalentenses que se han vuelto mi familia y me han dado cariño a manos llenas.

Al esfuerzo diario de mis compatriotas, que financió mi estancia en la Máxima Casa de Estudios y me permitió vivir esta hermosa experiencia universitaria...

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. Comunicación política y los escenarios de interacción social	
1.1. Comunicación política, aproximaciones teóricas	12
1.1.1 La comunicación como objeto de estudio	13
1.1.2. Definiciones de Comunicación Política	17
1.1.3. Medios, mensaje y público	20
1.2. La comunicación política en el mundo digital	23
1.2.1. Instrumentos y herramientas	23
1.2.2. Internet y redes sociodigitales	24
1.2.3. Conformación de la agenda-setting	27
1.2.3.1 Agenda pública y agenda política	32
1.3. Derecho a la información, delgada línea entre lo público y lo privado	36
1.3.1. Espacio público y privacidad	36
1.3.2. Libertad de expresión y acceso a la información	40
CAPÍTULO 2. El <i>city manager</i> y <i>Periscope</i>, factores de cambios sociales	
2.1. El <i>city manager</i> como personaje de la Comunicación Política	43
2.1.1. ¿Qué es y cómo funciona un <i>city manager</i> ?	44
2.1.2. Antecedentes del cargo	46
2.2. Las redes sociodigitales como terreno de oportunidad	48
2.2.1. La generación de las aplicaciones <i>livestreaming</i>	50
2.2.1.1. Trascendencia en lo social	53
2.2.2. <i>Periscope</i> , la herramienta de comunicación ciudadana	58
2.3. Aplicación del concepto al modelo mexicano	62
2.3.1. La llegada de <i>Periscope</i> a México y su papel en la comunicación política	63
2.3.2. <i>City manager</i> : un nuevo modelo administrativo para México	65
2.3.2.1. El regreso del <i>city manager</i> a la Miguel Hidalgo	66
2.4. Delegación Miguel Hidalgo, perfil sociodemográfico	68
2.4.1. De las buenas intenciones... (Plan delegacional 2015-2018)	71

CAPÍTULO 3. Uso político de *Periscope*. Estudio del caso *Arne Aus den Ruthen Haag*

3.1. <i>Periscope</i> y el <i>city manager</i>, un experimento en la Miguel Hidalgo	75
3.1.1. La estrategia política	75
3.1.2. Arne Aus den Ruthen Haag, el personaje político	78
3.1.3. <i>Periscope</i> , la eficaz herramienta de comunicación política	79
3.2. El alcance mediático de <i>Arne</i> y <i>Periscope</i>	84
3.2.1. El posicionamiento en la agenda-setting	84
3.2.2. Análisis de agenda-setting El Universal	91
3.2.3. Análisis de agenda-setting Excélsior	102
3.3. Efectos de caso <i>Arne</i>	111
3.3.1. <i>Periscope</i> : la discusión y discrepancia en la opinión pública	114
3.3.2. Las consecuencias	117
CONCLUSIONES	120
FUENTES CONSULTADAS	124

INTRODUCCIÓN

Desde que existieron los primeros gobiernos en la historia, los mandatarios pusieron especial atención en la forma de conducir las relaciones de producción y organización de la sociedad. La comunicación, al ser un proceso que permite el intercambio de información, ha sido fundamental para regular el comportamiento social y facilitar la difusión de mensajes.

Por su parte, la comunicación política existe a partir de la necesidad de mantener el control de la opinión pública y mediar la relación entre los gobernantes y la población, a través de una serie de estrategias. Su estudio formal como una disciplina se desarrolla a mediados del Siglo XX, cuando se profesionaliza.

La presencia de la comunicación dentro de la política adquirió mayor relevancia, cuando los humanos se dieron cuenta del efecto social que podía tener un mensaje correctamente estructurado, con el apoyo masivo de los medios de comunicación.

Si bien, era importante la elaboración de un discurso, gran parte del éxito de una estrategia de comunicación política consistía en las plataformas de difusión que se utilizaban para dar a conocer los mensajes, principalmente medios masivos como la radio y la televisión. Desde entonces, los medios de comunicación fungen como las herramientas que aseguran la difusión de la información, y estas han ido evolucionando y cambiando con el paso del tiempo.

El avance de la tecnología ha marcado una pauta donde los artefactos digitales han sido auténticas herramientas para las transformaciones sociales pero también al servicio de la comunicación gubernamental. Los políticos contemporáneos han hecho uso desmedido de Internet, debido a la facilidad e instantaneidad que brinda, así como de los teléfonos móviles.

Esto coincide con el auge de las llamadas *livestreaming*, aplicaciones digitales que permiten hacer transmisiones en vivo a través de dispositivos electrónicos.. Bajo este panorama, se expone un caso de comunicación política en un gobierno al poniente de la Ciudad de México.

Dicha investigación tiene relevancia en una época donde la comunicación política encuentra en Internet uno de sus escenarios más óptimos; en el marco de una lucha histórica por la libertad de expresión, la transparencia y el acceso a la información; a la par de la reivindicación de los derechos humanos en las redes sociodigitales.

Específicamente se aborda el caso de Arne Aus den Ruthen Haag, quien en su cargo como Director General de Administración Delegacional en la demarcación Miguel Hidalgo, se volvió una figura polémica y mediática. De acuerdo al desarrollo de sus funciones, fue llamado *city manager* (gerente de ciudad), tanto por las instancias administrativas como por los medios de comunicación.

Aus den Ruthen Haag fue diputado en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal de 1997 al año 2000. Posteriormente fue delegado en Miguel Hidalgo durante el periodo 2000-2003, cargo que buscó nuevamente en el año 2015 como candidato independiente, obteniendo el 6.69% de los votos. La ganadora de esa contienda fue la panista Xóchitl Gálvez, quien lo invitó a formar parte de su equipo de trabajo, marcando así su regreso a la vida pública.

Arne hizo uso de *Periscope* como herramienta de trabajo, al tratarse de una aplicación digital para dispositivos móviles, que permitía hacer transmisiones en vivo y recibir respuestas de la audiencia en tiempo real. El nuevo *city manager* se encargó de documentar operativos en las calles, exhibiendo las conductas de los vecinos y volviéndose tendencia en las redes sociodigitales.

En este contexto, se valora la idea de que *Periscope* podría ser considerada una herramienta de la comunicación política de su tiempo, y si cuenta con las

características funcionales para facilitar una serie de objetivos. Analizar el impacto que el uso de esta aplicación tuvo en la agenda de los medios de comunicación para posteriormente influir en otras agendas.

Se parte de la hipótesis de que *Periscope* fue una herramienta que sirvió como espacio de posicionamiento e intercambio de información para atraer la atención de la opinión pública y las esferas políticas a través de los medios de comunicación masivos. Es decir, fue un elemento importante que influyó en la construcción de la llamada agenda-setting.

Se pretende destacar la importancia que adquirió una aplicación *livestreaming* en el debate público, incentivando la participación de la opinión pública y posicionándose en la agenda de los medios de comunicación por varias semanas.

Para llevar a cabo este estudio se llevó a cabo una consulta bibliográfica de los principales teóricos de la comunicación política, para entender el eje conceptual sobre el cual versa el siguiente trabajo. También se recurrió a documentales y periódicos donde se exponía la realidad internacional y la influencia que las aplicaciones *livestreaming* tuvieron en distintas partes del mundo.

Se hizo una búsqueda y selección de algunas transmisiones en vivo realizadas por Arne Aus den Ruthen Haag en la demarcación, para evaluar el contenido y las formas en que se llevaban a cabo los video-operativos.

Posteriormente se hizo una consulta hemerográfica a través de dos de los diarios más importantes de la Ciudad de México y que mayor cobertura dieron al tema en el lapso del 25 de noviembre de 2015 (primera transmisión de video-operativos en *Periscope*) y el 23 de junio de 2016 (un día después de la renuncia pública de Arne Aus den Ruthen Haag al cargo de *city manager*).

La investigación se divide en tres partes:

En el primer capítulo se proporciona al lector un bagaje acerca del concepto de comunicación política, desde su funcionamiento hasta su consolidación como

disciplina de reciente creación, partiendo de entender la comunicación como un objeto de estudio con propios modelos y sistemas, y con una serie de estrategias que se ejecutan a través de instrumentos y herramientas.

Se destaca la importancia de Internet como una red descentralizada que agilizó los procesos de comunicación en la sociedad, que permitió mayor instantaneidad en el intercambio de información y facilitó la participación ciudadana. Además, se plantea el derecho a la información y la delgada línea entre los espacios público y privado, para más tarde presentar el debate generado respecto al uso de *Periscope* en el caso que trata la presente investigación.

Asimismo, se ahonda en la teoría de la agenda-setting, la cual está relacionada al impacto que tienen los medios de comunicación en la opinión pública para determinar sobre qué temas gira la discusión. Se expone la importancia que tienen en la agenda política y la relación entre estos tres ámbitos.

En el segundo capítulo se expone la importancia de un *city manager* en la administración pública, como vínculo de comunicación entre el gobierno y la población, luego de haberse aplicado en otras ciudades del mundo, hasta llegar al caso mexicano y específicamente en la delegación Miguel Hidalgo, con Arne Aus den Ruthen Haag.

Se hace un perfil demográfico de esa demarcación, para entender las condiciones sociales que justificarían la pertinencia de dicha estrategia gubernamental en ese territorio. Además de retomar algunos puntos del Plan delegacional 2015-2018, donde se pueden deducir las intenciones y objetivos de la administración en turno, aplicadas en el caso señalado.

Además, se destaca el papel de las aplicaciones *livestreaming* y cómo han cambiado las relaciones de organización e intercambio de información, desde el impulso de movimientos sociales hasta transformaciones políticas. En ese contexto, se aborda el surgimiento de *Periscope*, la herramienta de comunicación política que se convertiría en nuestro objeto de estudio.

En el último capítulo se ahondará en el caso específico que atañe a esta investigación: el uso de *Periscope* como herramienta de comunicación política por parte del *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo, en la Ciudad de México. Partiendo de que se trató de un experimento social, a partir de la estrategia de posicionamiento por parte de los actores involucrados.

Para ello, se ahonda en el perfil de Arne Aus den Ruthen como personaje ejecutor y en *Periscope* como la herramienta idónea que permitiría tal alcance, al grado de reactivar el debate público, como una de las condiciones de la comunicación política. Además, se expondrán las principales problemáticas surgidas en torno a dicho experimento, en el ámbito legal y de derechos humanos.

A través de un análisis cuantitativo de notas y columnas en los periódicos Excélsior y El Universal (que cuentan con versión impresa y digital) se pudo evidenciar la visibilidad que tuvo el tema por varios meses. Incluso se ahonda en cómo la tendencia de las notas y los titulares iba cambiando según los sucesos ocurridos durante las transmisiones y los problemas legales derivados de ello.

Dado que esta tesis se centra en un caso específico a finales de 2015 y principios de 2016, todavía se utiliza el término “delegación” y no “alcaldía”, para hablar de la demarcación Miguel Hidalgo. A través del método inductivo, se toma el caso particular de Arne y el *Periscope*, para ahondar en la problemática antes señalada y detectar las deficiencias de su implementación.

El caso de Arne Aus den Ruthen Haag como *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo durante la administración de Xóchitl Gálvez nos pone en contexto acerca del uso de estas herramientas de la comunicación política como parte de una estrategia de posicionamiento en la opinión pública. Cuando Arne expuso a infractores en las calles, generó un debate en los medios de comunicación, volviéndose tendencia en la agenda pública e influyendo en la agenda política.

En algún momento *Periscope* representó la oportunidad para que los ciudadanos pudieran compartir sus propias versiones de la realidad sin ser censurados. Pero nunca antes en México se había visto a un funcionario público utilizar la aplicación para denunciar conductas ilegales de la población, y sobre todo que lo hiciera como recurso legitimador a sus actos de castigo.

Además, constituye un referente histórico para posteriores generaciones de políticos que, al estar inmersos en la corriente de los gobiernos digitales, seguirán conviviendo con estas plataformas dentro de la comunicación política. Aquel gobernante que quiera hacer políticas públicas en torno a las herramientas tecnológicas, deberá consultar dicho caso de estudio para rediseñar una estrategia, contraponiendo los aciertos y errores de este experimento social que generó el *Periscope*.

CAPÍTULO 1. Comunicación política y los escenarios de interacción social

1.1. COMUNICACIÓN POLÍTICA, APROXIMACIONES TEÓRICAS

El campo de estudio de las Ciencias de la Comunicación se relaciona con distintos ámbitos de las ciencias sociales. La importancia que tienen los actos discursivos en el desarrollo de los procesos sociales propicia una mayor apertura de las líneas de investigación en Comunicación.

De esta forma, han surgido disciplinas especializadas en donde la labor de las y los comunicólogos es primordial para dirigir el intercambio de información y el estudio del lenguaje. Por mencionar algunas de ellas, contamos con la Comunicación Organizacional, Publicidad, Comunicación Social, Periodismo, Producción Audiovisual y Comunicación Política.

Comúnmente se habla de esta última como una disciplina en invención a partir de la aparición de la tecnología; algunos creen que se trata de una rama de la Ciencia Política o una técnica auxiliar de la Administración Pública. Sin embargo, su papel dentro de la sociedad constituye un campo en constante extensión, respaldado por un bagaje teórico en crecimiento.

Estudiosos de distintas disciplinas entienden la comunicación política (con minúsculas) como una herramienta auxiliar en función de otras disciplinas, sin embargo, académicas como María José Canel hablan del término como un campo de estudio en sí mismo, que posee sus propias herramientas y manifestaciones.

“Comunicación Política (con mayúsculas) es una expresión que designa a un campo de reciente y creciente desarrollo en el ámbito académico científico; la comunicación política (con minúsculas) es un término amplio, apenas utilizado en el mundo profesional, pero que incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política.” (Canel, 2006: 17)

Para entender entonces la función de la Comunicación Política tendríamos que reconocer su existencia e importancia. No es solo una serie de instrumentos metodológicos al servicio de la administración pública. Es una disciplina y campo de conocimiento en sí.

1.1.1 La comunicación como objeto de estudio

Habría que empezar por definir lo que es la Comunicación, académicamente, más allá de la facultad que tiene el ser humano para “poner en común” una serie de mensajes e intercambiar discursos con sus semejantes. Su importancia es tal, que ha determinado muchas decisiones históricas y ha originado importantes cambios sociales.

Para intentar dominar un fenómeno como la “comunicación” y profesionalizarlo, es necesario entenderlo. Varios estudiosos en ciencias sociales, especialmente sociólogos, han abordado el estudio de la comunicación y las Ciencias de la Comunicación desde distintas perspectivas, que vale la pena retomar.

El concepto de Duarte (2003: 47), que define “comunicación” como: “El fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera (...) donde el lenguaje despunta, entonces, como objeto cultural de percepción del otro”, responde a lo segundo, entendiendo a la comunicación como un acto, lejos de usar una definición afín a una disciplina.

Es complicado entender la Comunicación, si no comprendemos su importancia en la vida del ser humano. La Comunicación (con mayúscula) pudo ser estudiada a partir de los efectos que la comunicación (con minúscula) generaba en la sociedad y en la importancia de la misma para gestar cambios históricos.

Conscientes de la facultad humana que permite a los miembros de una sociedad concretar relaciones en torno a una organización colectiva, conviene referir a la Comunicación como un campo de estudio y de acción, de utilidad para

la gestación de ciertos fenómenos y/o la regulación de los mismos. Es decir, las Ciencias de la Comunicación como una disciplina necesaria:

“la comunicación es esencial, en primer lugar, a la actividad de toma de decisiones, en el sentido de que la adopción de medidas necesita de una información (un conocimiento de la situación, una recogida de datos) y de un intercambio de opiniones ente aquellos que están implicados. Por tanto, todos los procesos de toma de decisiones requieren de la comunicación, de una concatenación de intercambio de signos, señales y símbolos” (Canel, 2006:18)

La comunicación, como facultad esencial del ser humano, es tan relevante en la medida que la misma sociedad exige, al servicio de los cambios. Tan sólo habría que pensar en la conformación de las primeras civilizaciones de la humanidad, cuya organización no hubiera sido posible sin una comunicación eficiente entre sus individuos.

Sin embargo, más allá de verlo como un fenómeno secundario a partir de la existencia de otras disciplinas, se trata de un proceso que da pie a una serie de relaciones humanas. La comunicación es importante porque permite articular las interacciones sociales y desembocar en más fenómenos.

Retrocediendo millones de años en la historia, los primeros pobladores de los que se tiene conocimiento en el planeta ya hacían pintas en las cuevas con pinturas vegetales y sangre, por la necesidad de comunicar determinados mensajes, configurados en símbolos específicos de una comunidad.

A partir de los primeros gobiernos, la legitimación de gobernantes y la consolidación de imperios, fueron posibles por el uso estratégico de la comunicación y el empleo de mensajes dirigidos con una intencionalidad. Porque las guerras más importantes de la historia y los asesinatos más inverosímiles se han generado principalmente por el uso de la comunicación, tanto en su capacidad organizativa como discursiva.

La comunicación es un fenómeno complejo que se da en la sociedad y que es susceptible de ser estudiado específicamente por una rama científica. (Gallardo, 1998: 2)

Después de la Segunda Guerra Mundial, cuando el hombre vio en la comunicación un arma de conquista a los logros sociales dejó de entenderla como una característica nata y empezó a hacer uso estratégico de la misma para conseguir beneficios a su favor. A partir de entonces, se profundizó en los estudios acerca el papel que tenía este proceso dentro de las relaciones sociales.

A falta de una disciplina y reconocimiento de las Ciencias de la Comunicación, no fue sorpresa que los primeros que iniciaran estudios en torno a su campo de acción fueran sociólogos, que analizaban las estructuras y relaciones de la sociedad con base en el intercambio de mensajes y la construcción del lenguaje.

Tuvieron que pasar muchos años para que en el Siglo XX, escuelas donde se hacía investigación en torno a ciencias sociales, se enfocaran en las relaciones de comunicación al interior de una sociedad, para dar pie a la conformación de las Ciencias de la Comunicación como una nueva episteme, que sigue alimentándose a lo largo del tiempo.

En distintas universidades comenzó a estudiarse la comunicación a partir de los medios y sus efectos, con base en las transformaciones sociales e históricas. Surgen centros de conocimiento como la Escuela de Chicago, que entendía la comunicación como un proceso simbólico que a partir del comportamiento humano muestra el resultado de lo que los individuos piensan, pugnando por la interacción social y la importancia de los medios de comunicación en la sociedad.

Por otro lado, tras el efecto del trabajo de grandes propagandistas que generaban estrategias para controlar masas, comienzan a generarse teorías de comunicación de masas. En una época de guerras y conflictos bélicos, las universidades generaron conciencia acerca del sentido de la comunicación como medio de coacción, de difusión y para instaurar mensajes en la mente de los receptores.

En los años 30, en medio de la intolerancia nazi, teóricos como T. W. Adorno, Horkheimer, Marcuse y W. Benjamin, representantes de la Escuela de Frankfurt, se refugian en Estados Unidos, para complementar los estudios en torno a la

comunicación que ya se realizaban en el Nuevo Continente. Entender la comunicación colectiva dentro de la estructura económica abre el debate en torno a la dominación de las conciencias y la masificación de la sociedad.

Más tarde, centros como la Escuela de Yale, quien pone especial atención a los mensajes emitidos y al efecto en los receptores, aseguran que la eficacia de los mensajes dependerá de la forma en que se distribuya su contenido y del prestigio de la fuente, asimismo, se menciona la importancia de una dosis de temor, teniendo un enfoque conductista.

Palo Alto, al sur de San Francisco, hablaría de la importancia del sentido de interacción y del papel que juega un individuo dentro de la sociedad. En un marco de revoluciones sociales y movimientos por conquistas sociales, señala una simultaneidad de canales entre los miembros de un sistema que se comunica a través del comportamiento.

Todos los antecedentes antes mencionados generarían las bases para que se comenzara a estudiar la comunicación como disciplina y con ello avanzar en el estudio de la misma. Al darse cuenta de su complejidad, se dio pie al estudio de las Ciencias de la Comunicación en las universidades.

“La comunicación humana es un proceso complejo que, a su vez, está constituida por infinidad de procesos que tienen lugar entre las personas, los grupos, las naciones, etcétera, todas las formas en que se realiza un intercambio de ideas y en que éstas se comparten. El objeto del estudio científico de la comunicación será, por consiguiente, comprender y explicar todos aquellos procesos de índole comunicativa que tienen lugar en la sociedad.” (Gallardo, 1998:30)

Una vez que comenzaron a realizarse estudios formales en Ciencias de la Comunicación, los teóricos se percataron de la gran complejidad que esta embargaba, por lo cual comenzó una segmentación según su campo de estudio específico y las arenas públicas que invade. Dentro de ese debate, surge la comunicación política, en medio de tantas discusiones sobre su existencia como disciplina o como técnica.

1.1.2 Definiciones de Comunicación Política

El concepto de la Comunicación Política (con mayúsculas) es de reciente creación y su aceptación ha sido posible gracias a la presencia de una metodología y procedimiento científico que respalde su funcionamiento. Además de ser una rama de las Ciencias de la Comunicación, se trata de una disciplina con técnicas, estrategias, teorías, modelos, instrumentos y herramientas.

“Comunicación Política es la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de estas en la comunidad.” (Canel, 2006: 27)

Si bien, el estudio en la importancia de la comunicación ha dejado en claro su poder dentro de la sociedad de masas, es de destacarse una de sus principales cualidades: la persuasiva. Creciente en el marco de gobiernos y de sociedades con jerarquías, la comunicación debe ser estudiada en campos específicos; así empiezan las primeras definiciones de la Comunicación Política.

La comunicación, como facultad propia del ser humano, que le ha ayudado a trascender e interactuar con sus semejantes dentro de una sociedad, representa hoy día uno de los principales objetos de estudio ligados al ámbito político. La preocupación de los gobiernos por hacer un buen uso de la misma, los lleva a tomarla como una herramienta fundamental y valorar su importancia.

Los primeros estudios sobre comunicación política aparecieron en el momento en que se empezaba a reconocer el poder de los medios masivos de comunicación en la influencia y manipulación de los individuos. (Reyes, 2011: 88)

La comunicación política, entendida como la interacción existente entre las relaciones de poder, abarca mayores dimensiones. Hoy no sólo se trata de la comunicación entre los grupos que ostentan la gobernanza y quienes pretenden llegar a ella, también representa un vehículo para el diálogo entre el gobierno y los gobernados.

Para explicar su funcionamiento, contamos con el modelo de comunicación propuesto por el sociólogo francés Dominique Wolton (1989), quien fuera uno de los primeros en jerarquizar a los actores de una sociedad en torno a la concepción de una comunicación política. En su esquema, presenta a la clase gobernante, los medios de comunicación y la opinión pública, como tres componentes de las relaciones de poder envueltas en un permanente intercambio de discursos.

Si bien, la comunicación política se entiende como “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública” (Wolton, 1996:37), ésta se propicia en un escenario abierto a la sociedad, donde hay confrontación de lógicas.

El concepto encuentra su oportunidad de desarrollo en poblaciones donde existan condiciones sociales como libertad de expresión, acceso a la variedad de información y espacios públicos; y condiciones políticas como la oposición ideológica, la realización del debate y los canales institucionales. Lo cual empata con muchas características de una democracia.

En sistemas políticos abiertos, los modelos de comunicación tienden a valorar la presencia de los medios y considerar la respuesta de los espectadores, de ahí que existan conceptualizaciones como la de Richard Fagen, profesor de la Universidad de Stanford, que reiteran el enfoque comunicacional de la política:

“La comunicación como proceso invade la política como actividad (...), incluso aunque no resulte obvio inmediatamente, podemos describir muchos aspectos de la vida política como tipos de comunicación.” (Fagen, 1971:19)

Afirmación que se complementa con las aportaciones de la escuela alemana, específicamente de la Universidad de Maguncia:

“El político necesita de los medios como fuentes de información, y éstos necesitan al primero para influir sobre la población y sobre otros políticos con sus temas y argumentos. La política y el consenso político se establecen principalmente en y a través de los medios de comunicación.” (Donsbach, 1995: 41)

Más allá de entender la política y la comunicación como dos términos que en algún momento tienen relación, cabe resaltar el papel de la comunicación como un proceso que ocurre dentro de la política; el cual se ve reflejado en las relaciones humanas de los actores políticos y la interacción con distintos sectores poblacionales, a través del uso de los medios de comunicación.

Cuando un humano comparte un discurso, hay que reconocer que dicha pieza es naturalmente política, pues lleva una carga ideológica en su contenido. Cada comportamiento, cada señal o cada gesto es una manifestación de su pensamiento y convicciones. Lo cual responde a parte de la doctrina de la Universidad de Palo Alto, al demostrar que toda postura es comunicada.

Así como el hombre no puede ser apolítico, tampoco la comunicación puede desligarse de dicho ámbito. Ante esto se estaría afirmando que toda comunicación en realidad es política, puesto que el ser humano se comunica a partir de un interés y con una finalidad. Sin embargo, estudiar la Comunicación Política, va más allá de conocer dicha característica de la comunicación, se trata de hablar de un campo de estudio aplicado por quienes ostentan el poder o quienes dominan, para ser más específicos.

Una perspectiva más contemporánea, se encarga de destacar la parte discursiva del fenómeno y menciona la importancia del intercambio de información a través de la codificación de datos:

“(…) Están los autores que consideran que la política es comunicación en cuanto a que el orden social al que aquella aspira sólo se consigue por medio de la transacción de símbolos entre los miembros de una comunidad. Bajo esta concepción, realidades políticas como el poder, la influencia, la autoridad, el control o la negociación son vistas con sentido comunicativo: son realidades que necesitan del intercambio de mensajes.” (Canel, 2006: 20)

Esto es lo que distingue a la Comunicación Política (con mayúsculas) como disciplina y a la comunicación política (con minúsculas). La primera propone, a partir de una metodología y de una serie de elementos planeados y determinados, impulsar una serie de acciones para llevar a cabo resultados masivos que impacten en el desarrollo de la sociedad. En cambio, la segunda, evoca una

calidad de la comunicación que viene de forma intrínseca en las relaciones humanas.

“(…) En primer lugar, se orienta al corto plazo. La comunicación política busca resultados prácticos e inmediatos (...), cualquier plan de comunicación de una cuestión política está forzado a mirar hacia los resultados inmediatos. En segundo lugar, la comunicación política es *comunicación estratégica*. Quien comunica la política lo hace para lograr algo y siguiendo un plan. De manera que la comunicación política es persuasiva e intencionada: está diseñada para influir en una creencia, una actitud valor o acción. En tercer lugar, es comunicación mediada, es decir, atraviesa el filtro de los medios de comunicación.” (Canel, 2006:24)

La Comunicación Política existe desde hace siglos, cuando los griegos comenzaron una reflexión en torno a principios como el poder y la democracia. La historia nos proporciona varios ejemplos de antiguos grandes imperios y civilizaciones que lograron determinar conductas de ideas a través del uso eficaz de los medios de comunicación que tenían a su alcance y de la elaboración de un discurso estratégico.

Este uso desmedido de la comunicación con fines persuasivos no sólo se remonta a la invención de la escritura, por lo cual, la comunicación política (con minúsculas) es incluso más antigua que la imprenta y las revoluciones tecnológicas.

Desde su aparición en el planeta, el humano tuvo la necesidad de organizarse. Más tarde, al establecerse las jerarquías y luchar por su supervivencia, usó la política; y para ostentar el poder dentro de un grupo, tuvo que recurrir a la comunicación política para que su actuar tuviera mayores efectos.

1.1.3. Medios, mensaje y público

La comunicación política se explica en un espacio donde tienen que existir elementos de emisión y recepción de mensajes, tanto físicos como simbólicos, para que exista una relación de comunicación.

Todo discurso emanado por un ente de información estará comunicando algo con una intención, desde la más simple hasta la más compleja. De igual manera, cada discurso tiene una finalidad y su impacto en la audiencia varía según la manera en que se ejecute, así como como los medios utilizados.

Una de las premisas de la comunicación política es que todo acto humano conlleva una intención, un mensaje por comunicar. Partiendo de esta afirmación, los gobiernos han empleado una serie de estrategias de comunicación, para mantener su dominio dentro de la sociedad.

“Así la estrategia se convierte en un patrón de decisiones coherente, unificador e integrativo que determina y revela el propósito organizacional en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos, selección de los negocios de la organización o de aquellos en los que va a estar en el futuro, así como el establecimiento de una ventaja competitiva sostenible a largo plazo en cada uno de sus negocios.”
(Román, 2010: 31)

Esta serie de pasos a seguir, de manera sistematizada, se instaura en un modelo donde se toma en cuenta el contexto social, el público al que se dirige y los medios a través de los cuales se ejecutará el mensaje. Asimismo, se toman en cuenta otros recursos de apoyo para la realización de la misma.

En un circuito de comunicación, el emisor, por jerarquía, tiene una ventaja sobre la audiencia, por su posición de vocero y fuente. De él dependerá si a través de sus mensajes, logra potencializar ese poder; y eso se consigue a partir de una estrategia. No solo se trata de enviar un discurso sino de dominar la forma, el espacio y los elementos adecuados para su impacto.

“El comunicador es el Órgano de comunicación o persona institucionalizada; el comunicador (la empresa) tiene una proporción muy alta de salida con relación a la entrada de información.” (Gallardo, 1998: 146)

En ocasiones el emisor se convierte en el medio portador de la información, lo cual repercute en la forma que esta será recibida por la audiencia. Regularmente, la reputación de la fuente determina la influencia que los mensajes ejercen sobre la opinión pública, pues según esta variable serán aceptados o rechazados.

Este y otros estudios parecidos precisan que el problema de la credibilidad de la fuente no está relacionado con la cantidad efectiva de información recibida, sino con la aceptación de las indicaciones que acompañan a dicha información. Dicho de otra forma, puede producirse la recepción pero la escasa credibilidad de la fuente selecciona su aceptación. (Wolf: 22)

El mensaje es la parte medular de este circuito, ya que si no existe un discurso o algo que deba ser comunicado, el proceso pierde sentido y posibilidad de existencia. Se trata de la información que se quiere dar a conocer, manipulada según la perspectiva que se desea inculcar.

Un mensaje erróneo o que sea mal comunicado puede traer graves consecuencias, las cuales van desde confusiones, conflicto con el interlocutor o falta de relevancia. Por ende, es necesario comprender su importancia y dedicarle tiempo y atención a la elaboración del mismo.

La importancia de “lo que se dice” cobra sentido según el efecto que provoca y el alcance que se desea tener. El poder de la comunicación no es solo la socialización de la información, sino la manera en que el mensaje puede moldearse para surtir efectos, imponer ideologías, convencer, motivar, persuadir, conciliar.

Finalmente, aparece el público o la audiencia, como la figura receptora de este proceso, que aceptará o rechazará la información que se le proporciona, y en la que se comprobarán los efectos de la calidad del mensaje. Dejando atrás la concepción lasswelliana de masas, el papel de la opinión pública cobró mayor fuerza a partir de la réplica y la posibilidad de que existiera una interlocución.

Gracias a los avances tecnológicos y a los recursos digitales que facilitan el tránsito de la información en un mismo canal, la comunicación es horizontal y permite una mayor instantaneidad y acceso a la información. Los medios de comunicación permiten incrementar el alcance masivo de los mensajes y la participación de las audiencias en el proceso comunicativo.

1.2 LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL MUNDO DIGITAL

1.2.1. Instrumentos y herramientas

El desarrollo de las estrategias dentro de la comunicación política se lleva a cabo a través de instrumentos y herramientas. Para la realización de proyectos se requieren vehículos específicos que faciliten y evalúen el alcance de los mismos. La comunicación política hace uso de los mismos según el contexto de la situación en donde actúe.

“Todos los medios de comunicación son una reconstrucción, un modelo de alguna capacidad biológica acelerada más allá de la capacidad humana de llevarla a cabo: la rueda es una extensión del pie, el libro es una extensión del ojo, la ropa, una extensión de la piel y el sistema de circuitos electrónicos es una extensión de nuestro sistema nervioso central. Cada medio es llevado al pináculo de la fuerza voraginoso con el poder de hipnotizarnos. Cuando los medios actúan juntos pueden cambiar tanto nuestra conciencia como para crear nuevos universos de significado psíquico.” (McLuhan, 1991:94)

Los instrumentos de la comunicación política son recursos que permiten al estratega realizar algún tipo de medición en torno a los efectos de algún experimento; regularmente establecen parámetros y explican los fenómenos a partir de dimensiones. Como ejemplo tenemos las encuestas, las elecciones, y aparatos como el People Meter, que mide el rating de un programa.

En cambio, las herramientas son aquellos artefactos que actúan como auxiliar de alguna actividad y facilitan el trabajo, amplían la capacidad humana. *Periscope*, por ejemplo, es una potencial herramienta que extiende el alcance de un mensaje, comunica masivamente un fenómeno y fomenta la interacción humana de manera instantánea, incentiva la participación ciudadana.

Con el paso de los años, la tecnología ha dotado al individuo de instrumentos para explicar y medir su entorno, así como de herramientas que han acelerado procesos humanos. El Internet y las redes sociodigitales han representado ambos papeles, de ahí que se volvieran indispensables en varios momentos de la vida.

1.2.2. Internet y redes sociodigitales

Desde su invención, Internet modificó las relaciones humanas y la manera de interactuar de los ciudadanos. Al ser una red global de intercambio de información por todo el mundo, agilizó los procesos de comunicación e incentivó el diálogo y la participación de distintos sectores poblacionales.

Manuel Castells (2012: 221) en su libro “Redes de indignación y esperanza” habla de la creación de Internet como un hecho que resultó de un contexto histórico en que se buscaba respaldo en la información y otorgar mayores posibilidades de acceso a la red.

“(Internet) fue diseñada por científicos y hackers deliberadamente como una red de comunicación de ordenadores descentralizada capaz de resistir el control desde cualquier centro de mando. Surgió de la cultura de libertad predominante en los campus universitarios de los años setenta. Se basaba en los protocolos de código abierto desde su nacimiento, los protocolos TCP/IP desarrollados por Vint Cerf y Robert Kahn. Se convirtió en algo fácil de usar a gran escala gracias a la World Wide Web, otro programa de código abierto creado por Tim Berners-Lee.” (Castells, 2012: 221)

Precisamente este modelo que representa un conjunto de redes interconectadas, hace que el proceso de la comunicación sea más ágil y dinámico, lo cual propicia mejores condiciones para el desarrollo de la comunicación política. No solo facilita la información sino que incentiva la participación de nuevos actores, ya sea como emisores o como receptores.

“El ciberespacio, conformado de forma esencial por Internet, sus plataformas operativas, sus redes sociales digitales y sus incontables y crecientes aplicaciones en todos los ámbitos de la vida humana (...), se ha convertido en un foro para el debate en torno a la comunicación y a la participación política, convocando a diversas porciones de la academia internacional y a repensar las prácticas democráticas bajo el concepto conocido como Democracia digital.” (Dorantes, 2016:19)

La existencia de Internet, como un sistema global de redes interconectadas, representa una llama de esperanza para la idea de la democratización mediática, aunque no termina por llenar ese vacío. Sobre todo si tomamos en cuenta que no

todos los ciudadanos tienen posibilidades de acceso y este sigue siendo determinado también por la clase social.

Sin embargo, en esta investigación se hablará de un suceso ocurrido en la entonces delegación Miguel Hidalgo, ubicada al poniente de la Ciudad de México. Una demarcación caracterizada por el alto acceso a los servicios y por la facilidad para la mayoría de sus habitantes, de poder acceder a Internet – pese a las excepciones –.

“Las dimensiones de Internet no se agotan en lo físico. A nivel social, Internet es un lugar donde las personas se comunican y se reúnen. A nivel cultural, es el espacio para el encuentro de culturas y una plataforma de acceso al conocimiento inédita en la historia.” (Peña, 2013: 7)

A diferencia de la TV y radio en México, Internet tiene una mayor amplitud en cuanto a lo que se sube y lo que se comparte. Pese a las restricciones, es el espacio que puede dar voz a sectores que regularmente no la tienen y que muestra información alternativa.

Sin embargo, así como hay contenido funcional, existe aquel que podría afectar tanto a la sensibilidad del receptor como a la credibilidad del emisor, lo que lo convierte en un arma de doble filo. Hoy Internet es una herramienta indispensable para la comunicación política, pues los gobiernos actuales encuentran en este un espacio de mayor libertad y un área de oportunidad para ahorrar medios económicos y alcanzar más territorios

“En una sociedad eléctricamente configurada, toda la información crítica necesaria para la fabricación y distribución, desde automóviles hasta computadoras, estaría a disposición de todos al mismo tiempo. El espionaje se convierte en una forma de arte. La cultura se vuelve organizada como un circuito eléctrico: cada punto en la red es tan central como el siguiente.” (McLuhan, 1991:99)

El avance de internet en nuestros días ha generado una realidad alterna para quienes se desenvuelven a través de la red, en donde existe una serie de interacciones y códigos compartidos entre los internautas, que intercambian

información, generan debates, cierran acuerdos y aprenden nuevas formas de relacionarse, a través de un lenguaje en común.

“La Internet de las cosas versa sobre la capacidad de Internet para manejar los datos generados por las cosas, no solamente por las personas. Cada vez son más sus usos, en la práctica, los sectores donde más se desarrollará el concepto de Internet de las cosas será la automoción, el transporte, la logística, la energía inteligente y la seguridad, la automatización industrial y empresarial, el hogar inteligente, salud, etc.” (Gallego, 2016: 96)

Aunque Internet es, en sí misma, una red de redes, cabe resaltar el desarrollo de las redes sociales dentro de esta plataforma, es decir, la capacidad de organización a través de los medios digitales. Para Castells (2012: 219), Internet es más que un instrumento: “crea condiciones para una forma de práctica compartida que permite a un movimiento sin líderes sobrevivir, deliberar, coordinar y expandirse.”

En la presenta investigación, se usará el término de “redes sociodigitales” para hacer referencia a las “herramientas decisivas para movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir” (Castells, 2012: 219), y cuyo desarrollo se lleva a cabo a través de Internet.

No es de sorprenderse que, en un mundo digital donde conviven millones de usuarios, el conocimiento se socialice, se debata, se confronte, se cuestione. A lo largo del mundo, Internet y *Periscope* – y sus similares – fungieron y han fungido como herramientas de organización.

Las redes sociodigitales representan un arma poderosa para ciudadanos que antes vivían en el anonimato, pues no sólo son masivos sino que otorgan al usuario el poder de generar sus propios contenidos y opiniones para persuadir a otras personas, cosa que antes era más complicada y de alcances más limitados.

Manuel Castells, en “Comunicación y poder” (2009), menciona tres rasgos fundamentales que han propiciado el desarrollo de las redes como una forma de organización más eficiente: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. Aunque el autor no se refiere solo al escenario digital, las tres características antes citadas aplican también para las redes sociodigitales.

Cuentan con el atributo de la flexibilidad, ya que “las redes pueden reconfigurarse en función de los cambios en el entorno, manteniendo su objetivo” (Castells, 2009: 49); también son adaptables, al reducir o expandir su tamaño sin tantas alteraciones. Asimismo, destaca la capacidad de supervivencia:

“...al no poseer un centro y ser capaces de actuar dentro de una amplia gama de configuraciones, las redes pueden resistir ataques a sus nodos y a sus códigos, porque los códigos están contenidos en múltiples nodos que pueden reproducir las instrucciones y encontrar nuevas formas de actuar. Por ello, sólo la capacidad de destruir físicamente los puntos de conexión puede eliminar la red.” (Castells, 2009: 49)

La creación de Internet revolucionó los procesos de la interacción humana, y el desarrollo de las redes sociodigitales permitió la inserción de distintos actores en esta plataforma, donde se podían almacenar e intercambiar datos de manera instantánea y encontrar una gran variedad de información con mayor facilidad.

1.2.3. Conformación de la agenda-setting

Dentro del esquema de la comunicación política, los medios de comunicación son muy importantes en la medida que permiten la difusión de mensajes y el posicionamiento de los temas dentro de la opinión pública. La manera en que es presentada la información, según el orden de importancia, determina la cobertura que se le otorga a un fenómeno ya sea por su relevancia en ámbito social, por la gravedad del asunto o por estrategia política.

Raquel Rodríguez Díaz habla de la importancia de la agenda-setting como “una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación”:

“En ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. El medio no decide por el público que es lo que éste tiene que pensar u opinar sobre un hecho aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública. A este conjunto de contenidos se le denominará la agenda.” (Rodríguez, 2004: 15)

Los medios de comunicación, desde sus inicios, han funcionado para muchas cosas, entre ellas, propiciar el alcance masivo de la información. Todos los

humanos se comunican con una intencionalidad, y depende mucho de la frecuencia (y la manera) en que se presentan los mensajes para surtir un efecto en la audiencia.

“El término agenda- setting es producto de la investigación en comunicación en Estados Unidos. Su correspondiente literal al castellano sería “fijación, estructuración o establecimiento de la agenda”, términos que se utilizarán indistintamente a lo largo de este escrito. El concepto expresa la conducción o “canalización que las mentes de los ciudadanos experimentan hacia unos repertorios –preseleccionados– de temas de preocupación pública”, en detrimento de otros que no son mencionados o destacados por los medios. La idea central del proceso se resume en la cita de Bernard Cohen (1963: 13): La prensa puede no tener mucho éxito en decirle a la gente qué pensar, pero es extremadamente exitosa en decirle a los lectores en qué pensar.” (Dorantes, 2008: 47)

Esta máxima de Cohen, citada en Dorantes, es la base principal de la teoría mencionada en este apartado. Antes de ahondar en las perspectivas mostradas en torno a un acontecimiento o personaje, se estudia la frecuencia de aparición de un tema en los medios de comunicación; a partir de ahí, se evidencia la posibilidad que tiene la prensa de dirigir el debate hacia ciertos temas.

“La agenda de los medios de comunicación (the media agenda) es una de las variables más resaltadas a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparán las portadas de los medios durante un periodo de tiempo. El número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado. Supuestamente, la audiencia dará una relevancia al tema en función de la cobertura que haya tenido el mismo en los medios. (Rodríguez, 2004: 18)

Dicha agenda está compuesta por una lista de temas de coyuntura, y el orden de los mismos se determina a través de distintas variables, ya sea el grado de impacto en la sociedad, la actualidad o la relevancia política, por mencionar algunas. Principalmente lo que hace es que el público hable de temas específicos y preste mayor atención a ellos, además de posicionar personajes y actores políticos.

“La teoría de la agenda setting – o de la fijación del orden temático – mantiene que el modo en que la gente ve el mundo – la prioridad que dan a ciertos temas y cualidades a costa de otros – está influida de una manera directa y mensurable por los medios de difusión. Aunque los periódicos, la televisión y otros medios de comunicación colectiva no sean la única

influencia, veinticinco años de investigación han mostrado que, individual y colectivamente, ejercen una influencia poderosa.” (McCombs, 1995:1)

Para clasificar las noticias según su orden de importancia, Rodríguez Díaz (2004: 30) retoma el concepto de *issues* como los temas que componen la agenda; específicamente Donald Shaw (1977) los define como “el conjunto de temas o acontecimientos que aparecen de forma continua, permanentemente en los medios de comunicación y son fácilmente agrupables dentro de grandes temas o categorías”.

“(…) el elemento problemático es lo que hace que los medios de comunicación comiencen a publicar noticias relativas al tema (*issue*) y lo saquen al ámbito de lo público. Por otro lado, hay que resaltar que, muy unido a los *issues* o temas constantes, pero distintos de ellos, existen otros colaterales denominados *events* o acontecimientos que, según el momento y las circunstancias, aparecerán conjuntamente en las portadas de los medios como si fueran *issues*. Estos *events* o acontecimientos noticiosos son aquellos relacionados con accidentes, entrega de premios o desastres naturales.” (Rodríguez, 2004: 30)

Asimismo, dicha autora (2004: 31) habla del factor “*saliency*”, es decir, la relevancia que tiene un tema para ser tomado en cuenta dentro de la agenda. Retoma la explicación de Dearing y Rogers (1996: 8) para demostrar que la teoría de la agenda-setting “se centra en observar cuándo la relevancia (*saliency*) o interés por un tema cambia (sube o baja) en la agenda de los medios, en la pública o en la política”.

“Otros expertos sostienen que el grado de relevancia de un tema en la agenda de los medios determina cómo se forma la agenda pública, cual es la dirección de su posible influencia y cuáles son los asuntos que los políticos e instituciones consideran en primer lugar para ocupar sus agendas. La unión de los dos conceptos anteriores, temas (*issues*) y relevancia (*saliency*), ha hecho un binomio de palabras que se ha convertido en el principal objetivo de estudio de la agenda-setting.” (Rodríguez, 2004: 31)

La manera de saber qué tanto se ha posicionado el tema en los medios de comunicación es el número de apariciones que una noticia tiene dentro del medio, y sobre todo el lugar donde se encuentra, ya sea como nota principal o secundaria. La cobertura de los medios también deja entrever la insistencia de que un tema esté constantemente en el imaginario de la audiencia.

“La teoría, no obstante, no se limita a esta dimensión. La agenda-setting no se refiere sólo a los temas, sino que incluye las imágenes y las perspectivas. Tiene que ver con cómo se produce la transferencia de la prominencia, y no sólo la prominencia de los asuntos sino también la prominencia de los aspectos de esos temas.” (McCombs, 1995: 1)

A partir de esta aseveración queda claro que la teoría de Cohen da un avance significativo, pues la agenda-setting no solo estudiaría la frecuencia en la repetición de los mensajes sino también la manera en que son presentados y los efectos que estos tengan en la audiencia. Cuando el ser humano se comunica siempre lo hace con una intención, por lo cual, la manera en que se presenta un mensaje –desde los adjetivos utilizados y el orden de las palabras- influye mucho en los efectos que vaya a tener.

“Independientemente del nombre, se trata de un proceso de selección y prominencia. Al prestar atención a ciertos aspectos, a expensas de otros, y al sugerir ciertas soluciones o respuestas en lugar de otras, los mensajes de los medios de difusión influyen en algo más que en los temas, influyen en el modo en que la gente piensa sobre esos temas, El proceso es semejante en lo que se refiere a otros aspectos de la agenda noticiosa.” (McCombs, 1995: 16)

La importancia de la agenda-setting radica en los temas sobre los que versa el debate público y el impacto en las decisiones políticas, pero también en cómo es recibida la información por parte del público. Es de especial interés la imagen que queda en el subconsciente respecto de un personaje o un hecho y la forma en que la postura del ciudadano se verá influenciada en la narrativa del mensaje.

Por otro lado, aunque las agencias de noticias y los programas de radio y televisión siguen teniendo un público masivo, no hay que dejar de lado la importancia de las redes sociodigitales. Más allá de observarlas como creadoras de información, es interesante constatar el poder que tienen los internautas de distintas partes del mundo, que al unirse y replicar un tema logran posicionarlo dentro de la agenda-setting.

Rodríguez (2004: 32) menciona que la agenda-setting está relacionada con dos elementos: la proximidad (tanto geográfica como empática) y el grado de

vinculación con la audiencia. No todos los temas llaman la atención de la misma forma, ya que algunos pueden resultar ajenos a la realidad del público; los que más interesan a la audiencia son aquellos que afectan más directamente su entorno, es decir, temas locales y cotidianos con los que están en constante contacto.

Ese tipo de temas son, por ejemplo, el desempleo, la violencia, la inseguridad o las afectaciones por un desastre natural que afectó directamente la vida de las personas.

“Por ello, a esos temas, considerados próximos o familiares, se les ha dado el calificativo de *obtrusive* o en una traducción literal se les puede llamar ‘entrometidos’. Se consideran entrometidos precisamente porque el público ya los conoce directamente y no necesita de los medios para emitir un juicio aunque sea de forma superficial.” (Rodríguez, 2004: 32)

En contraparte, existen temas que tienen más dificultades para posicionarse, debido a que la población los ve como ajenos o no cuentan con una experiencia personal al respecto, es necesario que los medios de comunicación les den cobertura. En este caso, la audiencia corre más riesgo de ser influenciada, ya que, al desconocer del tema, la forma en que reciban la información puede determinar la primera impresión e incluso postura al respecto.

“Los temas denominados unobtrusive o ‘demasiado apartados de la vida cotidiana de las personas’ son los que por su temática particular no se encuentran, en la mayoría de los casos, próximos a las personas. Éste es el caso de los temas relacionados con la política internacional, con nuevos avances tecnológicos, etc...” (Rodríguez, 2004: 33)

Para esta investigación, el uso de *Periscope* como herramienta de trabajo por parte de Arne Aus den Ruthen Hagg podría considerarse como obtrusive, para el caso de los habitantes de la delegación Miguel Hidalgo, pues los vecinos presenciaban los video-operativos en las distintas colonias de la demarcación. Sin embargo, para quienes desconocían del tema, su primera fuente de información fueron las agencias de noticias y programas de radio y televisión.

1.2.3.1. Agenda pública y agenda política

La agenda setting o agenda de los medios de comunicación es primordial para el establecimiento de la agenda política y la agenda pública, se trata del primer umbral a través del cual se posicionan los temas. Su influencia va más allá de exposición de información, pues determina el rumbo de las otras dos agendas.

Tanto la agenda política como la agenda pública necesitan de los medios de comunicación para tener visibilidad y llamar la atención de la audiencia; de ahí la importancia de la agenda-setting dentro de la comunicación política. Es la transferencia de relevancia de una agenda a otra.

“En sus comienzos (McCombs y Shaw, 1972), el foco de atención estuvo puesto en el efecto de la agenda mediática sobre la agenda pública y los factores que intervenían en dicho vínculo. Tiempo después, se incorporó una nueva dimensión: la agenda building procuró revelar, por un lado, el ascendiente que la agenda política pudiera tener sobre la agenda mediática o viceversa y, por el otro, la relación entre medios, esto es, la autoridad que ciertos gigantes mediáticos pudieran tener sobre otros más pequeños respecto de la estructuración de temas y puntos de vista que dominaban sus coberturas; un comportamiento que Warren Breed (1955) denominó “homogeneidad”. (Aruguete, 2015: 34)

La aportación que hace Natalia Aruguete, queda simplificada en el siguiente cuadro (Figura 1.1), donde pone en el centro la esfera de la agenda política, la cual tiene que ver con decisiones gubernamentales o debates parlamentarios, respuestas de ciertas instituciones y actores políticos en torno a ciertos temas. A un costado se encuentra la agenda pública, que está enfocada en el estudio de la opinión pública y el conocimiento de las causas; mientras que la agenda mediática se compone de estas para seleccionar los temas prioritarios que tendrán cobertura masiva.

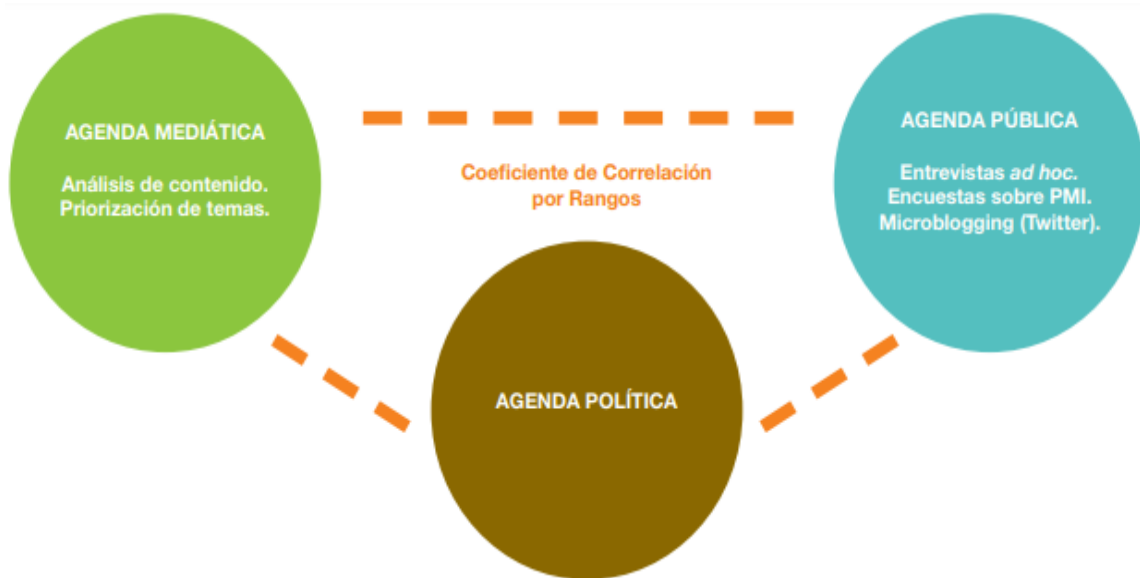


Figura 1.1 (Aruguete, 2015: 35)

Rodríguez Díaz (2004) cita el esquema de Rogers y Dearing (1988: 555), que abordan en su libro *Agenda-setting research*, para explicar los principales elementos de la agenda-setting, de acuerdo a los factores que influyen en su conformación y cómo se inserta el tema en los medios de comunicación. (Figura 1.2)



Figura 1. 2 (Rodríguez, 2004: 17)

Cada una de las agendas en cuestión cuenta con su propia metodología para poder medirla; según el objetivo que se tenga en mente, pueden llegar a cruzarse para prestarse a análisis de la información.

Menciona Petrone (2009:4), retomando a Zhu y Blood (2002: 100) que la agenda-setting se mide “considerando la frecuencia y prominencia en la cobertura mediática de un tema, teniendo en cuenta factores como el ancho de columna en las notas de los diarios, o la cantidad de tiempo de aire en la televisión, o por la posición del tema en un diario o programa”.

Por su parte, la agenda pública también contempla el proceso de la agenda-setting, y se mide regularmente a través de encuestas realizadas a un sector de la población y dirigida a una muestra de individuos para conocer su opinión respecto a algún tema de coyuntura, además permite saber cuáles son los problemas que consideran más importantes.

“A la hora de medir la agenda pública se busca la actitud del encuestado sobre un aspecto de un tema considerado el más notable. Por ejemplo, se pregunta: ¿qué opina usted de las drogas?, ¿está a favor del aborto?, ¿qué opina de éste o aquel candidato político? Hay que matizar que muchos de esos estudios no sólo se centran en un único asunto sino que recogen diferentes aspectos relacionados con el mismo.” (Rodríguez, 2004: 20)

Esta agenda, de acuerdo con DeGeorge (1981) se trata de ahondar en lo que piensa una persona, la información que intercambia con los demás, y los temas que reconoce como primordiales entre los presentados por los medios de comunicación (agenda-setting).

Con el siguiente cuadro (Figura 1.3), Rodríguez Díaz señala la importancia de los medios de comunicación para hacer una noticia cobre fuerza en la opinión pública. En el mismo texto (“Teoría de la Agenda-Setting, aplicación a la enseñanza universitaria”) retoma la afirmación de Dearing y Rogers (1996, 50): “la conclusión general de las investigaciones realizadas sobre la agenda-setting es que la agenda de los medios determina la agenda del público”.

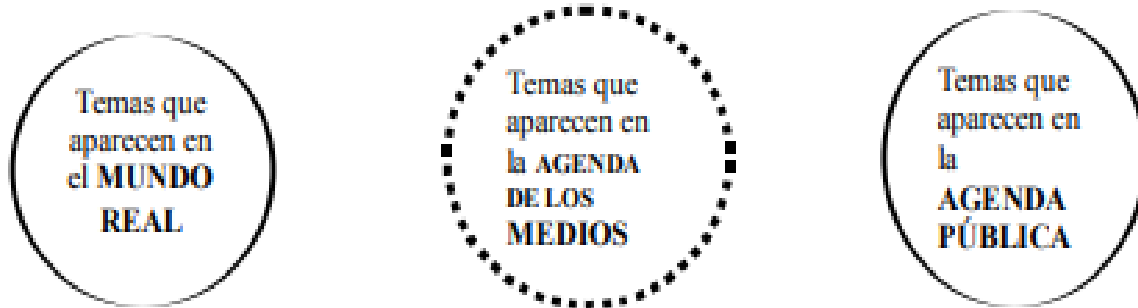


Figura 1.3. (Rodríguez, 2004: 20)

“La agenda de los medios junto con la agenda pública son los principales objetos de estudio de la Teoría de la agenda-setting. Cuanta más reflexión existe entre ambas agendas mayor será el grado de influencia cognitiva que ejercen los medios sobre la audiencia, principalmente. Desde el punto de vista de la agenda de los medios, son estos los que renuevan el repertorio temático, sacando temas nuevos que saturan o invaden las mentes de la audiencia para orientarles sobre aquellos que son considerados como los problemas cruciales en los que pensar.” (Rodríguez, 2004: 42)

La tercera de las agendas es la agenda política, con la cual se busca medir el tipo de acciones por parte de los gobernantes o las instituciones en torno a los temas públicos; a partir de la generación del debate, hay temas que se vuelven destacados dentro de la agenda-setting y la agenda pública.

Rodríguez (2004:22) vuelve a citar a Dearing y Rogers (1996:72), al asegurar que la agenda política es “la llave maestra”, ya que “es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán la agenda de los medios y la del público”.

“La construcción de la agenda política es una parte fundamental del proceso de formulación de políticas públicas, en la que se concede gran importancia al cambio social, a la participación popular y a la opinión pública. Su naturaleza y resultados están determinados por los asuntos en disputa y sus definiciones y redefiniciones, así como por el grado de influencia de los participantes en el proceso. De acuerdo con este panorama, la pregunta básica consiste en saber cómo los conflictos provenientes de diversos grupos se convierten en problemas públicos y llegan a colocarse en el orden del día para la toma de decisiones autorizada”. (Dorantes, 2008: 57)

De esta forma la relación entre los políticos y los medios de comunicación es intrínseca; así como la prensa necesita tener acceso a la información para publicar en sus portales, las instituciones y los actores políticos necesitan de las

plataformas para difundir sus mensajes y actividades para tener contacto con la audiencia.

1.3. DERECHO A LA INFORMACIÓN.

DELGADA LÍNEA ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

¿Qué ocurre cuando, al explotar tu libertad de expresión en un espacio público, invades la privacidad de un tercero y pones en jaque su integridad como persona? ¿El acto de detenerte representaría una restricción a tu actuar o sería una alternativa para proteger los derechos humanos de quien es exhibido?

En el marco de la comunicación política, existen espacios donde incluso el propio gobierno no puede ingresar. Los límites de la privacidad son determinados a partir de donde se incurre en la violación de los derechos humanos, y el no conocerlos podría traer fuertes repercusiones. Ahora, con el uso desmedido de la tecnología, son los medios de comunicación quienes deben poner especial atención en el respeto a estos terrenos.

1.3.1. Espacio público y privacidad

El espacio público – idealmente – es aquel donde hay participación de los medios y mayor visibilidad a las opiniones; hoy los ciudadanos olvidaron la capacidad de ser interlocutores directos y confiaron en los medios oficiales como entes con la autoridad de transmitir la realidad. En *El nuevo espacio público*, Jean-Marc Ferry habla de la “privatización del espacio público”, como consecuencia de distribuir las posibilidades reales de participación en pocas manos: las que tienen el poder y los recursos.

La distinción entre la esfera pública y la esfera privada es contemporánea. Hace no mucho, el Estado creía que podía incurrir en la vida de terceras personas, sin embargo, existe un espacio donde el ciudadano tiene derecho a una privacidad como ente individual.

La esfera pública es un espacio de deliberación que compete a más de una persona, donde se lleva a cabo el debate y el intercambio de posturas en torno a un tema de interés general y que compete a la colectividad; ahí participan los ciudadanos y confrontan ideas.

“Públicas” llamamos a aquellas organizaciones que, en contraposición a sociedades cerradas, son accesibles a todos; del mismo modo que hablamos de plazas públicas o de casas públicas. (Habermas, 2009: 41)

Es indispensable la aplicación de este concepto dentro de una democracia, ya que se permite la apertura a la diferencia de opiniones y el acceso a una diversidad de información; lo que viene a fortalecer también la labor de la comunicación política como un espacio de confrontación, debate y retroalimentación.

En estos escenarios es donde surge la opinión pública, que refiere al pensar de una comunidad, de forma genuina, sin una regulación de los medios de comunicación y libres de la intervención del Estado.

Habermas, en su libro *Historia y crítica de la opinión pública*, señala cómo ese concepto idealista poco a poco se fue transformando hasta llegar a lo que tenemos el día de hoy. La presencia de los medios de comunicación y la existencia de las voces con legitimidad para hablar, ha reducido la participación auténtica de la comunidad; hoy la opinión pública se ve invadida por quienes dominan el mercado y ejercen el poder político.

En la ciudad-estado griega plenamente formada, la esfera de la polis, común al ciudadano libre (*koyné*) está estrictamente separada de la esfera del *oikos*, en la que cada uno ha de apropiarse aisladamente de lo suyo (*idia*). La vida pública, *bios politikos*, se desenvuelve en el ágora, pero no está localmente delimitada. (Habermas, 2009: 43)

“Desde mediados del siglo XX (Habermas, 1981) (Ferry y Wolton, 1998) se empezaron a estudiar dos modelos históricos de espacio público: El modelo griego, el ágora, y el espacio burgués. Por lo que respecta al ágora, era la plaza donde los ciudadanos trataban los asuntos de todos en beneficio de la

ciudad (la polis) y todos sus habitantes. No tenían acceso al espacio público las mujeres, los esclavos y los niños, pues ninguno de ellos se consideraban ciudadanos, únicamente los hombres adultos libres.” (Cisneros, 2003: 3)

Con la llegada de internet, este modelo cambió e hizo partícipes a más actores. Hoy las y los ciudadanos pueden inferir en más personas y posicionarse dentro de las masas, salir del anonimato y usar los medios de comunicación para trascender en la opinión pública y la agenda política.

Aunados a la naturaleza pública de internet y al alcance de las redes sociodigitales, varios movimientos sociales surgidos en la periferia han difuminado paulatinamente las fronteras entre lo público y lo privado; han demostrado que lo personal también puede ser público, pues lo que ocurre en la vida privada de los individuos también puede generar discusiones.

El “espacio público”, que con mucho desborda el campo de interacción definido por la comunicación política, es – en sentido lato – el marco “mediático” gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de presentar a un “público” los múltiples aspectos de la vida social. (Ferry, 1998: 29)

Distinto a la esfera pública, donde existe una mayor libertad precisamente por el alcance de participación y convocatoria que tiene, además de comprender una participación masiva y de incumbencia general, existe la esfera privada, el lugar donde el individuo encuentra un espacio con miras a la intimidad y al espacio personal.

“El derecho a la vida privada consiste en la facultad que tienen los individuos para no ser interferidos o molestados por persona o entidad alguna, en todo aquello que desean compartir únicamente con quienes ellos eligen; así, este derecho deriva de la dignidad de la persona e implica la existencia de un ámbito propio y reservado frente a la acción y conocimiento de los demás” (Semana Judicial de la Federación, 2007: 272).

Aquí también existe una libertad, pero es más individual, ligada a los derechos humanos. Es bien sabido que la libertad personal termina donde comienza la de otra persona, esto garantiza la privacidad, que es el derecho al espacio personal y

la certeza de no incumbencia ni infracción a este terreno de decisiones, ideas y costumbres personales.

En la esfera de la intimidad pequeño-familiar las personas privadas se conciben a sí mismas como independientes incluso de la esfera privada de su actividad económica. (Habermas, 2009: 85)

Ante todo este marco introductorio en torno a las libertades, cabe resaltar la existencia de los derechos fundamentales, los cuales se encuentran por encima de los demás. A estos derechos, el individuo tiene acceso de forma natural desde su nacimiento.

“En términos generales puede decirse que los derechos fundamentales son considerados como tales en la medida en que constituyen instrumentos de protección de los intereses más importantes de las personas, puesto que preservan los bienes básicos necesarios para desarrollar cualquier plan de vida de manera digna” (López, 2009: 4).

Siguiendo la lógica, la violación de los derechos fundamentales incurriría a una falta aún mayor, pues se despojaría al humano de la inherente condición que adquiere al nacer. Independientemente de las prácticas culturales de cada región y cada país, prevalece la dignidad humana, que no debe ser violentada por ningún motivo.

“En términos generales, la violación del derecho de la vida privada se produce cuando un sujeto obtiene o difunde información sin respetar el ámbito de exclusividad que corresponde a su titular (...) El problema se plantea prácticamente al tratar de delimitar la frontera entre el interés particular y el interés público subyacente al derecho a la información siempre y cuando, a pesar del respeto a la vida privada, exista un interés general que puede ser afectado por hechos, actividades o manifestaciones que correspondan a la esfera privada del individuo” (López, 2009: 153)

Distinto a lo privado, que es la garantía con la que cuenta el ciudadano, existe lo íntimo, cuyas barreras se encuentran todavía más delimitadas. Aunque lo privado – en teoría – no debe ser tema de discusión en la opinión pública, se encuentra relacionado con los límites legales y sociales que determinan las

normas. Lo íntimo es una cuestión personal que implica autodeterminación; su espacio es el del pensamiento, donde no existe la censura.

Intimidad personal sería el ámbito de independencia de una persona frente a los demás, sean particulares o poderes públicos, que asegura la falta de información sobre ella y que le concede la facultad de controlar toda la que le afecta, tanto previa, como posteriormente a su difusión. (Bonilla en SCJN, p.41)

De este modo, podríamos deducir que lo privado constituye un puente entre lo íntimo y lo público, como una frontera que filtra las posturas y las ideologías. Lo público es aquello de libre acceso a terceros. Sin embargo, dentro de lo público siempre habrá una moral íntima.

“La vida se constituye por el ámbito privado reservado para cada persona y del que quedan excluidos los demás, mientras que la intimidad se integra con los extremos más personales de la vida y del entorno familiar, cuyo conocimiento se reserva para los integrantes de la unidad familiar. Así, el concepto de vida privada comprende a la intimidad como el núcleo protegido con mayor celo y fuerza porque se entiende como esencial en la configuración de la persona, esto es, la vida privada es lo genéricamente reservado y la intimidad —como parte de aquélla— lo radicalmente vedado, lo más personal; de ahí que si bien son derechos distintos, al formar parte uno del otro, cuando se afecta la intimidad, se agravia a la vida privada.” (SCJN, p. 130)

La esfera pública comprende cuestiones que incumben a la sociedad, por tanto, se supondría que la vida privada es un ámbito que no concierne al Estado. Al hacer uso de los medios de comunicación, el emisor del mensaje debe determinar si la información que está brindando viola o no la privacidad del individuo. Es compromiso del comunicador estar consciente de esa distinción.

1.3.2. Libertad de expresión y acceso a la información

De acuerdo con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, todo individuo nacido en territorio nacional cuenta con libertad de expresión y por ende acceso a la información, pero esta libertad comienza a tener restricciones cuando

se invaden campos que no están permitidos y que la ley no ampara. Cabe citar el artículo sexto que expresamente hace referencia al tema:

“Artículo 6º: La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley” (CPEUM, 2006: 30).

El artículo séptimo de la Carta Magna hace hincapié en que no puede existir la censura, poniendo en amparo a quienes se expresan acerca de una persona, acontecimiento o tema en específico:

“Artículo 7º: Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones” (CPEUM, 2006: 32).

Sin embargo, la libertad de expresión conlleva una responsabilidad por parte de quien la ejerce. De ahí la importancia de distinguir los límites entre la vida pública y el derecho a la privacidad, para no incurrir en ámbitos donde la manifestación de ideas o contenido sea considerado como violencia.

En el caso de los funcionarios y dependencias públicas, se encuentran obligados a proporcionar información relacionada con el presupuesto público, sin embargo, se reservan el derecho de lo que compete a su vida personal. En el caso de los ciudadanos, se garantiza la intimidad en su espacio inmediato, pero existen plataformas que rompen con ello, al exhibirlos públicamente.

La libertad que nos ha brindado internet en la esfera pública, ha expuesto la vida de los individuos, poniendo en riesgo la privacidad y diluyendo las fronteras individuales. Al formar parte de la Web e interconectarnos de manera digital, los ciudadanos se vuelven vulnerables de ataques e intromisiones.

De igual manera, aunque Internet y las redes sociodigitales han entablado un nuevo escenario de debate y discusión, se convirtieron en espacios donde se ejerce la violencia. Ahora mucha gente en la red ya tiene miedo a expresarse, por miedo al ataque. Lo curioso es que la posibilidad de réplica y de debate que las redes sociodigitales han facilitado, vuelve vulnerable de ser cuestionado por sus actos individuales a cualquier persona inmersa en la red.

Más adelante se abordará el caso específico del uso de *Periscope* por parte de un funcionario público que, en el ejercicio de su libertad de expresión utilizó las redes sociodigitales para transparentar su trabajo, y que a través de los medios de comunicación logró incidir en la agenda pública, a la vez que desató un debate en la agenda política, en torno a la violación de los Derechos Humanos.

CAPÍTULO 2. El *city manager* y *Periscope*, factores de cambios sociales

2.1. EL CITY MANAGER COMO PERSONAJE DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

En política y sobre todo en gobiernos, hay personajes e instituciones que fungen como espacio y puente de comunicación para con la audiencia. Hasta este punto del impacto tecnológico existen habilidades humanas que todavía no pueden ser cubiertas por artefactos, por lo cual, la presencia de un intermediario humano es fundamental para la ejecución de las estrategias.

La regulación de las relaciones humanas tiende a gestarse a partir de las instituciones, las cuales representan un conjunto de reglas y procedimientos que rigen el comportamiento social. Por su parte, los personajes encarnan una serie de valores e ideologías que manifiestan a través de actos discursivos dirigidos hacia un público emisor. No solo son el rostro de un mensaje o de una institución sino que intervienen de manera participante dentro del fenómeno que se analiza.

Los personajes de los gobiernos que encabezan un papel institucional son los funcionarios públicos, y se conforman como una figura de autoridad y organización para regular las relaciones humanas, vigilar la garantía de las leyes y agilizar los procesos en beneficio de la organización social.

“El tema de la participación activa de la sociedad en las decisiones de los gobiernos, ha tomado trascendencia tal, que cada vez es más común el término ‘democracia participativa’, exigiendo a los gobiernos llevar los asuntos de orden público al siguiente nivel de transparencia administrativa y operativa. Para ello, un City Manager o Administrador Municipal, debe ser para los gobiernos locales, una opción para garantizar el funcionamiento de diversos proyectos y políticas que contribuyan al desarrollo de la localidad, mediante la coordinación administrativa y dentro de un marco jurídico claro.” (Aguirre, 25 de febrero de 2016, *La Serpentina*)

Contar con una figura administrativa intermediaria, como personaje de la comunicación política, dentro de un sistema democrático, facilita el intercambio de discursos e incentiva la participación ciudadana. Un *city manager* representa más que un cargo público, es un invento de los gobiernos contemporáneos para restablecer el orden en las ciudades.

2.1.1. ¿Qué es y cómo funciona un *city manager*?

Se trata de una figura administrativa utilizada por los gobiernos como un vínculo con la población, que se encarga de operar la administración de una ciudad y vigilar el funcionamiento de la misma. Es el nombre mediático que se da a los “gerentes de ciudad”, cuyo nombramiento oficial varía de acuerdo al gobierno y el país donde se ejecute.

“El *city manager*, es el personaje que recibe las quejas de los vecinos porque éstos no han recibido su agua, su servicio de limpia, sus diversos beneficios municipales, y él es quien reporta a la autoridad municipal, por la falta de estos servicios.” (Aguirre, 25 de febrero de 2016, *La Serpentina*)

Las labores específicas de este personaje varían según el territorio donde se desenvuelva, ya que está relacionado con las necesidades y problemáticas específicas de cada ciudad, pero, de forma general, es esa figura administrativa que busca regular la vida en los espacios públicos (físicos) a través de la ley.

Para entender su creación habría que remontarnos a momentos de crisis sociales en poblaciones de distintas partes del mundo, producto de la migración de la población rural a las zonas urbanas en algunas partes del mundo. Tras identificar la presencia también de crisis gubernamentales y políticas, se optaba por alternativas profesionales – incluso con tintes ciudadanos – para operar por la ciudad y preservar cierto orden.

“El *city manager*, tiene bajo su dirección varias unidades administrativas, éstas varían de localidad en localidad y en general pueden ser: desarrollo organizacional, oficina de políticas y procedimientos, finanzas, relaciones

laborales, recursos humanos, finanzas, información a la ciudadanía, entre otras.” (Cordero, 2012)

Se trata de un cargo oficial designado por el gobernante en turno, que regularmente busca hacer cumplir las disposiciones oficiales para fomentar una cultura de educación y sana convivencia. Es parte de su tarea identificar los actos que alteran el orden en la vía pública, para sancionarlos conforme a la ley, siendo una especie de “gerente de ciudad”. Más allá de ser una especie de vigilante, la figura fue pensada como un interlocutor para tener un contacto ciudadano en las calles, cercano a la población y atento a sus necesidades.

“La idea del *city manager* parte de la base de que no hay formas democráticas o republicanas de recoger basura, de poner postes de luz o de pavimentar las banquetas sino maneras eficientes e ineficientes de hacerlo. Parte también de la base de que buena parte de las ciudades o municipios no cuenta con capacidades institucionales para la implementación de políticas públicas con un mínimo de coherencia y continuidad.” (Casar, 20 de febrero de 2013, ADNPolítico)

Como figura administrativa ha buscado regular la vida en los espacios públicos (físicos) a través de la ley. Marcos Reyes, investigador del Colegio de la Frontera, retoma la siguiente definición:

“Un profesional contratado especialmente para asumir funciones ejecutivas delegadas por el alcalde. De esta forma el alcalde se centra en los aspectos políticos, tales como llegar a acuerdos de alto nivel con el gobierno estatal o federal y los poderes legislativo y judicial” (Cordero, en Cadena, 2011:48)

Como responsable de instancias político-administrativas, el *city manager* regularmente busca hacer cumplir las disposiciones oficiales para fomentar una cultura de educación y sana convivencia. Es parte de su tarea identificar los actos que alteran el orden en la vía pública, para sancionarlos conforme a la ley, siendo una especie de gerente de ciudad.

“En los últimos cincuenta años los City Managers han representado un verdadero status profesional en nuestra sociedad. Al haberlo conquistado deberíamos estar ansiosos de aceptar sus consecuencias.” (Thompson, 1964, *REVL*)

Las palabras de Thompson nos sugieren estar conscientes de las consecuencias que traería la presencia de un funcionario con esas características. Es como si tuviéramos que renunciar a cierto grado de libertad, para tener la garantía de un orden cívico en las calles. Se sabe que cuestionará todo abuso y desacato a la ley, hecho que no tendrá limitantes para actuar.

Ahora, el interpretar su existencia como un logro social, nos habla de una solución gubernamental en medio de una época donde lo que hace falta es el orden. No en vano, varias ciudades del mundo se han visto en la necesidad de llevar a cabo el experimento. Más allá de ser una especie de vigilante, la figura fue pensada como un interlocutor para tener un contacto ciudadano en las calles, cercano a la población y atento a sus necesidades.

2.1.2 Antecedentes del cargo

El *city manager* no es una figura de reciente creación, tiene al menos cien años de antigüedad y ha estado presente en distintas partes del mundo. En México, esta figura se vio involucrada en un tema mediático, a raíz de la polémica desatada por Arne Aus den Ruthen Haag a finales de 2015, cuando fue designado Director General de Administración Delegacional (*city manager*) en la demarcación Miguel Hidalgo, para el gobierno de Xóchitl Gálvez. Sin embargo, ya existían antecedentes de este cargo en la administración pública de otros estados.

De acuerdo con la International City/Country Management Association, en otros lugares era conocido por distintos nombres: Municipal Clerk (Australia), Administrador Municipal (Chile), Town Permanent Secretary (Holanda) y Town Secretary (Reino Unido), por mencionar algunos. En Canadá y Estados Unidos de América también se llama *city manager*.

“Las formas de gobierno local existentes en Estados Unidos de América, país de donde proviene la figura de gerente de la ciudad, y donde cada comunidad, ciudad y condado define su forma de gobierno sujetándose a las normas jurídicas, son cinco. La segunda forma es la de cabildo-gerente, ésta se encuentra integrada por tres figuras; miembros del cabildo, Alcalde y el gerente de la ciudad. Como en las dos formas antes mencionadas, los

miembros del cabildo poseen funciones y atribuciones semejantes, el cambio ocurre con el alcalde, cuyas responsabilidades ejecutivas ahora recaen en el gerente, a decir de Villasana (2009), una figura que ha evolucionado enormemente, generando diversidad en el nombre como en sus funciones, el más conocido es el de City Manager.” (Cordero, 2012)

En el caso de los países de América sajona, dicho cargo supone el perfil de un experto en administración pública, con facultades que un funcionario posee, sin embargo no es sometido a elección popular sino que es nombrado por el cabildo.

El primer *city manager* – como figura administrativa oficial – en la historia surgió en 1908, luego de que dos años antes en Staunton, Virginia, los comités pidieran la creación de una figura que diera mantenimiento a las calles deterioradas de dicha ciudad. Cordero señala que fue en 1908 cuando se eligió a Charles E. Ashburner de Richmond como el primer “director general de Statuton”, figura surgida tras el plan de un *city management*, propuesto anteriormente por Jhon Crosby.

El periodista Guillermo Aguirre, en su columna “¿Un city manager para Tepic? La figura faltante”, señala más detalles del cargo, con base en las atribuciones originales y las que en la época actual se aplican:

“El principal objetivo del City Manager de aquella época, consistía en dirigir las tareas diarias, supervisar las actividades administrativas, administrar los recursos humanos y ejecutar los planes municipales. Hoy en día, los gobiernos que adoptan esta figura, asignan atribuciones con base en las necesidades de cada ciudad, el nivel de autoridad que quieran otorgarle e incluso las credenciales y profesionalización que la persona a cargo ostente, de manera tal, que incluso se han ubicado en un nivel jerárquico mayor al de otros funcionarios de gobierno.” (Aguirre, 25 de febrero de 2016, *La Serpentina*)

Los primeros experimentos sociales en donde se ejecutaba dicho cargo, obtuvieron resultados positivos y con alta aprobación en la opinión pública, por lo cual, la esencia de este personaje fue evolucionando hasta establecerse en actas constitutivas de la administración pública.

Ciudades como Dayton, en Ohio, y Sumter, en Carolina del Sur, vieron viable optar por hacer oficial el cargo. Como Aguirre menciona, el nivel de autoridad ha

variado según el contexto en el que se emplee; en México, marcó una presencia mediática importante, pues se percibía como una figura con mucho poder.

Estos antecedentes sentaron el precedente para el encumbramiento de un personaje que habría de pasar a la historia no solo como un funcionario público sino como líder de opinión en la agenda mediática. Es interesante conocer los inicios del *city manager* y la razón de su existencia; más adelante, se abordará el caso mexicano y las adaptaciones que tuvo de acuerdo al contexto social y a las herramientas con las que contaba en la época actual.

2.2. LAS REDES SOCIODIGITALES COMO TERRENO DE OPORTUNIDAD

Hasta hace unas décadas, la comunicación de los gobiernos era más limitada, pues se efectuaba a través de medios específicos; la existencia de Internet y *Periscope* abrió la posibilidad de mayor alcance e instantaneidad. La realidad ya no solo es relatada en texto ni en imágenes fijas, ahora es transmitida en vivo.

La llegada de las redes sociodigitales brindó al espectador la oportunidad de formar parte de ese ciclo de transmisión y recepción de información en el mundo digital. Los ciudadanos adquirieron la posibilidad de ser voceros de una realidad distinta a la contada por los medios de comunicación masivos, y se abrió la posibilidad de mirar un hecho desde otras aristas.

“La transformación continua de la tecnología de la información en la era digital extiende el alcance de los medios de comunicación a todos los ámbitos de la vida social en una red que es al mismo tiempo local y global, genérica y personal, en una configuración constantemente cambiante.” (Castells, 2012: 23)

En el siglo pasado, Marshall McLuhan (1991: 123) ya planteaba la idea de una sociedad donde la tecnología marcaría una nueva tendencia: “Más y más personas entrarán en el mercado de intercambio de información, perderán sus

identidades privadas en el proceso, pero surgirán con la capacidad de interconectarse con cualquier persona sobre el mundo.”

El éxito que tuvo *Periscope* en su momento no puede explicarse sin el auge de internet. Más adelante se ahondará en las funciones de esta aplicación. La revolución internauta ha ido en crecimiento en varias partes del mundo. Para lo que atañe a este estudio, se tiene conciencia de grandes movimientos sociales que han alcanzado convocatorias masivas gracias a esta herramienta que permite economizar recursos materiales.

El avance de internet en nuestros días ha generado una realidad alterna en donde existe una serie de interacciones y códigos compartidos entre los internautas, que comparten información, generan debates, cierran acuerdos y aprenden nuevas formas de relacionarse. Dentro de una sociedad red, cada componente cumple la función de nodo, que son centros donde se absorbe la información, para procesarla y enviarla a otro punto.

“La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a la eficacia de la red para lograr sus objetivos, definidos por los valores e intereses programados en las redes. No obstante, todos los nodos de la red son necesarios para el funcionamiento de la propia red, aunque las redes permiten cierta redundancia como salvaguarda para su propio funcionamiento. Cuando los nodos dejan de ser necesarios para cumplir los objetivos de las redes, éstas tienden a reconfigurarse, eliminando algunos de ellos y añadiendo otros nuevos. Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes. La red es la unidad, no el nodo. (Castells, 2009: 45)

Pueden considerarse nodos aquellas personas o instituciones que están en constante intercambio de datos y búsqueda de información, tal es el caso de los periodistas y activistas sociales. En la lista también se encuentran las agencias de noticias, las dependencias gubernamentales, y los líderes de opinión, que cuentan con un público masivo.

“Como los medios de comunicación de masas están controlados en gran medida por los gobiernos y las corporaciones, en la sociedad red la autonomía comunicativa se construye fundamentalmente en las redes de Internet y en las plataformas de comunicación inalámbrica. Las redes sociodigitales ofrecen la posibilidad de deliberar y coordinar acciones sin trabas.” (Castells, 2012: 27)

De esta forma se les visualiza como un terreno de oportunidad, donde la ciudadanía, a través de herramientas digitales puede incursionar dentro del debate y posicionar una problemática dentro de la agenda de los medios de comunicación, y posteriormente que esta tenga influencia en la agenda política. “Como observó Ceoff Mulgan (1991: 21): las redes se crean no sólo para comunicarse, sino también para posicionarse, para imponerse en la comunicación”. (Castells, 2009: 53)

2.2.1. La generación de las aplicaciones *livestreaming*

En medio de esta generación de redes sociodigitales que funcionan como una extensión de las relaciones humanas físicas, aparecen las aplicaciones digitales de tipo *streaming*, las cuales consisten en la transmisión en directo de la realidad a través de recursos principalmente visuales y sonoros.

“Stream” significa “chorro” o “flujo” y alude a la descarga de un fichero que no tiene principio ni final: el caso más claro es una transmisión en directo. (...) La cuestión es que un stream debe ser transmitido de modo que cualquiera pueda conectar con él en cualquier momento, y no sólo al principio de la transmisión. De tal forma, que la visualización de los contenidos en el cliente se da sin la necesidad de esperar la descarga completa de un fichero. (García, 2013: 286)

Al igual que un flujo de agua, el contenido que versa en directo no tiene control del mismo ni regula una cantidad de información o de recursos que van a ser expuestos. Este nuevo concepto de la era sociodigital abre la posibilidad a la realidad y naturalidad de los hechos sin que exista una manipulación de la información y en donde el contenido es impredecible.

Para poder acceder al video no es necesario descargar la información en un ordenador o equipo local, porque la información es producida al mismo instante en que es recibida. Este recurso que antes era novedoso y exclusivo de algunos medios de comunicación oficialistas, ahora está en manos del ciudadano a través de un dispositivo digital.

“También abre la posibilidad de que cualquiera exponga el comportamiento deshonesto o ilegal de los políticos, a menudo con el soporte audiovisual de YouTube u otras plataformas. Los líderes políticos han dejado de tener intimidad. Su conducta está constantemente expuesta a pequeños dispositivos de grabación digitales, como teléfonos móviles, que pueden subirse inmediatamente a Internet. En segundo lugar, cualquier noticia emitida en cualquier formato y de cualquier procedencia puede tener una difusión viral inmediata en Internet. Además, los comentarios de los bloggers y de la audiencia en general alimentan la controversia de forma instantánea, llevando el comportamiento censurable al ágora del debate público abierto y desencadenando «guerras de blogs.” (Castells, 2009: 330)

La dinámica que se forma partir de las redes sociodigitales y las plataformas de transmisión en vivo, incentivan la participación de la ciudadanía a través de sus dispositivos electrónicos. Este mismo debate genera un foco de atención y hace que los medios de comunicación estén al pendiente de las discusiones que surgen dentro del ciberespacio.

”La herramienta *live streaming* aparece entonces como la más adecuada para conectar los espacios de implicación (escenario del acontecimiento, audiencias remotas, foro de debate) en la vida del movimiento social. (...) Todo usuario puede abrir un canal y retransmitir en abierto lo que escucha y ve ante sí, mediante una tecnología de sencillo uso.” (Cruz, 2013: 36)

No es sorpresa que en los últimos años, y sobre todo a mediados de esta década, gran número de aplicaciones similares hayan surgido, y entre ellas, *Periscope*, que vino a ser parte de esa generación.

“Aunque *Periscope* ha sido la app de su tipo con más seguidores desde su lanzamiento, no es la única; *Meerkat* o *You Now*, son otras opciones para hacer lo mismo, la primera fue lanzada durante el festival de música, cine y tecnología, SXSW este 2015, mientras que la segunda ya tiene rato en el mercado, pero no había explotado como ahora.” (Chávez, 2015)

Mucho antes de los debates generados en las redes sociodigitales en torno al uso de la tecnología, existió *YouNow*, una aplicación que llamó la atención por representar un servicio de video en streaming, que ponía en contacto a los artistas con los usuarios, construyendo una interacción directa. La emisión se llevaba a

cabo por webcam y por Twitter, ofreciendo la posibilidad de búsqueda de acuerdo al tipo de contenido que los usuarios quisieran ver.

Para 2015, la aplicación YouNow, fundada por Adi Sideman, ya contaba con más de 100 millones de usuarios por todo el mundo, y alrededor de 150 mil transmisiones intercambiadas al día. El 70% de los usuarios eran jóvenes menores de 24 años.

Al poco tiempo y tras el éxito de esta nueva modalidad de comunicar los hechos, surgió *NomadCast*, una aplicación móvil para compartir videos en *streaming* de forma simultánea en Twitter y Facebook. Fue lanzada de forma gratuita para iPad y iPhone, siempre y cuando tuvieran la versión 7.0 de iOS en adelante.

Estos dos antecedentes nos enmarcan en un contexto donde surgió *Periscope*, como una aplicación que buscaba continuar con esa dinámica y que contaba con muchas características de sus antecesoras. Misma que llegaría a convertirse en la más importante en territorio mexicano, dentro de su especie.

El 27 de febrero de 2015, Ben Rubin anunció el lanzamiento en Apple Store, de su creación más importante hasta entonces, *Meerkat*, una aplicación para hacer videos en streaming directo y compartirlos en Twitter. A los 13 días ya contaba con 120 mil usuarios.

“Imagina que estás en la calle y ocurre algo que quieres compartir en Twitter. Puede ser un incendio, una puesta de sol, una rueda de prensa o que te cruces con un famoso. En vez de hacer un vídeo y después colgarlo, *Meerkat* sirve para transmitirlo en directo.” (Peinado, 2015)

La app era gratis y descargable para iPhone. También retransmitía video en vivo a través de Twitter, pero al poco tiempo, dicha red inhabilitó la posibilidad de contactar automáticamente con los seguidores al usar la aplicación. El éxito de *Meerkat* disminuyó y los usuarios dejaron de verla como opción para seguir la retransmisión de otras cuentas. (Peinado, 2015) Esa fue la oportunidad de *Periscope* para posicionarse como la *start up* del año.

En el marco de este recuento, no está de más señalar la aparición de *Hang w/*, que, aunque no tuvo tanta fama como las anteriores, forma parte de esta generación de aplicaciones a través del streaming. *Hang w/* llegó desde el año 2013, enfocada a las retransmisiones en vivo y en directo, aunque no tuvo tanto éxito. Tras su lanzamiento, estuvo disponible para Android y iPhone, a través de GooglePlay y AppStore.

Es relevante la presencia de *Periscope*, que en el lapso histórico sobre el que versa esta investigación, se posicionó como una de las aplicaciones más importantes de su generación.

En ese contexto, cabe resaltar la presencia de *Twitcasting*, surgida en el mundo oriental, que traería efectos similares y sería precedente de las mencionadas anteriormente. Esta vino a ser la competencia de antecesores como *LiveStream* o *Ustream*, que podían transmitir video desde teléfonos inteligentes y era gratuita en Google Play y en AppStore.

“Una última aplicación es *TwitCasting Live* con la que conseguimos transmitir video y audio en directo con tecnología de baja latencia (0.3 - 3.0 seg.), además de permitirnos guardar en la web nuestro material audiovisual tal como se grabó en vivo. Asimismo, podemos actualizar nuestros estados y publicaciones en Facebook y Twitter mientras realizamos la transmisión. Un dato adicional es que la gente debe suscribirse para poder observar en tiempo real nuestro trabajo”. (Quiroz, 2016:37)

Tras este recorrido por la historia de las *live streaming*, queda constatada la nueva forma de comunicar la realidad a través de los dispositivos móviles, que facilitan la interacción social. Esta generación de aplicaciones pasaría a la historia no solo por su innovación sino por la importancia social que tuvieron.

2.2.1.1. Trascendencia en lo social

Más allá de ser un recurso de entretenimiento o que logra hacer instantánea la comunicación entre los seres humanos, esta generación de aplicaciones vía *streaming* tiene una importancia social, la cual es evidenciada a partir de la tendencia generacional que marcaron.

Dichas plataformas fueron importantes en la medida que fungieron como plataformas para posicionar temas sociales en la agenda mediática y más tarde tener incidencia en la esfera política. En su desarrollo como pantalla de acceso al mundo, fueron la oportunidad para documentar fenómenos que los medios convencionales no cubrían en su agenda.

“La tecnología, desde esta perspectiva, pasa de ser entendida como antítesis de las libertades individuales a ser considerada como una aliada de la ciudadanía, que posibilita la expresión de las inquietudes y la defensa de los intereses sociales por cuanto la comunicación cibernética ha permitido que, en diversas partes del mundo, se lleven a cabo movimientos ciudadanos organizados a través de las redes sociales.” (Ayala, 2014: 24)

A lo largo del mundo varios movimientos sociales han aprovechado la tecnología y las redes sociodigitales para atraer la atención de la opinión pública y posicionar las quejas ciudadanas. Pese a que estas herramientas no han sido suficientes para generar revoluciones, su importancia es destacable por la capacidad de alcance y acceso a la información, que facilita la organización social.

Dentro de este contexto, Castells (2012: 24) identifica un fenómeno denominado “autocomunicación de masas”, donde las principales plataformas de comunicación digital son el Internet y las redes inalámbricas. Se usa el término “masas” porque son muchos los mensajes que se procesan hacia una público creciente cuya dimensión rebasa las expectativas.

“Es autocomunicación porque el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar. La autocomunicación de masas se basa en redes horizontales de comunicación interactiva que, en gran medida, los gobiernos y las empresas tienen dificultad para controlar.” (Castells, 2012: 24)

Sucesos a lo largo del mundo, tanto en nuestro continente como al otro extremo del mapa, han demostrado que las movilizaciones sociales, e incluso el cambio dentro de una sociedad puede iniciar a través de estos dispositivos tecnológicos, cuyo impacto permite posicionar un tema en los medios de comunicación y hacer que este tenga incidencia en la agenda política.

“En nuestra sociedad, el espacio público de los movimientos sociales se construye como espacio híbrido entre las redes sociales de Internet y el espacio ocupado: conectando el ciberespacio y el espacio urbano en una interacción incesante y constituyendo tecnológica y culturalmente comunidades instantáneas de prácticas transformadoras. La cuestión fundamental es que ese nuevo espacio público, el espacio digital y el urbano, es un espacio de comunicación autónoma.” (Castells, 2012: 28)

A la luz de una serie de eventos de corte internacional que se llevarían a cabo en Brasil, la población de dicho país se encontraba consternada ante la actitud del gobierno en turno para con los habitantes. La celebración del Mundial de Fútbol y de los Juegos Olímpicos, así como la visita del papa Francisco, se enmarcaron en un contexto de violencia y desigualdades sociales.

En ese auge, miles de ciudadanos inconformes salieron a las calles en símbolo de protesta. A la par, un movimiento de jóvenes autogestivos agrupados bajo el nombre de Midia Ninja, trataban de acercarse a un periodismo ciudadano, transmitiendo los hechos a través de *Twitcasting*, una aplicación de origen asiático que tendría un gran auge en Brasil, gracias a la presencia de dicho medio.

“A esa manifestación contra un aumento de las tarifas del transporte público urbano de Sao Paulo siguieron otras con las más variadas reivindicaciones, pero teniendo en común la insatisfacción con servicios públicos deficientes y con la gestión de los recursos. En casi todas ellas había algún "ninja" registrando lo que pasaba.” (iProfesional, 31 de julio de 2013)

Muchas personas sintonizaron las protestas que ocurrían en Brasil desde junio de 2013, por medio de las transmisiones del grupo Midia Ninja, con muy baja calidad fotográfica, pero una versión más cercana a la realidad que otros portales. Pronto, los periódicos y programas de televisión “tradicionales” se asombraron ante el impacto que los Ninjas estaban teniendo con sus transmisiones en vivo.

Para esa fecha, los Ninja (Narrativas Independientes, Periodismo y Acción, por sus siglas en portugués), ya contaban con más de 139 mil seguidores en

Facebook y 13 mil en Twitter. Sus *streamings* alcanzaban a más de 100 mil personas en tiempo real.

Los sucesos del verano 2013, aunados a la serie de manifestaciones reprimidas y los ataques por parte de la autoridad hacia los ciudadanos, fueron documentados por medio de un dispositivo móvil. Esto demostró la incidencia que podían tener los ciudadanos a través de las aplicaciones *livestreaming* para posicionar un tema dentro de la agenda-setting.

“En el mejor de los casos, los ninjas van a las manifestaciones con un carrito de la compra cargado de ordenadores, baterías, cámaras fotográficas y móviles. En el peor de los escenarios, cuando los enfrentamientos con la policía marcan la protesta como ocurre habitualmente en Río de Janeiro, el equipamiento se limita a un móvil de última generación que les permita grabar y retransmitir en directo a través de un software como twitcasting.” (Martín, 2013)

La simpatía por el movimiento ciudadano que estaba comunicando los hechos en su realidad, hizo que varios brasileños se dieran cuenta de que ellos también podrían ser portavoces de las quejas de sus compatriotas. Eso aumentó la cobertura de Midia Ninja, cuyo equipo de trabajo no se daba abasto y que no

Como se mencionó anteriormente, la Comunicación Política tiene la tarea – entre muchas otras – de generar un vínculo entre un gobierno y su población, por medio de instrumentos pioneros en su tiempo. La tecnología, uno de sus principales aliados, viene a ofrecer mayor accesibilidad y alternativas, no solo para la población, sino también para los gobernantes, que a modo de propaganda, lo ven como un medio para ahorrar en recursos económicos y mantener el control de una población.

“Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.” (Scolari, 2018: 114)

Es por ello que, dentro de la dinámica de apertura e intercambio de información instantánea facilitada por las redes sociodigitales, las y los ciudadanos emitieron una serie de mensajes en plataformas de fácil acceso, encarnando una inconformidad generalizada que persistía en la población que les rodeaba.

Por su parte, varios gobiernos del mundo vieron una clara oportunidad para utilizar este intento de “periodismo ciudadano” que estaba dando la vuelta al mundo, como un instrumento a su favor. *Twitcasting*, *Periscope* y otras aplicaciones se posicionaron como herramientas de la comunicación política.

Y antes de pasar al caso que atañe a esta investigación, cabe destacar un pequeño antecedente, para demostrar que, no solo en México, sino en otros puntos del mapa, consideraron usar *Periscope* al servicio del gobierno.

“La policía local de Bangalore, el Silicon Valley indio, está animando a los ciudadanos a retransmitir en directo la escena de un delito a través de estas apps, para facilitar la tarea de detención de los malhechores.” (Portaltic, 2015)

El texto anterior se leía en el marco de la prensa escrita durante el verano de 2015, años después de la serie de manifestaciones ocurridas en Brasil. Por el mundo se difundió la noticia de que en la India, querían realizar un experimento social a través de *Periscope*; idea adjudicada al jefe de policía MN Reddi.

“Las fuerzas de seguridad de la localidad de Bangalore, en India, quieren aprovechar la popularidad del servicio de *streaming* para fomentar la implicación de los residentes en la lucha contra el crimen. Los oficiales de policía están instando a los ciudadanos a grabar y retransmitir en directo a través de sus móviles cualquier delito o actividad ilícita con la que se encuentren por la calle, para así alertar a las salas de control de la policía en tiempo real (...) En palabras de uno de los oficiales, se trata de “crear una cámara de vigilancia en directo en el bolsillo de todos”. Queda esperar para comprobar si se trata de una forma eficaz de frenar la delincuencia, o de convertir a los ciudadanos en drones de vigilancia al servicio del Estado. (Portaltic, 2015)

Tras la ola de rumores, el gobierno decidió no implementar esta idea, por lo cual, solo quedó en un posible intento. Sin embargo, no sería en vano, pues serviría de motivación para llevarlo a cabo en otras partes del mundo.

Movimientos sociales que pertenecen a la misma generación, como el #YoSoy132, el Occupy Wallstreet, el #15M en España, e incluso la Primavera Árabe, lograron su crecimiento gracias al uso de las redes sociodigitales y al manejo que tenían los jóvenes sobre las mismas, como herramientas accesibles.

“La Primavera Árabe de 2011 no puede entenderse sin las redes sociales. Fueron estas las que catapultaron a un movimiento de libertades ampliamente anhelado en países como Egipto, Libia, Siria y Túnez. Que hoy están quizás peor que antes es otra historia, pero al menos se dieron la oportunidad de cambiar el *status quo* con tales herramientas. Y conste que en ese año *Periscope* no existía.” (Villasana, 2016)

En los últimos años, a lo largo del mundo han transcurrido una serie de movimientos donde se manifiesta no sólo la capacidad organizativa de sus integrantes sino que deja en claro la utilización de las nuevas tecnologías para su organización y alcance masivo. Hay casos como Brasil, México, Franja de Gaza y Hong Kong, en donde las plataformas de interacción social tecnológica fueron fundamentales para la comunicación y visibilización de las demandas.

“Una de las características de los movimientos red que se han sucedido desde 2011, es el de la articulación de tres elementos claves: el uso de internet, la calle y el uso y la re-inención del locus.(...) Es la articulación de estos elementos lo que aumenta o, disminuye la posibilidad de lo que llamo “producir presencia”, que entiendo como el conjunto de procesos, dispositivos y estrategias simbólicas, desplegadas por el movimiento en el espacio público, a través de los cuales genera contenidos, discusión, visibilidad y “obliga” a los medios de comunicación convencionales a modificar la agenda pública”. (Reguillo: 10)

Cabe resaltar el papel de las redes sociodigitales dentro de estos movimientos sociales emergentes como herramientas de comunicación ciudadana, ya sea por su poder de convocatoria o por la influencia que ejercen dentro de la opinión pública, posicionando temas prioritarios y destacando su importancia.

2.2.2. *Periscope*, la herramienta de comunicación ciudadana

Periscope fue una aplicación de tipo *Live streaming*, que permitía a los dueños de un dispositivo móvil realizar una transmisión de video directo, para sus seguidores, los cuales podían unirse al instante y hacer comentarios; en ocasiones

hasta ser partícipes de una discusión. El contenido se iba construyendo en el momento y su duración no exigía un tiempo determinado, ese se conforma a partir de los sucesos captados.

“Esta aplicación permite seguir la transmisión vía un navegador web o por la propia red social, a la vez que posibilita el control de privacidad ya que los usuarios pueden optar por dejar su video como público o solamente disponible para algunos contactos. Al culminar el video los usuarios que no lo observaron en directo tienen hasta 24 horas para poder apreciarlo ya que el material queda registrado en la aplicación durante ese lapso; asimismo, podemos emplear la función de «ubicación» para colocar una etiqueta geográfica la cual permite descubrir contenido de acuerdo al área en que el video fue producido.” (Quiroz, 2016:37)

Se trató de una de las primeras aplicaciones que transmitían en directo, sin restricciones que ponían muchos medios de comunicación. Ofrecía una información desde una perspectiva ciudadana, sin filtros ni censura. Antes de su lanzamiento (2015), ya había sido comprada por Twitter y podía descargarse en Apple Store y Google Play para dispositivos iPhone, meses después también fue accesible para Android.

La palabra *Periscope* significa en español “periscopio”, que hace referencia a un instrumento muy popular en la Primera Guerra Mundial, usado para observar las trincheras desde una posición oculta. Es frecuentemente empleado en los submarinos para poder ver encima de la superficie; el invento de la estadounidense Sarah Mather pronto se convirtió en un recurso de espionaje:

“La naturaleza de mi invención consiste en la construcción de un tubo con una lámpara unida a un extremo del mismo que puede ser hundido en el agua para iluminar objetos con el mismo, y un telescopio para ver dichos objetos y hacer exámenes bajo el agua...”. Así comenzaba la presentación de su patente Sarah Mather. Era el 16 de abril de 1845 y esta mujer había inventado el periscopio submarino. (Gulis, 25 de octubre de 2017, *Ciencia para llevar*)

En sus inicios, el periscopio fue creado con la finalidad de ser instrumento de trabajo, como un objeto de medición. Durante su existencia, *Periscope* pudo ser considerado instrumento, al medir el alcance de un video, sin embargo, en lo que respecta a esta tesis, se analiza desde la perspectiva de herramienta, que facilitó una estrategia de comunicación política.

“La llegada de *Periscope* fue sólo cuestión de tiempo, desde entonces ha servido como un canal de información entre periodistas, como una forma de contacto con celebridades y hasta una manera de comunicación de parte de gobiernos e instituciones en todo el mundo.” (Iturriaga, 2018)

Nació en 2013, después de que Kayvon Beykpour dejó su trabajo en una empresa de tecnología y decidió viajar por varios países, entre ellos Estambul, en una época de protestas sociales en contra del gobierno; para conocer una versión objetiva y real de las personas involucradas en las manifestaciones.

“Días antes de viajar a Turquía, estallaron las primeras protestas y manifestaciones en la plaza Taksim, a pocos metros del hotel que había reservado. Buscó información sobre lo que estaba sucediendo en Twitter, buscó canales de televisión internacionales, pero lo único que encontró, según relata *Wired*, fueron las imágenes más duras y sensacionalistas de lo que estaba ocurriendo en el país. Ni los medios tradicionales ni los más nuevos le dieron la respuesta: ¿Qué estaba pasando a pocos metros de su hotel? ¿Por qué si en esa plaza había personas con teléfonos con conexión a internet nadie lo estaba contando en directo?” (El País, 31 de marzo de 2015)

Tras las protestas en el parque Taksim Gezi, que provocaron una fuerte represión policial del gobierno de Recep Tayyip Erdogan, pensó que todo sería más fácil si el pueblo tuviera a su alcance dispositivos móviles que le permitieran transmitir en vivo (El País, 2015). Así surgió la idea que al poco tiempo, a su regreso a Estados Unidos, materializaría junto a su amigo Joe Bernstein.

Beykpour fue estudiante de la Universidad de Stanford, misma institución de la que egresaron los creadores de Yahoo, Instagram, Snapchat, Google y Hewlett-Packard. El joven trabajó en empresas como Autodesk y Apple, donde desarrolló una plataforma de diseño de aplicaciones conocida como Terriblyclever Design. (García, 2016) Años más tarde, realizó el viaje que marcaría su vida, pues su estancia en Estambul lo inspiraría para emprender su máxima creación: *Periscope*.

La aplicación comenzó a operar en febrero de 2014 bajo el nombre de *Bounty* y tiempo después Twitter adquirió los derechos de la misma. Salió al mercado en marzo de 2015 para iPhone, en App Store, y el 26 de mayo de 2015 fue disponible

para Android, a través de Google Play Store (García, 2016) .Al ser una aplicación que ofrecía mayor instantaneidad de las noticias, alcanzó una cobertura mundial impresionante.

“Fue el 26 de marzo de 2015 cuando se lanzó oficialmente la aplicación de *Periscope*, se proyectó como un apoyo a Twitter en el que se podían compartir contenidos de video en vivo, ya sea a los mismos seguidores de la cuenta o a usuarios privados, el mundo de las fotos y las letras daba un paso de costado para ese nuevo universo, uno con millones de personas que ya esperaban el siguiente paso en la evolución de las redes sociales.” (Iturriaga, 2018)

Tras el alcance que tuvo *Periscope* en Twitter, a finales de ese mismo año, Facebook lanzó su competencia directa incorporando en la barra de Inicio la opción de transmisiones en directo: Facebook Live. Estuvo disponible para Apple desde diciembre y desde febrero del siguiente año lo estuvo para Android, siendo utilizado por varias celebridades, aunque sin poder alcanzar la popularidad de la primera. Era complicado competir contra el éxito de *Periscope*, que había tenido un gran impacto y fue comprada por Twitter incluso antes de su lanzamiento:

“Sus inicios fueron arrolladores, con más de 10 millones de usuarios inscritos en sus primeros cuatro meses de existencia y eso que en un principio solo estaba disponible para dispositivos iPhone, aunque un mes después ya fue apto para el sistema Android. Semanas antes de la aparición de *Periscope* salió a la luz *Meerkat*, una aplicación de videos en streaming que comenzó muy fuerte (2 millones de usuarios en mayo de 2015), pero que con el paso del tiempo quedó a la sombra de la adquisición de Twitter, la cual siguió creciendo.” (Jiménez, 2016, en Albacar, 2017: 136)

El alcance que tuvo esta aplicación hizo que se posicionara como la de mayor éxito entre las de su generación. Anteriormente se habló del poder de Internet y las redes sociodigitales, como espacios de confrontación y socialización de datos; para lo cual *Periscope* representa un claro ejemplo, debido al impacto que tuvo a nivel mundial.

Eso explica que se le haya considerado una herramienta de la comunicación política para su tiempo, por facilitar el intercambio de mensajes en tiempo real. Y el impacto que tuvo se entiende a partir del crecimiento que experimentó, al volverse la app de moda en 2016, siendo una plataforma más atractiva para quien quisiera hacer uso estratégico de este medio de comunicación.

A finales de 2020, Twitter anunció el cierre de *Periscope*, quedando fuera de disponibilidad para marzo de ese año, justo seis años después de haber sido adquirida por dicha red social. Esto, luego de la aparición de nuevas plataformas que llamaron la atención de los internautas.

2.3. APLICACIÓN DEL CONCEPTO AL MODELO MEXICANO

Después de que las nuevas aplicaciones para dispositivos móviles y el auge de las redes sociodigitales favorecieran el crecimiento de la participación social y el posicionamiento de las demandas ciudadanas, ese fenómeno también se vivió en nuestro país.

En México, sobre todo durante la última década, el poder de las redes sociodigitales y de Internet facilitó la organización de varios movimientos sociales y ayudó a difundir información distinta a la oficialista. Desde el ámbito gubernamental, se aprovecharon estas plataformas y se vio a varios políticos hacer uso de estas herramientas para promocionar su imagen.

El caso mexicano es peculiar, ya que la relación entre *Periscope* y el *city manager*, favoreció el crecimiento y la exposición mediática de los mismos. La existencia de *Periscope*, como parte de la generación de aplicaciones *livestreaming* otorgó reflectores al *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo, y de igual forma, la labor de Arne Aus den Ruthen ayudó a popularizar el uso de *Periscope* como herramienta de comunicación.

Antes de ahondar en este caso específico, es pertinente retomar el contexto histórico en torno a la llegada de *Periscope* a territorio mexicano y el crecimiento que experimentó gradualmente. Asimismo, exponer la experiencia del *city manager* en México, con base en los antecesores de Arne Aus den Ruthen Haag.

2.3.1. La llegada de *Periscope* a México y su papel en la comunicación política

Desde sus inicios, el uso de estas plataformas y específicamente de *Periscope* ya suponía su función como una herramienta de la comunicación política, más allá de un simple recurso lúdico. Tras el éxito que tuvieron aplicaciones similares en algunas ciudades, varios gobiernos y figuras públicas voltearon a ver una ventana de oportunidad para promoción personal y legitimación.

Periscope, estrenada en Twitter el 26 de marzo de 2015, llegó a México en el marco de las elecciones intermedias, donde se renovaban cargos de elección popular como diputados federales, diputados locales y alcaldías en 17 entidades del país, así como nueve gubernaturas (Baja California Sur, Campeche, Colima, Guerrero, Michoacán, Nuevo León, Querétaro y Sonora).

En esas elecciones, el estado de Nuevo León era considerado “la joya de la corona”, debido a su importancia en la economía nacional y ser una de las siete entidades con mayor padrón electoral en la República Mexicana. Ante una elección que se anunciaba como “cerrada”, con cierta ventaja para la candidata del PRI, aparecería un personaje peculiar a través de una campaña distinta, haciendo uso de herramientas novedosas, que vendrían a cambiar el pronóstico electoral.

“La nueva aplicación se hizo popular en México luego de que se conociera que en la campaña de Jaime Rodríguez Calderón ‘El Bronco’, a la gubernatura de Nuevo León, se utilizó como herramienta para transmitir los eventos y mítines en vivo y en directo a los celulares de sus seguidores.” (Martínez, 2015)

El político logró posicionarse entre los jóvenes por medio de su aparición en las redes sociodigitales, impulsándose a través de una aplicación novedosa que llamaría la atención de muchos otros candidatos en el país. Mientras sus competidores se refugiaban a la sombra de la prensa escrita o de la publicidad pagada en redes, el empresario Jaime Rodríguez se mostraba en tiempo real, de manera más transparente.

No tardó mucho para que otras figuras del medio de la política hicieran uso de los mismos medios para compartir sus actividades con la audiencia, estableciendo una nueva forma de interacción, más fresca y espontánea.

Además de Jaime Rodríguez y del entonces presidente Enrique Peña Nieto, otras figuras de la política nacional comenzaron a unirse a estas tendencias, tales como Javier Lozano, Eruviel Ávila y Mariana Gómez del Campo, así como Rosario Robles y Enrique de la Madrid, para transmitir sesiones y eventos en vivo.

No obstante, el uso de estas plataformas para ganar “popularidad” podría resultar peligroso, sobre todo si no se miden sus alcances. No hay que olvidar que aunque internet sea un espacio público y una red descentralizada a la cual se tiene acceso como receptor pero también como emisor, existen limitantes que ponen trabas a la “libertad de expresión”.

El derecho a la privacidad persiste hasta cierto punto, y en la era de internet y las telecomunicaciones ha salido a debate el uso responsable de estos espacios públicos. No solo es *Periscope*, sino que algunos de sus antecesores (ya sea literatura, cine, aplicaciones o programas de televisión) vaticinaban lo que estaba por venir.

En la segunda mitad de 2015, el columnista Héctor Pérez García, fue uno de los primeros en anunciar el desastre que se avecinaba, y los conflictos que el uso desmedido de *Periscope* podría generar. La vida privada estaba a punto de ser amenazada, bajo la premisa de “la libertad de expresión”.

“A la aplicación Periscope, extensión de Twitter y sus competidores y/o remedos, nadie los podrá parar. Facebook ya avisa que está desarrollando una aplicación similar. Si estaba usted cansado o emocionado por los efectos que las redes sociales tienen en nuestra vida cotidiana, pues le anticipo que eso no es ni ha sido, ni la mitad de lo que va a pasar”. (Pérez, 2015)

Así como las redes sociodigitales en su momento habrían sido aliadas de la humanidad para facilitar actividades cotidianas y específicamente de comunicación, también se convertiría en una plataforma de exhibición con un alcance considerable.

2.3.2. El *city manager*: un nuevo modelo administrativo para México

Luego de la experiencia obtenida en grandes ciudades como McKinney (EU), Valdivia (Chile) y Toronto (Canadá), y tras colocarse como un personaje muy popular en distintas partes del mundo, el *city manager* llegó por primera vez a nuestro país en el año 2001. Sin embargo, su implementación ya había sido discutida en Nuevo León en 1994, sin obtener el éxito esperado.

“En aquel año, la fracción parlamentaria del PAN en el Congreso de Nuevo León manifestó públicamente su interés por presentar una iniciativa de reforma a la Ley Orgánica de la Administración Municipal para introducir la figura del administrador o gerente municipal. La figura no fue incluida en el marco legal ni tampoco los gobiernos municipales la incluyeron por su cuenta.” (Aguirre, 25 de febrero de 2016, *La Serpentina*)

“El municipio de Tijuana, Baja California, fue el primer lugar donde se ejerció el cargo de Administrador Municipal (*city manager*), por Raúl Leggs Vázquez, durante el gobierno de José de Jesús González Reyes.” (NNC, 2016)

Más tarde, estados como Coahuila y Jalisco, fueron sedes de coloquios en la materia y debates en torno a la creación del “gerente municipal”. Dentro de la capital del país, fue en delegación Miguel Hidalgo donde se adoptó esa idea, durante la administración del panista José Fernando Aboitiz Saro (2004-2006), como una alternativa para mejorar el contacto ciudadano y el orden.

Dicha medida no se adoptaría en las administraciones siguientes de la demarcación. Fue hasta el gobierno de Xóchitl Gálvez, en el año 2015, cuando volvió a haber un *city manager* en la Miguel Hidalgo, con el título de Director General de Administración Delegacional, en manos de Arne Aus den Ruthen Haag. Sin embargo, la administración de Fernando Aboitiz marcaría el precedente para discutir la pertinencia de este cargo oficial.

“En 2006, la tendencia avanzaría en otras regiones de la zona metropolitana; el gerente municipal operaría de manera similar y con facultades locales en Texcoco, al nororiente del Estado de México.” (NNC, 2016)

Años más tarde se haría el experimento en algunos municipios de Oaxaca, como un cargo en la administración pública que tenía las facultades de un coordinador municipal, con la finalidad de impulsar la continuidad de proyectos en transición de gobiernos.

“La figura del administrador municipal existió en la Ley Municipal para el Estado de Oaxaca, el ejecutivo estatal tenía la facultad para nombrarlo, como una autoridad provisional en casos de suspensión del ayuntamiento (Artículo 87) (Chávez y Villasana, 2007). En la actual Ley Orgánica municipal se hace referencia a la figura de un encargado de la administración municipal (Artículo 40).” (Cordero, 2012)

2.3.2.1. El regreso del *city manager* a la Miguel Hidalgo

Como parte de los cambios administrativos tras la llegada de la panista Xóchitl Gálvez en 2015 al mando de la delegación Miguel Hidalgo, en la Ciudad de México, se retomaría el cargo de Director General de Administración Delegacional (*city manager*) dentro de la demarcación.

La hidalguense nombró como titular del cargo a Arne Aus den Ruthen Haag, quien meses atrás fue su contrincante en las elecciones para dicha jefatura delegacional, por la vía independiente.

En concreto, la labor de Arne sería, a través de recorridos por las calles y avenidas de la demarcación, verificar el cumplimiento íntegro de la ley, específicamente de normativas civiles, como la Ley de Cultura Cívica o el Reglamento de Tránsito, y en su defecto, remitir a los infractores al Juez Cívico.

A diferencia de sus antecesores en México, este *city manager* usaría una herramienta novedosa para realizar su trabajo de una forma más transparente y real, con la posibilidad de acercarse a la población: *Periscope*, una auténtica herramienta de comunicación política que cargaría en un dispositivo móvil.

Arne aceptó el trabajo con la condición de no responder llamadas telefónicas (Gamés, 2016) y de poder despedir a quienes no cumplieran con su labor,

independientemente de si estos eran recomendados. Su trabajo sería realizado de lunes a viernes, por lo cual, los fines de semana los vecinos de la Miguel Hidalgo “descansarían” del *Periscope*.

“Los reportes que atiende el City Manager de Miguel Hidalgo no sólo llegan a través de redes sociales, sino también en el Centro de Servicios y Atención Ciudadana (Cesac) donde se hacen ciudadanos hacen peticiones como podas de árboles, destape de coladeras, que se retire cascajo, se les da un número de folio y Arne debe darle seguimiento. De esta manera se concentraron cinco direcciones generales y coordinaciones en la de City Manager o de Administración Delegacional: Servicios Urbanos, Obras Públicas, Protección Civil, Desarrollo Social y Seguridad Ciudadana.” (Zamarrón, 17 de diciembre de 2015, *Publmetro*)

A partir del viernes 4 de marzo de 2016, las actividades de observancia quedaron certificadas en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, de manera formal. El decreto fue publicado el 3 de marzo, en el cual se le atribuían dos facultades específicas:

“ 1)Vigilar la observancia de las leyes, reglamentos, decretos, acuerdos, circulares y demás disposiciones jurídicas y administrativas que tengan efecto en las vías públicas de la demarcación, dentro del ámbito de su competencia, 2)Suscribir los documentos relativos al ejercicio de sus atribuciones, así como celebrar, otorgar y suscribir los contratos, convenios y demás actos jurídicos de carácter administrativo o de cualquier otra índole dentro del ámbito de su competencia, necesarios para el ejercicio de sus funciones.” (Rebolledo, *El Economista*, 4 de marzo de 2016)

El regreso de Arne a la vida pública no pudo haber sido de otra manera. Después de diez años de ausencia, la tecnología había avanzado a pasos agigantados, con ella la emergencia de nuevos medios y plataformas de comunicación. También la ciudadanía cambió; el uso de las redes sociodigitales y de los dispositivos móviles aumentó, obligando a los políticos contemporáneos a incursionar en ese nuevo territorio.

Como se mencionó anteriormente, la tecnología marcó referentes y sucesos en el mundo, a partir de la participación ciudadana; era de esperarse que esta nueva versión de *city manager* regresara equipada con las herramientas digitales de la

época. Históricamente los gobiernos han tenido que adaptarse a los escenarios de interacción para comunicarse con el pueblo y esta no podía ser la excepción.

El nuevo *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo regresaría a la vida pública usando una herramienta que se posicionaría mediáticamente y se convertiría en el centro de muchos debates. El papel que jugó *Periscope* fue el de la plataforma para que en los medios de comunicación se hablar del trabajo de este funcionario; y también a través de esta aplicación se exhibieron los video-operativos que fueron cuestionados al grado de incidir en la agenda política.

Finalmente, el ciberespacio refrendó su lugar como un terreno que acogía el espacio público y fomentaba el debate y la participación ciudadana.

2.4. DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Para que una medida pública cobre sentido es necesario saber ejecutarla en el momento y lugar indicados. El uso de *Periscope* por parte de un funcionario público para documentar su trabajo, no hubiese sido recibido de igual forma en otra ciudad. Por lo cual, antes de ahondar en el caso, es importante señalar algunas características de la población de la demarcación Miguel Hidalgo, al poniente de la Ciudad de México.

Es importante hablar de un perfil sociodemográfico respecto al territorio que se va a estudiar, pues esto nos arrojaría una serie de datos que explicarían el contexto de la sociedad que recibe las políticas públicas. Conocer el acceso a los servicios y sobre todo a la tecnología e Internet, ya que sobre eso versa la presente investigación.

Asimismo, es primordial entender la importancia política y económica de la demarcación, para determinar la influencia mediática que puede tener a nivel local y nacional, y si un experimento llevado a cabo en ese espacio pudiera hacer eco y ser replicado en otros gobiernos.

En lo que respecta a esta investigación, se hablará de la situación del territorio cuando todavía era reconocido como delegación, antes de que la primera Constitución Política de la Ciudad de México, convirtiera las 16 delegaciones de la capital en alcaldías. Específicamente, de los datos arrojados durante la administración de Xóchitl Gálvez.

“La Delegación Miguel Hidalgo es una demarcación de grandes contrastes. Está dividida en 81 colonias divididas en 5 zonas: al norte habitacional de densidad media, entre Azcapotzalco y Río San Joaquín, con una zona muy importante de equipamiento; la zona media en donde los últimos años se ha generado un importante crecimiento urbano; al sur de ésta, una franja con declaratorias de Programas Parciales. Otra zona es la que comprende las 3 secciones del Bosque de Chapultepec y el Panteón Civil de Dolores.” (Programa Delegacional Miguel Hidalgo 2016-2018, p. 17)

Pese a la diferencia social que existe entre sus colonias, la delegación es conocida como uno de los territorios donde se concentra una gran cantidad de empleos y existe una fuerte presencia política, en lo que a instituciones respecta.

“Cifras del Censo Económico 2014 INEGI señalaron que en Miguel Hidalgo se origina más del 22 por ciento de la Producción Bruta Total que genera el D.F., también que concentra el 15 por ciento del personal ocupado de la ciudad; además se ubica la Residencia Oficial de Los Pinos, hogar del Presidente de la República y sitio de diversos actos oficiales. Asimismo, las empresas dedicadas a la prestación de servicios avanzados que se vinculan a la economía global se localizan en territorio de Miguel Hidalgo.” (Programa Delegacional Miguel Hidalgo 2016-2018, p. 21)

Los siguientes cuadros fueron tomados de la Encuesta Intercensal, realizada por el Consejo de Evaluación del Desarrollo Social, en la Ciudad de México. En el primero de estos (Figura 2.1), se hace una comparación con el Censo de Población y Vivienda 2010, donde se expone la población total de la demarcación:



Cuadro 1. Comparativo de Variables Seleccionadas Censo de Población y Vivienda 2010 y la Encuesta Intercensal 2015 (1/4)

Dimensión/Variable	Valores absolutos		Participación porcentual		Contribución con respecto a la CDMX		T.C.M. ¹
	2015	2010	2015	2010	2015	2010	
1. Población							
Población Total	364,439	372,889	100.0%	100.0%	4.1%	4.2%	-0.5%
Población masculina	167,085	172,667	45.8%	46.3%	3.9%	4.1%	-0.7%
Población femenina	197,354	200,222	54.2%	53.7%	4.2%	4.3%	-0.3%
Población de 60 años y más	62,001	50,539	17.0%	13.6%	4.9%	5.0%	4.1%
Población masculina de 60 años y más	25,525	20,086	41.2%	39.7%	4.7%	4.7%	4.8%
Población femenina de 60 años y más	36,476	30,453	58.8%	60.3%	5.0%	5.2%	3.6%
Población de niños (0 a 14 años) ^a	58,930	64,574	16.2%	17.3%	3.3%	3.3%	-1.8%
Población de jóvenes y adultos (15 a 64 años)	261,295	249,056	71.7%	66.8%	4.2%	4.1%	1.0%
Población de adultos mayores (más de 64 años)	43,748	36,057	12.0%	9.7%	5.0%	5.2%	3.9%
2. Educación							
Población de 6 a 14 años	35,763	38,799	100.0%	100.0%	3.2%	3.3%	-1.6%
Población de 6 a 14 años que sabe leer y escribir	31,558	34,879	88.2%	89.9%	3.2%	3.3%	-2.0%
Población de 6 a 14 años que asiste a la escuela	34,835	37,507	97.4%	96.7%	3.2%	3.3%	-1.5%
Población de 15 años y más	305,043	285,113	100.0%	100.0%	4.3%	4.2%	1.4%
Población de 15 años y más alfabeta	301,944	279,069	99.0%	97.9%	4.3%	4.3%	1.6%
Población de 15 años y más sin instrucción	2,124	3,421	0.7%	1.2%	2.0%	2.4%	-9.5%
Población de 15 años y más con instrucción posprimaria	280,565	241,059	92.0%	84.5%	4.6%	4.6%	3.0%
Grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más	13.0	11.90	n.a.	na	n.a.	na	1.7%

Figura 2.1. (Encuesta Intercensal, 2015: 11)

“La población total de la Delegación es de 364 mil 439 y como se observa en la Gráfica 1 ésta presenta un comportamiento muy marcado en el patrón de crecimiento, reducido en la base y achatándose en la parte superior, situación contrastante con la dinámica del promedio de crecimiento en la Ciudad de México y sobre todo con la dinámica presentada a nivel nacional. Así, el grueso de su población se ubica en los rangos de 20 a 44 años con una base muy angosta e incrementos progresivos en los intervalos de la población adulta y adulta mayor.” (Encuesta Intercensal, 2015: 11)

Los datos señalados anteriormente nos hablan de un sector generacional que es dominante en la población de esa fecha: los jóvenes. De ahí podríamos explicar la decisión de hacer uso de la tecnología para actividades oficiales y la difusión de las redes sociodigitales, ya que el público al que va dirigido el mensaje se ubica entre ese rango de edad, quienes más emplean estos espacios.

La segunda imagen nos presenta el nivel socioeconómico de la Miguel Hidalgo, considerada en ese tiempo una de las delegaciones con mejor calidad de vida, compitiendo con Benito Juárez y Coyoacán. De las 127 mil 922 viviendas

habitadas que se registraron, 94 mil 552 disponían de una computadora, lo que representa el 73.91%, es decir, casi tres cuartas partes de la población.

Estos datos nos hacen deducir que, gran parte de los hogares que cuentan con computadora tienen posibilidades de acceder a la red de internet. Además, el cuadro demuestra que la gran mayoría de los habitantes de dicha delegación tienen acceso a servicios como energía eléctrica. El conocimiento de estas estadísticas nos abre un panorama respecto a la situación de la población miguelhidalguense en la época que refiere este estudio; es necesario conocer las cifras presentadas para explicar el experimento social que representó el *Periscope*.

“La delegación Miguel Hidalgo aporta el 22% del Producto Interior Bruto de la gigantesca capital de México y un 3% al total del país, por encima de Estados como Aguascalientes, Baja California Sur o Durango. Un monstruo que incluye desde zonas de dinero al estilo de Las Lomas hasta focos más marginales como Tacubaya.” (Carabaña, 21 de abril de 2016, *Yorokobu*)

Además de los datos con los que contaba la nueva delegada, Xóchitl Gálvez, es importante hacer hincapié en que se trataba de un territorio que Arne ya conocía y que gobernó por tres años, aunado a los recorridos realizados durante su periodo como diputado local. Sabía de las posibilidades de acceso a la información al internet, así como del poder adquisitivo promedio para contar con dispositivos móviles y/o de escritorio.

2.4.1. De las buenas intenciones... (Plan delegacional 2016-2018)

Para contextualizar un poco respecto a las posibles razones de Xóchitl Gálvez y su equipo de trabajo, en torno a la decisión de implementar el uso de *Periscope* como herramienta de comunicación política para documentar los operativos del *city manager* en la Miguel Hidalgo, retomamos algunos puntos del Programa Delegacional Miguel Hidalgo 2016-2018, mismo que fue presentado al inicio de su administración.

En dicho documento se hace mención de los principales retos con los que se enfrentaría el gobierno de Gálvez, con base en las condiciones en que recibieron la demarcación. Una vez que se han identificado estos puntos, se realiza una propuesta para mejorar la calidad de vida de los miguelhidalguenses e impulsar el cambio social de acuerdo a cada rubro señalado.

Entre los temas se encuentran aquellos relacionados a la recuperación del espacio público y la protección de algunas zonas vulnerables o descuidadas, así como la reestructuración del orden en la vía pública, a partir de nuevas herramientas e instrumentos aplicados a la gobernanza.

Dentro del Plan delegacional, es importante destacar el reto número 7: “Rescatar el espacio público y los equipamientos educativos, sociales y culturales para la cohesión social”. (Programa Delegacional MH 2016-2018: 38)

El enunciado podría sonar motivante, sobre todo si tomamos en cuenta lo mencionado en el primer capítulo de esta tesis, en torno a la idea del espacio público como el escenario de discusión constante y el intercambio de opiniones a través de la participación de varios sectores de la población. Sin embargo, cuando habla de la solución al reto, el punto resulta ser más sencillo de lo que se pensara:

“Generar una cultura ciudadana de aceptación de la convivencia vecinal armónica que debe existir entre el entorno natural, los animales y las personas. Realizar campañas para el respeto, cuidado y adopción de los espacios públicos mediante reglas claras de participación social.” (Programa Delegacional MH 2016-2018: 38)

El espacio público del que habla Xóchitl Gálvez es el relacionado a lo tangible, lo físico, el lugar donde las personas transitan; su concepción está lejos del espacio de debate e interlocución, aunque la aplicación de *Periscope* sí vino a reforzarlo. Sin embargo, el alcance de la cultura de convivencia vecinal armónica es cuestionable; más adelante veremos cómo los operativos del *city manager* transmitidos en vivo generaron riñas y violencia en las calles, lejos de una aceptación popular esperada.

Para complementar la idea, en el documento se enuncia el Reto número 8 de la administración: “Privilegiar un enfoque preventivo a través de la ‘fuerza urbana’, antes que uno correctivo para proporcionar servicios públicos innovadores y con valor.” (Programa Delegacional MH 2016-2018: 40)

Comparando lo escrito con los hechos, esto podría resultar una paradoja, ya que, con base en esta investigación, pareciera que lo preventivo quedo en segundo plano para pasar directamente a lo correctivo, al utilizar el *Periscope* como un medio de chantaje para que la población dejara de infringir la ley.

La percepción ciudadana en torno al uso de *Periscope* en la delegación Miguel Hidalgo dejó en claro el rechazo generalizado hacia estas medidas, que exhibían a los infractores en Internet, a modo de correctivo. Asimismo, existieron muchas quejas debido a la atención que se dedicaba a estos operativos como si se tratara de un ataque a los vecinos, en lugar de velar por su protección e integridad.

Es importante detallar el desarrollo de este punto, según el documento mencionado:

“Realizar acciones de mantenimiento preventivo para asegurar la calidad de los servicios y dotarlos de forma eficiente y menos costosa a través de la ‘Fuerza Urbana’ integrada por especialistas que hacen recorridos diarios por todas las colonias realizando las reparaciones que competen a la delegación.” (Programa Delegacional MH 2016-2018: 40)

Aunado a eso, desde el arranque de su campaña a la jefatura delegacional, Gálvez constantemente hizo hincapié en la importancia de un sistema georreferenciado, que permitiera tener un mayor control y conocimiento de cada vivienda, así como de las actividades económicas de sus habitantes.

La funcionaria informó que adicionalmente se visitarán pequeños negocios, a fin de regularizarlos, además de que verificarán los puestos de comercio informal con el objetivo de revisar los permisos necesarios. (*Notimex*, 5 de noviembre de 2015)

Es aquí donde la nueva jefa delegacional, Xóchitl Gálvez, deja entrever las primera señales de la necesidad de un *city manager* – o figura similar bajo el

nombre correspondiente –, pues describe la labor de esta figura que fungió en otros gobiernos y dio buenos resultados. Meses más tarde, el combate el ambulante ocasionaría varios problemas entre funcionarios y ciudadanos, sobre todo a la hora en que Arne realizaba operativos en torno al tema.

Para finalizar, cabe ahondar en este punto, donde se desglosan alguna de las actividades a realizar por parte de la administración. Se recomienda poner especial atención a la primera oración, pues más adelante esta pequeña acción marcaría el inicio de un escándalo mediático y de un debate que puso contra las cuerdas a las leyes de este país (y que más tarde inspiraría la presente investigación):

“Denunciar a los vecinos que arrojen basura y realizar una campaña de información a los habitantes de la demarcación y a quienes ingresan a ella, sobre las medidas obligatorias a tomar para el acopio, clasificación y disposición de residuos sólidos.” (Programa Delegacional Miguel Hidalgo 2016-2018: 43)

Con este último enunciado, el equipo de trabajo de Xóchitl Gálvez hace de conocimiento público la cultura de la denuncia, anunciando que habrá campañas de información. No esclarece a través de qué medios ni en qué circunstancias, pero podría ser tomado como un primer aviso de lo que estaba por venir.

En la redacción del Plan Delegacional se mencionaron los objetivos del trienio, sin ahondar en la existencia de un *city manager* y mucho menos del uso de *Periscope* como herramienta de trabajo. En un principio, el documento fue calificado como un listado de buenas intenciones, la parte a debatir recae en la ejecución de las mismas.

Dice un conocido refrán: “No hagas cosas buenas que parezcan malas...”

CAPÍTULO 3. Uso político de *Periscope*. Estudio del caso *Arne Aus den Ruthen Haag*

3.1. PERISCOPE Y EL CITY MANAGER, UN EXPERIMENTO EN LA DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO

3.1.1. La estrategia política

Como se mencionó al inicio del segundo capítulo, la implementación del *city manager* en distintas partes del mundo fue una medida de acercamiento a la ciudadanía a través de un personaje intermediario que, a su vez, se encargaría de procurar el orden social y fortalecer una cultura cívica dentro de la población.

Se abordó el papel del *city manager* y de *Periscope* como personaje y herramienta de la comunicación política, respectivamente. Se hizo un recorrido histórico acerca de la generación de aplicaciones *livestreaming*, que vinieron a reconfigurar la manera en que se presentaban las noticias y se comunicaba la realidad al instante.

En este contexto, surgió *Periscope* como una herramienta de comunicación ciudadana, al alcance de la población. Sin embargo, en el caso de la delegación Miguel Hidalgo, fue un funcionario público quien la utilizó como un recurso de propaganda gubernamental y logró posicionarla en la opinión pública.

Menciona Gerstlé (2005:22) que “es fácil constatar que la política sin comunicación sería imposible, ya que la sociedad misma es impensable sin comunicación”. De ahí que los gobiernos actuales tiendan a adoptar herramientas e instrumentos afines para canalizar sus estrategias y llegar de mejor manera a la población.

En el primer capítulo ya se estableció la diferencia entre un instrumento y una herramienta: el primero es un recurso que sirve para medir, mientras que la

segunda es un elemento que facilita la obtención de un objetivo, agilizando los procesos.

Eso explica que se conciba a *Periscope* como una herramienta y no como un instrumento, pues si bien, la aplicación nos permitía conocer el alcance de las transmisiones y las interacciones virtuales en números, fungió principalmente como un vehículo de transmisión de mensajes desde la labor del nombrado *city manager* en la delegación Miguel Hidalgo.

El posicionamiento de las figuras públicas involucradas, del gobierno delegacional y de la aplicación fue latente y evidente, tras los efectos evidenciados en la opinión pública, hecho que se demostrará en los siguientes apartados, donde se aborda el debate que hizo participes a varios sectores de la sociedad y que sería impulsado por los líderes de opinión dentro de la agenda mediática.

Gerstlé (2005: 19) también dice que: “La comunicación política es entendida como una caja de herramientas que permite todos los arreglos”. Se está entonces ante un caso concreto en que la comunicación política se valió de una herramienta digital, para dar relevancia no solo a una serie de temas sino también para volver a posicionar personajes en la escena pública.

En los últimos años, los debates se centraban en las acciones y las declaraciones de las figuras públicas, y en esta ocasión Arne Aus den Ruthen Haag no solo permaneció en la agenda mediática por varios meses sino que puso en la mesa el papel de las aplicaciones *livestreaming*, que en otras partes del mundo habían tenido éxito, y que en esta ocasión generarían controversia.

“(…) Los problemas no surgen por generación espontánea: son contruidos públicamente. La publicización (*sic*) de un problema es precisamente el proceso mediante el cual la unidad social involucrada reconoce su existencia en tanto problema, en cuanto desviación de una situación deseable. Dicho de otra manera, la publicización (*sic*) de un problema es su instalación en la agenda pública del grupo, lo que pasa por el ejercicio de operaciones de comunicación (conversación, discusión, reunión, manifestación, etc.).” (Gerstlé, 2005: 22)

Periscope no solo trascendió como una plataforma de comunicación al servicio de las nuevas generaciones con acceso a internet y con dispositivos móviles sino que hizo al ciudadano repensar acerca de la apertura que estaba dando a las redes sociodigitales y la privacidad a la que estaba renunciando mientras hacía uso de ellas.

Siguiendo con las afirmaciones de Gerstlé (2005:17), cuando habla de las técnicas de promoción y difusión para asentar la dominación de los gobernantes sobre los gobernados, se evidencia el poder de control de Arne Aus den Ruthen Haag, al imponer un tema de trascendencia en la opinión pública e incentivar el debate en torno a una serie de acciones comandadas por él.

“Se ha instalado una concepción instrumental y reduccionista, rara vez explicitada, que se basa esencialmente en una visión, en la cual la comunicación política está constituida por el conjunto de técnicas y procedimientos de que disponen los actores políticos, en especial los gobernantes, para seducir y manejar a la opinión pública.” (Gerstlé, 2005: 16)

Como instrumento, pero esencialmente como herramienta, *Periscope* fue una especie de caballo de Troya, incrustándose en el mundo de los internautas como una aplicación de recreación y comunicación instantánea de fácil uso y acceso, valiéndose de su popularidad para llegar a públicos que antes no participaban en el debate público.

Más allá de las intenciones que se presentaban en el Plan delegacional 2016-2018, bajo la bandera de la cultura cívica y el orden social, se estaría ante una clara estrategia de dominación y determinación. Una vez más el gobierno, a través de un personaje como es el *city manager* y una aplicación “ciudadana”, como es *Periscope*, determinó la agenda mediática.

3.1.2. Arne Aus den Ruthen Haag, el personaje político

Cuando se habla del polémico *city manager* como personaje, no se busca estudiar su perfil y proyección al futuro, sino ubicarlo como el elemento humano que puso en marcha la estrategia de posicionamiento de la que se ha venido hablando en las últimas líneas. Arne fue la figura que protagonizó esta acción y quien determinaría los medios y espacios sobre los cuales vertería el debate, por ende, cabe resaltar la importancia del mismo.

Martínez Fisher (2020), ex asambleísta de la delegación Miguel Hidalgo, y que en sus inicios colaboró en el equipo de Aus den Ruthen, asegura que gran parte del impacto de este fenómeno y de la fama que alcanzó *Periscope* en la demarcación, fue gracias a lo mediático que era el político en el territorio, por lo que su figura representaba en la opinión pública y por la visibilidad de la que gozaba en los medios locales.

Además del ámbito político, Arne es conocido en la Ciudad de México por su trayectoria como empresario en la industria farmacéutica. Fue diputado en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal de 1997 al 2000, y delegado de la Miguel Hidalgo de 2000 a 2003.

“Estableció los miércoles ciudadanos; destapó la corrupción en las oficinas de licencias de manejo; inauguró obras con amplia cobertura mediática: lo mismo ha aparecido en televisión estrenando una biblioteca que jugando con chavos del barrio al entregar canchas deportivas; su campaña "vecino cochino" tuvo buena aceptación, lo mismo que la presentación reciente de camiones de limpia ecológicos. Al mismo tiempo, ha encabezado cacerolazos contra López Obrador en el zócalo capitalino en protesta por el recorte presupuestal; también dirigiendo a los robocops en su fracasado operativo para desalojar a vendedores ambulantes en Tacuba. Así es Arne, carismático y rijoso a la vez.” (Ramírez, 29 de junio de 2003, *La Jornada*)

Aunque estuvo fuera de la agenda política por más de una década, volvió a los reflectores a principios de 2015, cuando anunció su candidatura independiente por la delegación Miguel Hidalgo. Tras perder ante Xóchitl Gálvez, la hidalguense lo invitó a formar parte de su equipo de trabajo.

Su paso por la delegación Miguel Hidalgo como *city manager* lo convirtió en una de las figuras más seguidas de finales de 2015 y principios de 2016, posicionándose en la agenda-setting a partir sus transmisiones en vivo vía *Periscope*. Por ende, el papel que juega en esta investigación es relevante, pues su presencia determinó en gran parte el rumbo que tomó este fenómeno.

“Lazarsfeld propone el concepto de líder de opinión para designar a la persona o conjunto reducido de personas que él, los grupos y subgrupos sociales ejercen la función de catalizar las opiniones y actitudes comunes. El líder de opinión filtra y tematiza los contenidos de los medios en las conversaciones del grupo de acuerdo con los intereses y la visión que definen al grupo. Además, el líder de opinión ejerce como ‘antena’, presentando un mayor interés por la selección de mensajes y acontecimientos en el exterior del grupo, haciendo así de punto de conexión con otros grupos.” (Aguado, 2004: 175)

Es pertinente destacar la relación que existe entre estrategia, herramienta y personaje. La primera representa la idea sistematizada y organizada para cumplir con una finalidad, la segunda es el elemento base para impulsar las acciones determinadas con anterioridad y facilitar su implementación, mientras que el último es la figura que ejecuta las anteriores.

3.1.3. *Periscope*, la herramienta de comunicación política

Como se había mencionado, el elemento que hizo a Arne diferenciarse de sus antecesores fue el uso de *Periscope*, una aplicación cuyo uso representaría innovación y transparencia; además de ser la plataforma que lo ayudaría a permanecer en la agenda de los medios de comunicación por varios meses.

Hasta este punto, se han expuesto los motivos que hacen valorar a *Periscope* como una herramienta, al ejercer la función de medio de comunicación entre el gobierno y la ciudadanía. No cualquier plataforma goza de este reconocimiento, pues para que un mensaje tenga impacto y sea replicado por varios sectores sociales, es necesaria la presencia de un espacio que garantice la participación masiva a partir de su alcance.

Aguado (2004: 188) dice que los medios “son tecnologías que extienden y amplifican los sentidos y funciones cognitivas del ser humano, incrementando así su alcance y eficacia, pero también actuando como un filtro que determina la manera en que se percibe el mundo y se interactúa con él”. Su definición se apoya en el aforismo de McLuhan “el medio es el mensaje”, entendiendo el medio como “una extensión de las capacidades cognitivas, que determina la forma en que interpretamos nuestra existencia social”.

El político de ascendencia suiza será recordado como el hombre que popularizó esta herramienta al alcance de los ciudadanos para transmitir la realidad. Así como en otras partes del mundo, aplicaciones similares fueron de gran utilidad para la comunicación política, *Periscope* marcó la brecha en la delegación Miguel Hidalgo.

¿Por qué *Periscope*?

Para empezar, porque los gobiernos contemporáneos son conscientes de que los medios de comunicación han ido evolucionando a través de los años; conforme pasa el tiempo son distintas las plataformas a las que la ciudadanía recurre para informarse. Además, el avance de la tecnología ha repercutido en el desarrollo de la comunicación gubernamental, desde el formato del mensaje emitido hasta el contenido discursivo.

En un país donde son constantes las noticias sobre corrupción en los partidos políticos y los funcionarios públicos, es comprensible que la población no confíe ciegamente en sus representantes. Por ende, es necesario mostrar resultados y actividad constantes: hacer uso de los medios para publicitar su trabajo y estar en contacto con la audiencia, que representa un sector mayoritario de votantes.

Dado que el carácter de los medios de comunicación responde a las tendencias y las circunstancias sociales, como lo menciona Aguado al retomar a McLuhan, cabe resaltar el papel de las aplicaciones *livestreaming* en una época donde impera el valor de la transparencia.

En las últimas décadas la opinión pública ha hecho de la transparencia uno de los temas más vigentes en la agenda. La rendición de cuentas, así como la publicitación de las actividades gubernamentales, es una exigencia ciudadana que ha permeado en distintos sectores; ante esta situación, los medios de comunicación son el principal vehículo.

“La transparencia es una condición inherente de los sistemas democráticos liberales. Es una herramienta indispensable para el ejercicio del poder público y, principalmente, para la participación ciudadana en la toma de decisiones.” (Aguilar, 2008).

Atrás quedaron los tiempos en que bastaba con la prensa escrita y la radio para que la ciudadanía se informara acerca de lo que sus gobernantes hacían. El avance de la tecnología y las nuevas plataformas digitales obligan a los funcionarios a mostrarse de manera más natural e instantánea.

Periscope no solo servía para compartir contenido acerca del trabajo realizado por los funcionarios de la delegación Miguel Hidalgo – en este caso el *city manager* – sino que transmitía información en directo y con la naturalidad de las acciones en vivo; sin tomas, sin ensayos, sin escenas planeadas. El elemento sorpresa de la reacción ciudadana era el plus que hacía más interesante la actividad de Arne Aus den Ruthen.

“En su cierre de campaña el día 2 de junio de 2015, la entonces candidata a la delegación Miguel Hidalgo, Xóchitl Gálvez, mencionó: ‘Mi gobierno viene dispuesto a servir y no a servirse, por lo que mi administración será siempre de transparencia completa y no de verdades a medias, como actualmente se registra’.” (*El Universal*, 2 de junio de 2015)

De manera contundente, agregó a su discurso: “Vamos a usar la tecnología como nunca se había visto en la delegación, para generar cambios sociales”; argumento que sonaba lógico considerando que la panista es Ingeniera en Computación por la UNAM y dueña de la empresa *Consultoría High Tech Services*.

Los tiempos coincidieron con el auge de *Periscope*, que no tenía mucho de haber salido al mercado. Si bien, era una herramienta ya creada con anterioridad, en la Ciudad de México ningún otro gobierno la había utilizado de forma oficial para la transmisión de operativos. La delegación Miguel Hidalgo estaba marcando tendencia y logrando un gran alcance en la difusión de mensajes.

Como se mencionó en el segundo capítulo, respecto al perfil sociodemográfico de la delegación, se trata de una de las demarcaciones con mayor acceso a los servicios y con un sector poblacional que tiene las condiciones para usar internet y portar dispositivos móviles.

Además, fue una forma de conectar con las nuevas generaciones; aunque Aus den Ruthen había sido delegado muchos años atrás, muchos jóvenes a finales de 2015 apenas supieron de su existencia gracias a que sus videos se volvieran virales en la web.

“*Periscope* llegó para quedarse y para usarse cada vez más; Xóchitl Gálvez aseguró que tienen simpatía con los jóvenes por el uso de la tecnología, imagen de un gobierno innovador, pero sobre todo porque representan la valentía que en la mayoría de los casos los gobiernos no tienen.” (*Noticieros Televisa*, 4 de marzo de 2016)

Años más tarde, la predicción de Gálvez no se cumpliría, ya que en 2020 se anunciaría la cancelación de dicha aplicación. Sin embargo, vale la pena resaltar la importancia que tuvo en su momento y el impulso que le dio tanto a la imagen de Arne Aus den Ruthen en los medios de comunicación, como a los video-operativos de la delegación Miguel Hidalgo.

¿Qué hubiera sido de Arne sin su dispositivo móvil?, incluso ¿qué hubiera sido del *city manager* sin la existencia de *Periscope*? Esta aplicación, al adquirir tal fuerza, se convirtió en principal acompañante y el mejor respaldo de Aus den Ruthen para escudarse ante la opinión pública; así como para *Periscope*, el político fue su principal promotor en la capital del país.

Rápidamente se hicieron virales las transmisiones del ex delegado, en donde evidenciaba a los vecinos que perturbaban el orden en la vía pública o que infringían la ley. A través de la famosa aplicación se exhibió a los vecinos tirando basura en las banquetas, estacionándose en lugares para discapacitados, desafiando la autoridad, por mencionar algunos.

La transmisión de los operativos en directo no sólo incluía la evidencia de los actos que los ciudadanos estaban cometiendo, también se presentaba al *city manager* y en ocasiones a la delegada, argumentando las razones por las cuales se les iba a multar. Era común ver las reacciones de la gente, que se mostraba violenta ante los hechos.

“Guaruras que se estacionan sobre la banqueta, un vecino que saca a pasear a su perro y no recoge sus desechos o ciudadanos que apartan lugares en la calle para sus coches, son algunos casos que fueron expuestos por el otrora autollamado city manager de la delegación Miguel Hidalgo, Arne Aus den Ruthen, quien transmitía públicamente en vivo el audio y video a través de la plataforma llamada Periscope, de la confrontación del funcionario con ciudadanos infractores.” (Levy, 23 de octubre de 2017, *El Universal*)

A través de sus transmisiones, el funcionario logró evidenciar las conductas, no solo de los ciudadanos sino también de figuras públicas. En ocasiones, consiguió que algunas de ellas renunciaran a su cargo, tras ser expuestos en vivo:

“El *city manager* se ha dado a la tarea de salir a las calles para transmitir por *Periscope* las violaciones a la ley in fraganti. En noviembre de 2015 redes sociales y medios masivos de comunicación tradicionales dieron cuenta del caso conocido como #LadySotelo o #LadyBasuras, en el que una mujer fue sorprendida tirando basura en la vía pública, para después vejar y pretender intimidar al city manager, ostentándose ella misma como servidora pública – después se supo que prestaba sus servicios para la delegación Tlalpan. El incidente concluyó con la remisión de la infractora ante el Juzgado Cívico, como ordena la ley.” (*Global Voices*, 3 de marzo de 2016)

Esta nueva forma de interacción con la ciudadanía dejaba en claro una cosa: las redes sociodigitales eran usadas con fines de publicitación pero también como instrumento de exhibición masiva, incentivando a su vez la participación ciudadana en el mundo virtual. Ahora el contacto con la población era más directo y se le daba la oportunidad de opinar respecto a la transmisión de los videos en vivo.

Las tendencias en las redes sociodigitales no se hicieron esperar. Los usuarios emitían una serie de comentarios satíricos respecto a las personas que eran señaladas en los videos, surgiendo una serie de hashtags que comenzaban con la palabra #Lord y/o #Lady.

“Se trata, afirmaron, de despertar la conciencia social a través de herramientas como el Periscope. La jefa delegacional en Miguel Hidalgo, Xóchitl Gálvez, explicó: ‘Nosotros no buscamos exhibir a nadie, no es la intención, no buscamos sancionar moralmente a nadie a través del Periscope, nosotros lo que buscamos es documentar el trabajo que hacemos todos los días.’” (Guerrero, 7 de marzo de 2016, *CBS News*)

A partir de esta última declaración, se puede deducir que uno de los principales objetivos de la delegada era la publicitación de su trabajo a través de estos medios de comunicación, sin embargo, la manera en que se llevó a cabo la estrategia dirigió los reflectores hacia la exhibición y el ridículo.

Se puede afirmar que *Periscope* fue una herramienta óptima, bajo la lógica de que logró reunir a varios públicos en un debate mediático y reactivó la participación ciudadana, además de que se utilizó como una plataforma popular de fácil acceso entre los habitantes de la delegación Miguel Hidalgo, pero desataría inconformidades y provocaría un escándalo en torno a su uso.

3.2. EL ALCANCE MEDIÁTICO DE ARNE Y PERISCOPE

3.2.1. El posicionamiento en la agenda-setting

El estudio de la agenda setting es de importancia tanto para los gobernantes como para quienes ostentan el poder. Son conscientes del poder de los medios de comunicación para posicionar temas y personajes, además del poder que tienen en la agenda pública y que refuerza los efectos de la agenda política. Al menos en los últimos años se ha consolidado como una de las principales teorías de los medios de comunicación.

“La agenda setting es una teoría simple en lo conceptual, que ofrece variedad en lo metodológico, y permite la integración con muchos enfoques y perspectivas. La investigación mediante la teoría de la agenda setting será provechosa cuanto más se aleje de la mera comparación de agendas y más contribuya con resultados que permitan consolidar la democracia, considero que allí es donde está el verdadero desafío para la teoría.” (Petrone, 2009: 15)

Esto se refuerza con la afirmación sustentada por Rodríguez Díaz (2004: 62), de que “la posición que ocupe un tema en la agenda de los medios determinará la prioridad que tenga ese aspecto en la agenda del público”. Por ende importa la frecuencia con la que se menciona un tema y la posición que ocupa dentro de la misma información.

Los estudiosos en torno a la agenda pública, la agenda política y la agenda de los medios de comunicación, usan una serie de métodos para poder medir el impacto y recolectar información como encuestas, entrevistas a detalles y seguimiento de información en un determinado lapso de tiempo.

“La agenda de los medios se mide con el auxilio del análisis del contenido de las noticias publicadas para poder determinar el número de menciones acerca de un tema o de los temas de estudio. Ese número de historias mide la relevancia relativa de un tema en la agenda mediática. La agenda pública se calcula mediante encuestas de opinión en las cuáles se pregunta, en un momento dado, a una muestra de individuos cuál es el problema más acuciante.” (Dorantes, 2008: 65)

Para estudiar la agenda mediática y la frecuencia con que se habla de los temas, se realiza un seguimiento en torno al análisis del contenido en determinado tiempo, ya sea por semanas, meses o hasta años. Este regularmente es de tipo cuantitativo cuando se establece un tema determinado y se selecciona lo que se busca investigar; puede ser el seguimiento de un tema concreto hasta un conjunto de subtemas.

“El tiempo de duración del estudio no siempre es el mismo. Dependerá de los propios objetivos de la investigación para conocer el modo en que la opinión pública se ve influenciada por los medios durante un periodo corto o largo de tiempo, tal es el caso planteado por autores como Eyal, Winter y DeGeorge (1981), así como Stone y McCombs (1981).” (Rodríguez, 2004: 19)

De acuerdo con Wimmer y Dominik (1996: 376) existen una serie de factores que influyen en el estudio de la agenda-setting, entre los cuales destacan las variables demográficas y el tipo de medio de comunicación. Hay noticias cuya cobertura tiene más éxito en algunos que en otros y esto depende también del sector al que va dirigido el mensaje.

En este caso, se abordará la frecuencia de las notas e medios de comunicación, relacionados al caso de Arne Aus den Ruthen Haag y los video-operativos que hacía desde la aplicación de *Periscope*, en el periodo que fue *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo. Más específicamente, desde la primera transmisión en vivo de los video-operativos (25 de noviembre de 2015) hasta el día en que los medios abordaron su renuncia pública al cargo (23 de junio de 2016).

Existe una gran variedad de metodologías utilizadas para el análisis de la agenda-setting. Mc Combs (1995: 5) menciona cuatro orientaciones metodológicas, entre ellas separa la medición de la opinión pública basándose en datos acumulables o individuales; el otro es la medición de la “agenda”, en términos de temas o asuntos.

Para lo que implica este estudio, que es observar la frecuencia con la que se habló en los medios de comunicación, aplicaría la metodología presentada por Rodríguez Díaz. Pues lo que interesa es si realmente *Periscope* fue una herramienta de comunicación política que logró posicionar el tema y si es que este tuvo tanta relevancia en los medios de comunicación.

“(…) la medición de la agenda de los medios se hace con un análisis de contenido. El procedimiento consiste en realizar diferentes mediciones del tema objeto de estudio. Para ello, se contabiliza el número de artículos publicados, el número de páginas o columnas que ocupan, la ubicación que tienen dentro del medio o el total de minutos que le han sido dedicados en un periodo de tiempo, si se trata de un medio no escrito” (Rodríguez, 2004: 19)

Esta autora menciona que si deseamos conocer la agenda de audiencia, se hace una encuesta a un público con preguntas relativas al objeto de estudio a la par de que se lleva a cabo el análisis de contenido en los medios que se seleccionaron. Y el tercer factor es el tiempo:

“se ha mencionado como el marco temporal (time frame) y el tiempo de demora (time lag) que conlleva la aparición de un tema de la agenda de los medios en la agenda pública. Para poder observar esto es necesario que en la metodología se empleen series longitudinales o temporales como son los estudios de medidas repetidas o panel.” (Rodríguez, 2004: 43)

Después de que se fijaron los objetivos y se diseñaron las variables se procede a la cuantificación de las agendas, para contrastar las agendas de los medios con la del público y conocer su grado de influencia, Todo esto según Rodríguez Díaz.

Aunque es una metodología parecida, hay diseños experimentales que no pretenden incidir en todas las fases o que solo quieren conocer una variante. En este caso, para la presente investigación no interesa hacer un estudio de opinión pública acerca del fenómeno, sino ahondar en el posicionamiento que tuvo, para saber si tuvo tanto efecto que replicó en la agenda-setting.

“Este es el caso de trabajos dedicados a una sola de las agendas, como puede ser el seguimiento de un tema en la agenda del público, sin buscar su correlación con la agenda de los medios. Puede que en una investigación solo interese analizar cómo un tema, presentado inicialmente en la agenda de los medios, es seguido durante un periodo de tiempo en la agenda del público para saber sus puntos altos y bajos de audiencia.” (Rodríguez, 2004: 43)

No está de más mencionar en qué consiste la medición del resto de las agendas. Como se había mencionado anteriormente, la agenda del público regularmente se mide a partir de una pregunta abierta donde se aborde el problema más relevante.

“En lo que se refiere a la agenda de los medios, la metodología a emplear es el análisis de contenido de un tema en una o varias publicaciones o medios audiovisuales. Lo más común es hacer un seguimiento cuantitativo en los medios de comunicación sobre un aspecto determinado, que sea de interés para el investigador o que venga dado por la agenda del público.” (Rodríguez, 2004: 45)

Es importante ahondar en el recuento de las noticias sobre algún tema, y seleccionar el medio de comunicación a través del cual se va a estudiar el fenómeno. En este caso nos enfocamos en la prensa escrita. Se agrupan los temas según sus características, y con base en eso se emplean amplias categorías para facilitar la inclusión de un subtema dentro de un tema. El seguimiento puede ser de uno o varios temas.

Aunado a todo el contenido teórico que se ha expuesto anteriormente, Rodríguez Díaz (2004: 63) habla de un segundo nivel en la agenda-setting, la cual consiste en la parte subjetiva que incluye cada persona. Es decir, se es consciente de que, como todo mensaje va estructurado con una intención, las palabras usadas van cargadas de juicios de valor y desde luego, influyen en la opinión de la audiencia.

A este fenómeno se le conoce como “efecto priming”, el cual consiste en predisponer a la audiencia acerca de algún aspecto; las personas perciben la realidad a partir de la información que reciben de los medios de comunicación, y su opinión siempre se verá influida por lo que les dicen los medios, sobre todos i se trata de un tema que desconozcan o que no les sea familiar, como se mencionó en el primer capítulo.

Asimismo, existe el vínculo con otras teorías, relacionados al efecto de los medios masivos sobre la audiencia. Entre ellos se encuentra el “framing”, el cual se centra en conocer los enfoques informativos con los que se presenta una noticia, es decir, la manera en que los datos se redactan o exponen y se proporcionan al público para interpretar las situaciones o fenómenos.

“*Framing* puede traducirse como encuadre, y se refiere a la selección de algunos aspectos –y no otros- de una realidad en particular. (Aidoo, 2005, pp. 48). Los asuntos poseen dos dimensiones, su notoriedad y sus atributos, por lo cual los estudios de agenda setting pueden categorizarse según aborden una o ambas dimensiones. Los estudios acerca de la notoriedad analizan en qué asuntos la audiencia fija su atención, mientras que los de atributos analizan qué piensa la gente acerca de esos asuntos; la primera dimensión se centra en los objetos de la agenda pública, mientras que la segunda, en los atributos de esos objetos. Obviamente ambas dimensiones están relacionadas, está claro que los modos de presentar un asunto influyen en su

notoriedad, por lo cual según algunos autores el *Framing* es un complemento para los estudios de agenda setting tradicionales.” (Petroni, 2009: 15)

El estudio de la agenda-setting toma en cuenta también el análisis del *framing*, pues buscan medir la notoriedad de un asunto, según el número de dimensiones que aborden, por lo cual el *framing* puede ser un complemento que permite ir más allá del estudio sencillo.

“La metodología que se usa para medir el framing o enfoque que proporcionan los medios de comunicación es sensiblemente distinta de la empleada en el primer nivel de la agenda. En el segundo nivel, se miden los titulares o entradillas que hacen referencia a un hecho publicado en un medio de difusión. Se contabilizan y clasifican los términos empleados por los periodistas y se agrupan según sus orientaciones, a favor o en contra del tema.” (Rodríguez, 2004: 69)

Esta investigación girará en torno a conocer el posicionamiento que tuvo el tema de Arne Aus den Ruthe Haag y sus video-operativos cuando estaba en su cargo como *city manager*; medir la cobertura de dos medios de comunicación en especial, que fueron los que más hablaron de la noticia, para medir la frecuencia en que el tema estuvo en los medios de comunicación.

“La agenda de los medios podría definirse como la lista de asuntos con cobertura mediática. En las investigaciones de agenda setting se seleccionan aquellos medios que los investigadores consideran con más impacto. Las noticias o reportes suelen organizarse en categorías de temas midiendo la frecuencia de notas en cada categoría. La asignación de cada noticia a una categoría puede hacerse de dos formas o mediante la combinación de ambas. Una forma es mediante un programa informático que a partir de la búsqueda de palabras clave clasifique las noticias. Otro método es la categorización manual, en la cual los investigadores –y posiblemente varios asistentes de investigación- asignan cada nota a una categoría.” (Petroni, 2009: 4)

De esta manera se hará un conteo de las notas y columnas donde se hable del tema de Arne Aus den Ruthe Haag y los operativos transmitidos en *Periscope*. Asimismo, se hará un análisis de la narrativa en el título de las mismas, para hacer un balance de la postura de los medios de comunicación a partir de adjetivos.

“En el artículo sobre la prensa escrita frente a la televisión de McClure y Patterson (1976) también se observa que la prensa tiene un efecto más directo en la opinión pública que la televisión. Según los autores, esto es debido a que los medios escritos ofrecen muchos más matices y elementos

diferenciadores entre unas noticias y otras que la televisión, que tan sólo dedica un par de líneas a cada información.” (Rodríguez, 2004: 39)

Por esta razón se ha seleccionado estudiar solo a la prensa escrita, como una de las manifestaciones de los medios de comunicación. Entre ellos específicamente medios de comunicación que cuenten con portal digital, los cuales son El Universal y Excélsior, ya que fueron dos de los medios que más mencionaron el tema y que presentaron columnas de opinión en torno al tema.

La polémica generada en torno al uso de *Periscope* como una herramienta de trabajo, por parte de Arne Aus den Ruthen Haag, *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo a finales de 2015 y principios de 2016, escaló a los medios de comunicación y en varias ocasiones ocupó espacios dentro de la prensa nacional.

La cobertura que existió en programas de radio, televisión internet y la prensa escrita fue superior al de otras figuras en la capital del país. Los personajes de Arne Aus den Ruthen Haag y de la entonces delegada de Miguel Hidalgo, Xóchitl Gálvez, fueron protagonistas de varias columnas y notas, todo en torno al fenómeno que había provocado el uso de *Periscope* para documentar operativos dentro de la demarcación que gobernaban.

Dicho fenómeno demostró que la tecnología puede ser una herramienta para comunicar al instante, generar mayor flujo de información, activar la participación de varios sectores de la sociedad, pero también es un recurso que exhibe a la gente y que invade la privacidad. El caso de Arne Aus den Ruthen mostró una sociedad con muchas faltas cívicas, pero un gobierno que estaba dispuesto a señalarlas y evidenciarlas por lo nocivas que estas eran.

En este contexto no hay que olvidar que, al ser *Periscope* una plataforma de comunicación en sí, también forma parte de los medios de comunicación que posicionan temas en la agenda política y la agenda pública. Si bien, la dinámica de las transmisiones en vivo incentivó la participación y el acercamiento de los internautas, llamó la atención de los medios de comunicación – entre ellos la prensa escrita – que lo situaron dentro de su agenda.

Las acciones de Arne reflejan un discurso político de poder en donde toma una postura como ciudadano, pero también como funcionario público para denunciar las faltas cívicas dentro de la demarcación, con una posición de ventaja al contar con una herramienta de comunicación de alcance masivo. El estudio de este caso a través de dos principales medios de comunicación muestra el abordaje y cobertura del tema desde prensa escrita, pero también la postura política del medio.

3.2.2. Análisis de agenda-setting El Universal

El Universal es uno de los diarios de mayor circulación en México, cuyo tiraje impreso diario es mayor a los 134 mil ejemplares. Fue fundado por Félix Fulgencio Palavicini, el 1 de octubre de 1916 en la ciudad de Querétaro. Actualmente cuenta con edición impresa y digital.

Durante la gestión de Arne Aus den Ruthen Haag como *city manager* de la delegación Miguel Hidalgo, fue uno de los medios de comunicación que dio mayor cobertura a los video-operativos realizados por el funcionario a través de *Periscope*. Incluso dio seguimiento a algunas denuncias en torno a casos específicos.

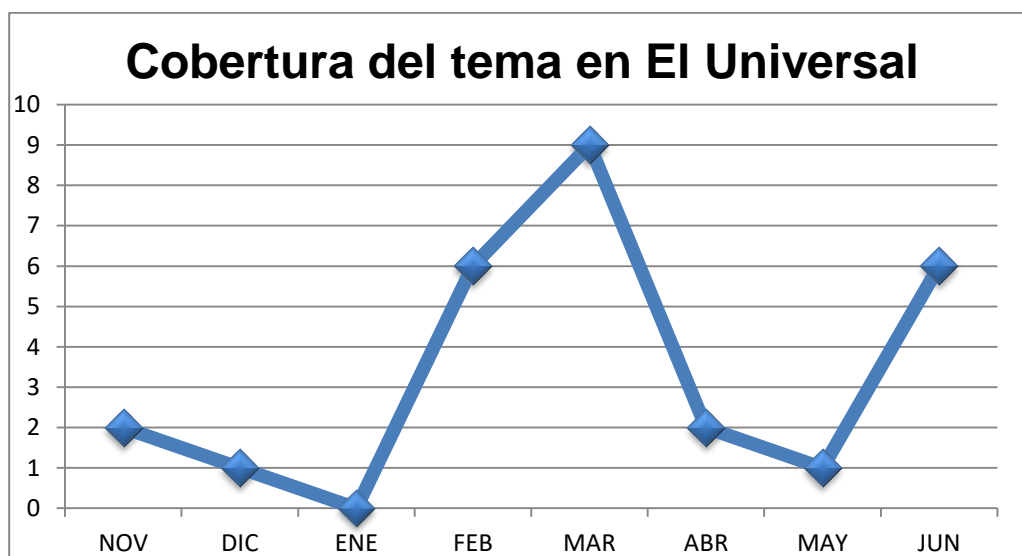
El 25 de noviembre de 2015, el diario emitió su primera nota en torno al fenómeno de estudio sobre el que trata esta investigación. Esto ocurrió después de que Arne Aus den Ruthen Haag usara *Periscope* para transmitir un operativo por parte de la delegación en donde estaban en las calles de Lomas de Sotelo sancionando a las personas que estaban cometiendo actos cívicos.

A partir de esa fecha hasta el 23 de junio de 2016 (un día después de la renuncia de Arne al cargo de *city manager*), El Universal dedicó 27 espacios, entre los cuales se encuentran columnas y notas informativas, para hablar del tema. (Figura 3.1.1)

MES	Cantidad de notas relacionadas al caso "Arne y Periscope" en la MH	Positivas	Negativas
NOVIEMBRE 2015	2	2	0
DICIEMBRE 2015	1	1	0
ENERO 2016	0	0	0
FEBRERO 2016	6	4	2
MARZO 2016	9	3	6
ABRIL 2016	2	0	2
MAYO 2016	1	1	0
JUNIO 2016	6	3	3
TOTAL	27	14	13

(Figura 3.1.1)

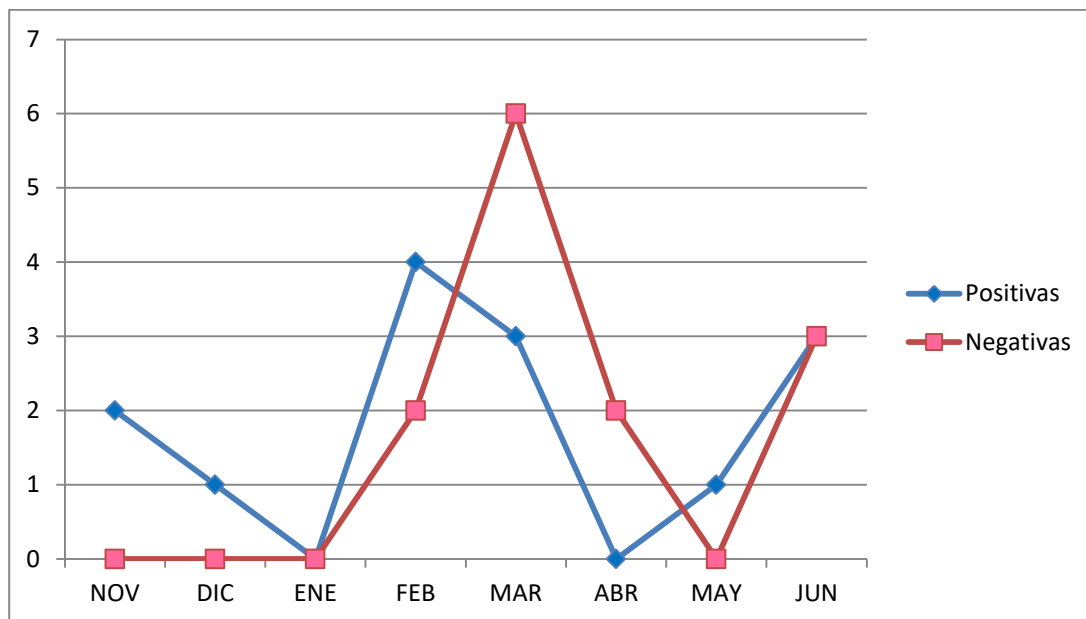
La mayoría de ellas se publicaron en los meses de febrero y marzo, a raíz de que fuera agredido por cuatro escoltas del empresario Raul Libien, durante una transmisión en vivo vía *Periscope*. Otro pico en que se encuentra la mayor cobertura giró en torno a una serie de demandas ante Derechos Humanos y el debate que se abrió en los medios de comunicación (Figura 3.1.2). Incluso aquí comienzan columnas de opinión, para opinar al respecto.



(Figura 3.1.2)

Asimismo, se observa una baja de la cobertura a inicios de 2016, que fue cuando Arne disminuyó la frecuencia de sus transmisiones en vivo vía *Periscope*.

En cuanto a lo favorable y desfavorable vale la pena observar cómo la tendencia fue cambiando, pues, en un inicio, la mayoría de las notas de este medio mostraban cierta aprobación e incluso ponían como ejemplo la conducta del funcionario público. (Figura 3.1.3)



(Figura 3.1.3)

Tal es el caso de Alonso Cedeño (2015), en su columna “La transparencia contra la legalidad, el caso de #LadySotelo”, publicada el 1 de diciembre de 2015 en donde señalaba:

“Bajo el principio de eficiencia, creo que el operativo resultó de los más exitosos: gracias a la transparencia y transmisión en vivo, un gran porcentaje de los habitantes del DF saben quiénes son Xóchitl y Arne, y que en la delegación Miguel Hidalgo si incumples una norma y tienes la mala suerte de que la delegada o el *city manager* se encuentren cerca, serás sancionado.” (Cedeño, 2015)

O como en el caso de Luis Cárdenas, el 18 de febrero de 2016 en su columna “Me la pelas”, que, aunque el nombre pudiera parecer agresivo, solo hace alusión a la expresión que hizo el empresario Libien contra el entonces *city manager* de la Miguel Hidalgo. Al final de su columna muestra su respaldo al funcionario público:

“Fuerte abrazo a Arne, no tengo el honor de conocerlo pero debe saber que no está solo, aunque a veces, quizá, así se sienta.” (Cárdenas, 2016)

Se observa cómo la tendencia del diario fue cambiando, a raíz de las denuncias interpuestas ante la Comisión de los Derechos Humanos del Distrito Federal y las acusaciones hacia el *city manager* por invadir la privacidad de las y los vecinos. O tal es el caso de Alba Calderón, quien el 26 de febrero de 2016, con el titular “Si es discapacitado pues guárdelo, dice Arne a señora”, exhibe las conductas y posturas del funcionario.

Más adelante (Figura 3.1.4) se presenta un balance de los titulares emitidos por El Universal, en el periodo de tiempo determinado. De manera cronológica se expone brevemente el contenido y se analiza si la nota es favorable o si exhibe y cuestiona la actitud del *city manager* a partir del uso de *Periscope* para documentar los operativos en la delegación.

DÍA	MES	TITULAR	OBSERVACIONES
25	NOV	Exhiben a #LadySotelo https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2015/11/25/exhiben-vecina-de-lomas-de-sotelo-tirando-basura-en-la-calle	<u>Redacción</u> Se narra el caso de una vecina que fue sorprendida tirando basura en vía pública en compañía de su hijo, un menor de edad, en la colonia Lomas de Sotelo. Este acto fue transmitido en vivo por parte de Arne, a través de Periscope. Asimismo se expone la situación en torno a su respuesta agresiva, hasta que llegan elementos de la policía a explicarle que debe pagar una fianza o acatar un arresto de 12 a 36 horas.
26	NOV	#LadySotelo paga multa de \$69 pesos https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2015/11/26/ladysotelo-paga-multa-de-69-pesos	<u>Redacción</u> Se otorga la voz a la delegada Xóchitl Gálvez para que explique la dinámica de los operativos que lleva a cabo la delegación, entre ellos el caso de la vecina grabada por Arne, mientras tiraba

			<p>basura en la calle.</p> <p>Aprovecha para justificar al city manager y promete que no volverá a salir el rostro de un niño. Y explica el seguimiento de más operativos a pie para evidenciar a los vecinos que incumplan con la ley.</p>
1	DIC	<p>La transparencia contra la legalidad, el caso de #LadySotelo</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2015/12/1/la-transparencia-contra-la-legalidad-el-caso-ladysotelo</p>	<p><u>Alonso Cedeño</u></p> <p>El columnista defiende las acciones de Aus den Ruthen al decir que el objetivo es “acercar a la ciudadanía a la actuación de los funcionarios delegacionales contribuyendo a los objetivos de transparencia y colaboración fijados por la actual administración”</p> <p>“El análisis de los mensajes y las respuestas nos arroja que mayoritariamente la opinión pública y la opinión publicada apoyó el actuar del funcionario; la razón aparente: se ve a un funcionario cumpliendo con su labor que ante la “prepotencia” de un infractor no se reduce, como sucede normalmente, sino que refuerza su actuación y termina ejerciendo su función como autoridad: el monopolio del uso de la fuerza.”</p> <p>“Bajo el principio de eficiencia, creo que el operativo resultó de los más exitosos”</p> <p>“Si hacemos caso al adagio de vox populi, vox Dei, con 72% de mensajes positivos @ArneMX deberá seguir actuando de la misma manera.”</p>
17	FEB	<p>Golpean 4 escoltas a Arne Aus den Ruthen Haag</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/02/17/golpean-4-escoltas-arne-aus-den-ruthen-haag</p>	<p><u>Gerardo Suárez y Alba Calderón</u></p> <p>Exponen la violencia de la que fue víctima el city manager, atacado por trabajadores del empresario Raúl Libien, luego de transmitir vía Periscope la falta cívica que estaban cometiendo.</p>

18	FEB	<p>Arne: con Periscope busco evidenciar a los gandallas</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/02/18/arne-con-periscope-busco-evidenciar-los-gandallas</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>Se le da un espacio a Aus den Ruthen para que exponga el acto del que fue víctima, mismo que quedó documentado en Periscope. Y repite las placas de los vehículos donde viajaban sus agresores.</p>
18	FEB	<p>Me la pelas</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/luis-cardenas/nacion/2016/02/18/me-la-pelas</p>	<p><u>Luis Cárdenas</u></p> <p>El columnista sale en defensa de Arne, tras los hechos expuestos anteriormente y le aplaude su valentía. El titular de su intervención es en referencia a la expresión del empresario Libien al dirigirse de forma agresiva al city manager de Miguel Hidalgo.</p> <p>“Fuerte abrazo a Arne, no tengo el honor de conocerlo pero debe saber que no está solo, aunque a veces, quizá, así se sienta.”</p>
20	FEB	<p>Arne abre cloaca</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/el-caballito-periodistas-metropoli/metropoli/df/2016/02/20/arne-abre</p>	<p><u>Lorelei Zeltzin Sánchez</u></p> <p>Expone la gravedad de la violencia hacia el city manager mientras usaba Periscope para grabar a sus agresores.</p> <p>“Si eso le ocurrió a un funcionario público, ¿qué le espera a cualquier ciudadano de a pie?”</p>
24	FEB	<p>Dilemas de las redes sociales</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/editorial-el-universal/nacion/2016/02/24/dilemas-de-las-redes-sociales</p>	<p><u>Editorial</u></p> <p>Por primera vez en este medio se cuestiona la acción del city manager, tras la recomendación hecha por la Comisión capitalina de los Derechos Humanos, de no violar el derecho a la privacidad. Se antepone la civilidad y el Estado de Derecho.</p> <p>“Hasta los delincuentes tienen derechos humanos”</p>

26	FEB	<p>Si es discapacitado pues guárdelo, dice Arne a señora</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/02/26/si-es-discapacitado-pues-guardelo-dice-arne-senora</p>	<p><u>Alba Calderón</u></p> <p>La periodista se queja de Arne y lo muestra como una persona con falta de sensibilidad. Expone la agresión verbal del city manager hacia un vecino con hidrocefalia, mientras transmitía un operativo vía Periscope; motivo que provocó la denuncia ante de la Comisión de Derechos Humanos de la capital del país.</p>
7	MAR	<p>Periscope, gobierno e impunidad: notas para orientar el debate</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/jose-antonio-caballero-y-sergio-lopez-ayllon/nacion/2016/03/7/periscop</p>	<p><u>José Antonio Caballero y Sergio López Ayllón</u></p> <p>Cuestionan la “libertad” de expresión de Arne en sus video-operativos, y las consecuencias que tiene el uso libre de Periscope en sus recorridos.</p> <p>“Digámoslo sin ambigüedades, aunque les pese, las autoridades no ejercen derechos. En esa condición no pueden ser víctimas de censura.”</p> <p>“La salida no está en la picota de las redes sociales sino en la certeza de las personas sobre la regularidad en la aplicación de ley”</p>
16	MAR	<p>Arne remite a sexoservidoras</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/03/16/arne-aplica-periscope-ahora-para-remitir-sexoservidoras</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>El contenido de la nota es meramente expositivo, donde se explica la consistencia de un video-operativo con sexoservidoras en la colonia Verónica Anzures.</p> <p>“Frente a dos trabajadoras, leyó un artículo de la Ley de Cultura Cívica en el que se señala que se remitirá al Juez Cívico, en caso de queja ciudadana, a quien invite o ejerza la prostitución en la vía pública.”</p>

18	MAR	<p>Inicia la CDH queja de oficio por Periscope de Arne</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/03/18/inicia-la-cdh-queja-de-oficio-por-periscope-de-arne</p>	<p><u>Gerardo Suárez y Diana Delgado</u></p> <p>“La organización ciudadana defensora del gremio Brigada Callejera de Apoyo a la Mujer, <i>Elisa Martínez</i>, consideró que el funcionario violentó la propia Ley de Cultura Cívica que establece que para proceder en su contra se requiere de la denuncia de por lo menos 10 vecinos ante un juez cívico y notificar a la policía para hacer el operativo, situación que no realizó.”</p>
18	MAR	<p>Ruthen Haag, de enemigo de operativos a city manager</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/03/18/ruthen-haag-de-enemigo-de-operativos-city-manager</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>El periodista lanza una fuerte crítica al city manager, por su incongruencia.</p> <p>Menciona que años antes el funcionario estaba en contra de los operativos. Especialmente recuerda una ocasión en que los escoltas del político fueron sorprendidos con permisos vencidos de portación de armas de fuego, por parte de la policía capitalina en 2006.</p>
19	MAR	<p>Arne arma la “brigada godinez” para retirar cachivaches</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/03/19/arne-arma-la-brigada-godinez-en-mh</p>	<p><u>Redacción</u></p> <p>Se expone la realización de un video-operativo vía Periscope, en el que la delegada Xóchitl Gpalvez y el city manager invitaban a la población de la demarcación a levantar obstáculos de la vía pública.</p>
21	MAR	<p>Especialistas cuestionan la doble moral de Arne</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/03/21/especialistas-cuestionan-la-doble-moral-de-arne</p>	<p><u>David Fuentes</u></p> <p>“Para los defensores de derechos humanos y especialistas en seguridad es incongruente, además de que carece de moral para señalar este tipo de inconformidades y, sobre todo, exhibirlo en las redes sociales, para empezar a señalar con el índice flamígero primero se tiene que tener calidad moral para hacerlo.”</p>

22	MAR	<p>Tiene derecho Arne a rectificar, considera Xóchitl</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2016/03/22/tiene-derecho-arne-rectificar-considera-xochitl</p>	<p><u>David Fuentes</u></p> <p>Se muestra la declaración de Xóchitl Gálvez, que sale en defensa de Arne y justifica los video-operativos de Periscope.</p> <p>“Adelantó que seguirá pugnando por la plataforma tecnológica para recuperar la demarcación, fomentar la civilidad y de paso evitar que los guardaespaldas se sigan apoderando de banquetas y espacios públicos, pues dijo; ‘no es un tema de discreción sino de legalidad y como jefa de esta delegación lo tengo que hacer’.”</p>
31	MAR	<p>Arne genera conflicto diplomático con Belice</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/03/31/arne-genera-conflicto-diplomatico-con-belice</p>	<p><u>Redacción</u></p> <p>Se critican las consecuencias de un video-operativo llevado a cabo el 23 de febrero, cuando Arne retiró unos tambos que apartaban lugares de estacionamiento, afuera de la embajada de Belice.</p> <p>Esto generó un disgusto en la embajada, quien presentó una queja ante la Cancillería, por dichas acciones.</p>
31	MAR	<p>Coyoacán y el delegado Don Dinero</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/03/31/coyoacan-y-el-delegado-don-dinero</p>	<p><u>El Caballito</u></p> <p>En la parte final de su columna, hace una crítica al city manager de la Miguel Hidalgo por no conocer los límites territoriales e invadir las calles de la delegación Cuauhtémoc haciendo un video-operativo, cuando no es funcionario de dicha demarcación.</p>
1	ABR	<p>Arne ofende en Twitter a embajada:</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/04/1/arne-la-embajada-de-belice-tiene-poca-ma</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>Se expone la agresión verbal de Arne hacia la embajada de Belice, a través de Twitter, donde el funcionario responde ante la queja presentada en Cancillería por el retiro de los tambos para lugares de estacionamiento.</p>

21	ABR	<p>Ve Arne poco avance en investigación sobre #LordMeLaPelas</p> <p>https://n9.cl/ggmcl</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>Arne hizo una transmisión en Periscope donde utilizó lenguaje altisonante para dirigirse al entonces jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mnacera, exigiendo agilidad en la investigación en torno a la agresión que recibió por parte de los escoltas de Libien.</p>
5	MAY	<p>Retiran sitio de taxis "pirata" exhibido por Arne</p> <p>https://n9.cl/4i3m5</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>Se informa acerca de una transmisión en Periscope donde el city manager expuso este problema. Gracias a dicha transmisión, la Secretaría de Seguridad capitalina retiró ese sitio de taxis, horas más tarde.</p>
4	JUN	<p>"Choca Arne con titular del INVEA"</p> <p>https://n9.cl/ehxc</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>El titular de la nota es sensacionalista y expone el conflicto de Arne Aus den Ruthen Haag con Meyer Klip, titular del INVEA (Instituto de Verificación Administrativa)</p>
9	JUN	<p>Arne denuncia a titular del INVEA por tráfico de influencias</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/06/9/arne-denuncia-titular-de-invea-por-trafico-de-influencias</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>Arne interpone una denuncia en contra de Meyer Klip por haber usado sus influencias para dejar libre a un infractor que había sido captado en una transmisión de Periscope por parte del city manager.</p>
10	JUN	<p>Video revela proceder de Arne</p> <p>https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/06/10/video-revela-proceder-de-arne</p>	<p><u>Gerardo Suárez</u></p> <p>Se exhibe la conducta del político, de acuerdo a lo capturado en una cámara de vigilancia. Arne detiene su camioneta frente a un edificio para quitar los cajones de estacionamiento y posteriormente se da el enfrentamiento y el forcejeo con la</p>

			persona que trata de impedirlo. Después de ese conflicto, Arne empieza a hacer su transmisión vía Periscope.
10	JUN	Presenta Arne ante Juez Cívico queja contra vecino https://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/06/10/presenta-arne-ante-juetz-civico-queja-contra-vecino	<u>Gerardo Suárez</u> “El City Manager en Miguel Hidalgo, Arne Aus den Ruthen, acudió al Juzgado Cívico MH-3 a presentar una queja en contra de un vecino y de un trabajador del condominio situado en Sierra Guadarrama 65, en Lomas de Chapultepec, con el fin de ser sancionados por obstruir la vía pública con enseres.”
22	JUN	Acepta Gálvez renuncia temporal de Arne en MH https://n9.cl/zs1p4	<u>Gerardo Suárez</u> Solo informa, no toma postura
23	JUN	Denuncian a Arne por presuntamente amenazar a un vecino https://n9.cl/lpzww	<u>Gerardo Suárez</u> El coordinador del comité ciudadano en San Miguel Chapultepec II, denuncia a Arne ante la Procuraduría General de Justicia, por amenazas y agresiones en el video-operativo que terminó con el conflicto de Meyer Klip.

Figura 3.1.4

Respecto a los periodistas que cubrieron el tema fue Gerardo Suárez el que mayor atención dedicó al tema, con un total de 14, seguido solo por sus colegas Alba Calderón y David Fuentes. En el siguiente gráfico (Figura 3.1.5) se muestra la frecuencia de los mismos, en algunos casos hubo notas que eran escritas por dos personas, por lo cual, se le atribuye a ambos la autoría, por lo cual, el número de participaciones no es proporcional al de las notas.



Figura 3.1.5

La mayoría de las intervenciones fueron favorables o de alguna manera se mantuvieron de manera imparcial e informativa, sin embargo, llama la atención el alto porcentaje de notas negativas o desfavorables, donde se exhibe la conducta del *city manager*, se le cuestiona o se le da cobertura a las demandas y ataques contra la figura del político y de la delegada Xóchitl Gálvez. En todos los casos las notas giran en torno al uso de *Periscope*, es decir, son originadas a partir del uso de esta plataforma.

3.2.3. Análisis de agenda-setting Excélsior

Excélsior es un periódico que cuenta con versión impresa y digital. Fue fundado en 1917 por un grupo de periodistas encabezados por Rafael Alducin. Tras varios años de funcionar como una sociedad cooperativa, en 2006 fue adquirido por Grupo Imagen y en 2013 inició transmisiones en televisión.

Después de El Universal, es el periódico más antiguo de la Ciudad de México y uno de los de mayor circulación a nivel local. A finales de 2015 y principios de

2016 fue uno de los diarios que mayor cobertura dio al tema de Arne Aus den Ruthen Haag y el uso de *Periscope* en su cargo de *city manager*, dentro de la delegación Miguel Hidalgo.

El 26 de noviembre de 2015, un día después de que se hiciera viral la primera transmisión en vivo de los operativos del *city manager* en la demarcación, el diario emitió su primera nota en torno al tema de la vecina que había sido sorprendida tirando basura en las calles de Lomas de Sotelo.

Con el titular “#LadySotelo mintió y pagó 69 pesos de multa por tirar basura”, el periódico abriría espacio al tema en su agenda mediática. Especialmente en la versión escrita, dedicó 22 notas en donde se abordaba el tema de los video-operativos de Arne Aus den Ruthen con el uso de *Periscope*. (Figura 3.2.1)

MES	Cantidad de notas relacionadas al caso “Arne y <i>Periscope</i> ” en la MH	Positivas	Negativas
NOVIEMBRE 2015	1	1	0
DICIEMBRE 2015	0	0	0
ENERO 2016	0	0	0
FEBRERO 2016	8	6	2
MARZO 2016	3	1	2
ABRIL 2016	4	2	2
MAYO 2016	3	0	3
JUNIO 2016	3	2	1
TOTAL	22	12	10

Figura 3.2.1

La mayoría de las notas dedicadas al tema se publicaron a partir de febrero, mostrando un claro repunte en los casos donde las polémicas en los videos trascendía hasta instancias legales o de derechos humanos. También hubo especial atención a los casos donde se involucraban empresarios, tales como Raul Libien y Meyer Klip. (Figura 3.2.2)

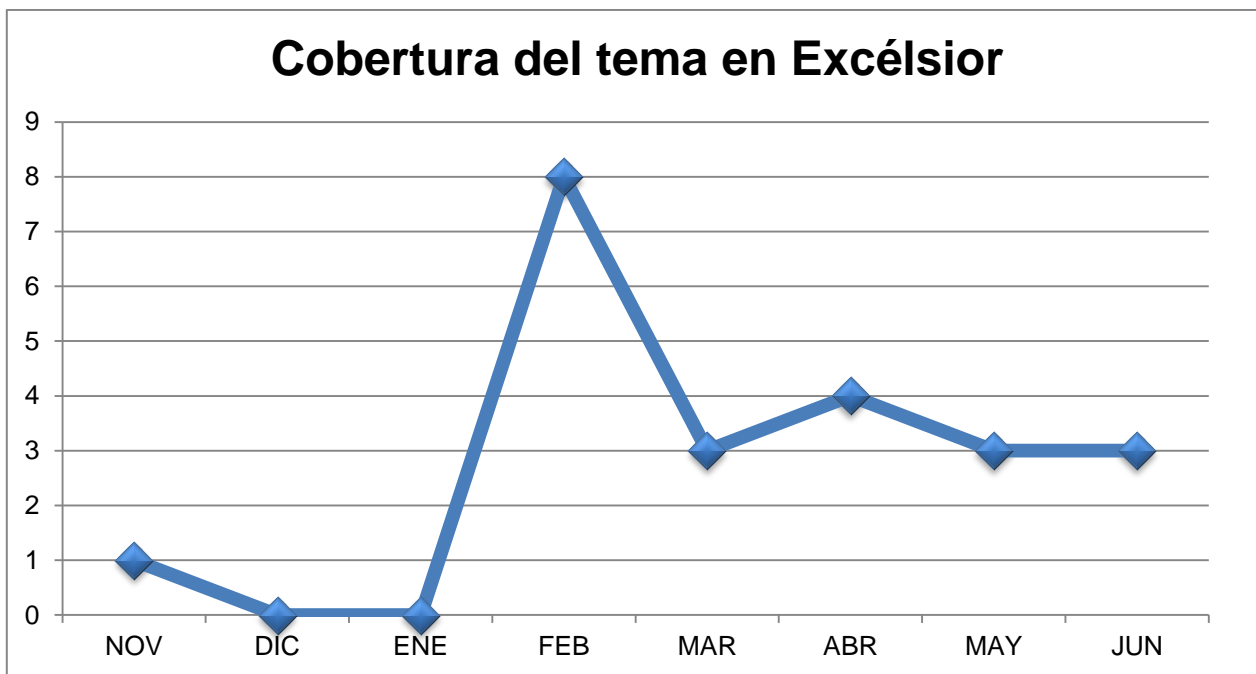


Figura 3.2.2

Aunque la primera transmisión en vivo ocurrió a finales de noviembre de 2015, el auge de estos video-operativos se dio a partir del mes de febrero. En un principio, Excélsior mostraba una tendencia positiva hacia la figura de Arne y de *Periscope* como herramienta de comunicación política. Por ejemplo, en el conflicto del político con los escoltas del empresario Raúl Libien, a Arne se le dio cobertura para dar réplica e incluso se mostró la violencia de la que fue víctima.

Sin embargo, la tendencia de las notas comienza a dar un giro hacia lo negativo a partir de las posturas emitidas por las instancias de Derechos Humanos en la capital del país, a raíz de una serie de demandas interpuestas por el actuar del *city manager* (Figura 3.2.3). Finalmente, cuando la cobertura finaliza, finaliza con mayoría de posturas positivas, al momento en que Arne renuncia a su cargo como *city manager*.

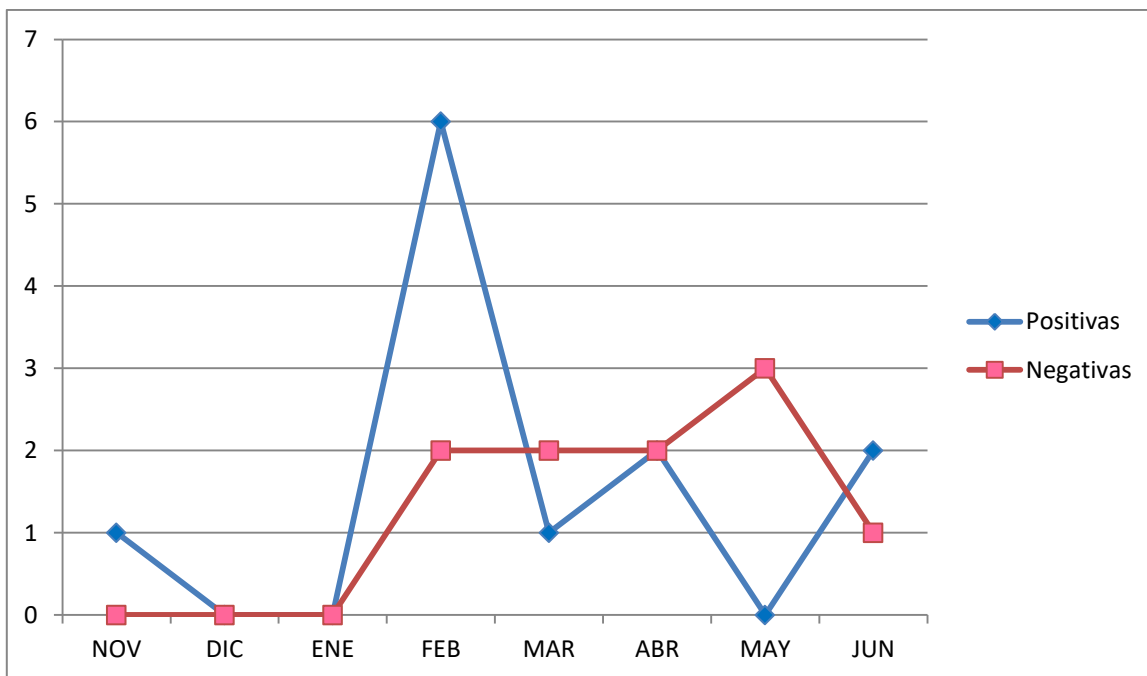


Figura 3.2.3

A continuación se presenta un balance de las notas publicadas en Excélsior a partir del 26 de noviembre de 2015 hasta el 23 de junio de 2016, un día después de que Arne Aus den Ruthen anunciara públicamente su renuncia al cargo. Cronológicamente se exponen los titulares y un breve resumen, para determinar si la nota fue favorable o desfavorable para la legitimidad del funcionario público y de *Periscope*. (Figura 3.2.4)

DÍA	MES	TITULAR	OBSERVACIONES
26	NOV	#LadySotelo mintió y pagó 69 pesos de multa por tirar basura https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2015/11/26/1059736	<u>Redacción</u> Después del operativo donde se exhibe a una vecina de Lomas de Sotelo tirando basura, la entonces delegada, Xóchitl Gálvez señaló que la mujer pagó una multa menor a la indicada “ ‘Hubo un vecino que él solo se subió a la patrulla y fue al juez cívico a que le explicarán porque era delito tirar basura y lo multaron con 13 días, 900 pesos’, destacó.”

17	FEB	Arne Aus den Ruthen difunde en video a empresario prepotente https://n9.cl/3cp2k	<u>Redacción</u> Se exhibe la actitud del empresario Libien y de sus escoltas. Además de señalar las agresiones hacia el city manager.
17	FEB	Agreden a Arne Aus den Ruthen en operativo https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/02/17/1075629	<u>Redacción</u> En el texto se señala a Arne como víctima, al ser acorralado por los escoltas de Libien para que respondiera la llamada del empresario. Asimismo, señala que Arne no tiene miedo y seguirá trabajando.
17	FEB	Me estaban cazando, señala Arne Aus den Ruthen https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/02/17/1075783	<u>María Fernanda Navarro</u> Se muestra a Arne como víctima “Los cuatro sujetos lo golpearon en el rostro, intentaron privarlo de su libertad y robaron su teléfono celular; en la grabación se revela cómo Arne era monitoreado a través de la transmisión de Periscope, porque se escucha una voz que dice ‘apaga ese celular Roberto, que se está escuchando todo, todo está saliendo al aire’.”
18	FEB	Consignan a agresor de Arne Aus den Ruthen https://n9.cl/rnj0n	<u>Redacción</u> Se señala a Javier Mejía Callejas como principal actor de las agresiones de sufrió Arne
18	FEB	Falta detener a Libien y tres escoltas: Arne Aus den Ruthen https://n9.cl/0ls33	<u>Redacción</u> Se da una réplica a Arne, quien indicó que no dejaría de hacer sus operativos vía Periscope y lucharía por el respeto de las vialidades en la delegación Miguel Hidalgo
19	FEB	Guarura: yo solo pasaba por ahí; agresión a Arne https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/02/19/1076123	<u>Filiberto Cruz</u> El periodista habla de la presunción de inocencia de Javier Mejía Canales, señalado como agresor de Arne Aus den Ruthen Haag.

			<p>“La Comisión de Derechos Humanos del DF analiza si las transmisiones de Periscope del city manager violan el derecho de presunción de inocencia y honor de los presuntos infractores. Perla Gómez, presidenta de la CDHDF, dijo que ello puede desencadenar prácticas de violencia hacia los presuntos.”</p>
22	FEB	<p>Arne continúa con recorridos en MH</p> <p>https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/02/22/1076684</p>	<p><u>Redacción</u></p> <p>El contenido es meramente informativo y se le da foco al funcionario, donde se explican que el city manager recogió cachivaches en la colonia Anáhuac por obstruir vía pública.</p>
24	FEB	<p>Sí hay violación con grabaciones de Arne Aus den Ruthen: InfoDF</p> <p>https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/02/24/1077193</p>	<p><u>Ximena Mejía</u></p> <p>“Para el Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (InfoDF) las grabaciones de Periscope que realiza el city manager de Miguel Hidalgo, Arne Aus den Ruthen, incurren en una violación a la privacidad al identificar públicamente a los infractores.”</p>
2	MAR	<p>Abren puerta a regulación: uso oficial de Periscope</p> <p>https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/03/02/1078360</p>	<p><u>Ximena Mejía</u></p> <p>Se expone el debate en torno a la regulación de Periscope para uso de los funcionarios públicos, mismo que ya se encontraba en la agenda de la Asamblea Legislativa del DF.</p> <p>Asimismo, se retoma la declaración de Salvador Guerrero, ex comisionado del InfoDF:</p> <p>“La intención de regular la exhibición de ciudadanos que violan la ley por parte de funcionarios viola el artículo 7 Constitucional, así como el principio de flagrancia y de transparencia.”</p>
17	MAR	<p>Arne realiza operativo contra la prostitución en la Anzures</p>	<p><u>Redacción</u></p> <p>El contenido es expositivo, donde se da cobertura a un video-operativo más del city</p>

		https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/03/17/1081541	manager "Arne Aus den Ruthen señala que se trata del primer operativo contra el sexoservicio que lleva a cabo, pero que continuará realizándolos."
22	MAR	Tras operativo de Arne clausuran por "transfobia" la Miguel Hidalgo https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/03/22/1082355	<u>Redacción</u> A raíz del anterior video-operativo, integrantes de la comunidad transgénero protestaron en contra del city manager, acusándolo de transfobia Por su parte, Arne respondió en Twitter: "Ud confunde aplicación de la ley con fobia @DianaSanchezBar , se llama civifobia"
12	ABR	Sujeto amenazó a Arne y ahora es apodado#LordPalo https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/04/12/1086075	<u>Redacción</u> En dicha ocasión se evidencia a un vecino que actuó de manera violenta ante un video-operativo de Aus den Ruthen. Entre los actos mencionados, se expone un lenguaje agresivo y amenazas de sacar un arma de fuego.
18	ABR	#LordPalo acusa a Arne de haberle dicho que tenía "discapacidad mental" https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/04/18/1087297	<u>Redacción</u> Posteriormente se da derecho de réplica al vecino y se le señala como víctima: "Debido al incidente, tuvo que acudir al hospital, ya que al ser una persona diabética e hipertensa se le subió la glucosa y la presión, además de haberse enfermado del estómago. Don Pepe reconoce ignorar sobre Twitter y redes sociales, pero ha recibido comentarios sobre burlas que se han hecho en ellas contra su persona; situación que lo ha puesto triste."
21	ABR	#LadyDosPlazas reclama a Arne que fue despedida https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/04/21/1087976	<u>Redacción</u> Durante una transmisión en Periscope, se mostró a una ex funcionaria de la delegación molesta por su despido. Sin embargo, el city manager dice en vivo que esta mujer tenía dos

			plazas en la administración pública y estaba cometiendo un acto ilegal.
21	ABR	<p>Copred pide a Arne tomar clases de sensibilización</p> <p>https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/04/21/1087766</p>	<p><u>Ximena Mejía</u></p> <p>“El Consejo Para Prevenir y Erradicar la Discriminación de la Ciudad de México (Copred) exhortó a la jefa delegacional de Miguel Hidalgo, Xóchilt Gálvez a llevar a Arne Aus den Ruthen a clases de sensibilización.</p> <p>A través del oficio COPRED/DCND/099/2016 se determinó que el funcionario usó lenguaje discriminatorio en contra de Manuel Alberto Flores, quien padece síndrome de Noonan, en la colonia Molino del Rey, mientras realizaba un operativo videograbado vía Periscope, el pasado 3 de febrero en la calle de Alicia.”</p>
5	MAY	<p>Arne levanta estructuras de la Femexfut que instalarían en Reforma</p> <p>https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/05/05/1090916</p>	<p><u>Redacción</u></p> <p>Se exhibe al city manager retirando material de la Federación Mexicana de Fútbol, quienes estaban realizando actividades en el Bosque de Chapultepec.</p> <p>El política desconocía del caso e incluso dijo en tono de broma que los objetos eran “huevos de dinosaurio” y estaban rellenos de chocolate</p>
19	MAY	<p>Se le cae el teatrillo a Arne</p> <p>https://www.excelsior.com.mx/opinion/adrian-rueda/2016/05/19/1093594</p>	<p><u>Adrián Rueda</u></p> <p>En su columna “Capital Político”, el periodista señala a la entonces delegada Xóchitl Gálvez por encubrir al city manager:</p> <p>“Tras la denuncia, en lugar de ordenar una investigación a fondo para deslindar responsabilidades, la delegada Xóchitl Gálvez salió a defenderlo a priori, como madre que protege a su cachorro.</p> <p>Convirtiéndose en una especie de juez y parte, diagnosticó que no había delito que perseguir y exoneró de buenas a primeras a su funcionario, famoso por exhibir en redes a los que él considera malandrines.”</p>

27	MAY	Prohíben a Arne usar Periscope como funcionario https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/05/27/1095303	<u>Notimex</u> Se menciona el dictamen del Juzgado 14 en Materia Administrativa en la Ciudad de México, que inhabilita a Arne Aus den Ruthen Haag de usar Periscope y demás redes sociales mientras sea funcionario público
4	JUN	Expone City Manager ayuda de Meyer Klip a infractor https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/06/04/1096740	<u>Arturo Páramo</u> El periodista es expositivo y narra la experiencia que tuvo Arne luego de que el empresario Meyer Klip interviniera a favor de un vecino para que la policía no procediera ante su falta cívica.
5	JUN	Y ahora: Arne contra Meyer https://cdn2.excelsior.com.mx/Periodico/flip-comunidad/05-06-2016/portada.pdf	<u>Arturo Páramo</u> Tras el enfrentamiento que tuvo con el empresario, el city manager impuso en twitter el hashtag #HazmeEIParoMeyer. Ante esto, Arturo Páramo señala que otra vez, Arne da de qué hablar. “El city manager de la delegación Miguel Hidalgo, Arne Aus den Ruthen, se involucró en una nueva polémica en redes sociales”
23	JUN	Arne renuncia a su cargo como city manager de la MH https://n9.cl/4hgg5	<u>Ximena Mejía</u> Arne anuncia su retiro del cargo, sin embargo, asegura que en calidad de ciudadano seguirá señalando las faltas cívicas en otras delegaciones

Figura 3.2.4

En cuanto a los periodistas que dedicaron mayor atención al tema, independientemente de la redacción, sobresalen los nombres de Ximena Mejía, quien dio seguimiento al impacto que este tuvo en la agenda política; y de Arturo Páramo, quien se centró en el conflicto entre Arne y el empresario Meyer Klip. (Figura 3.2.5)

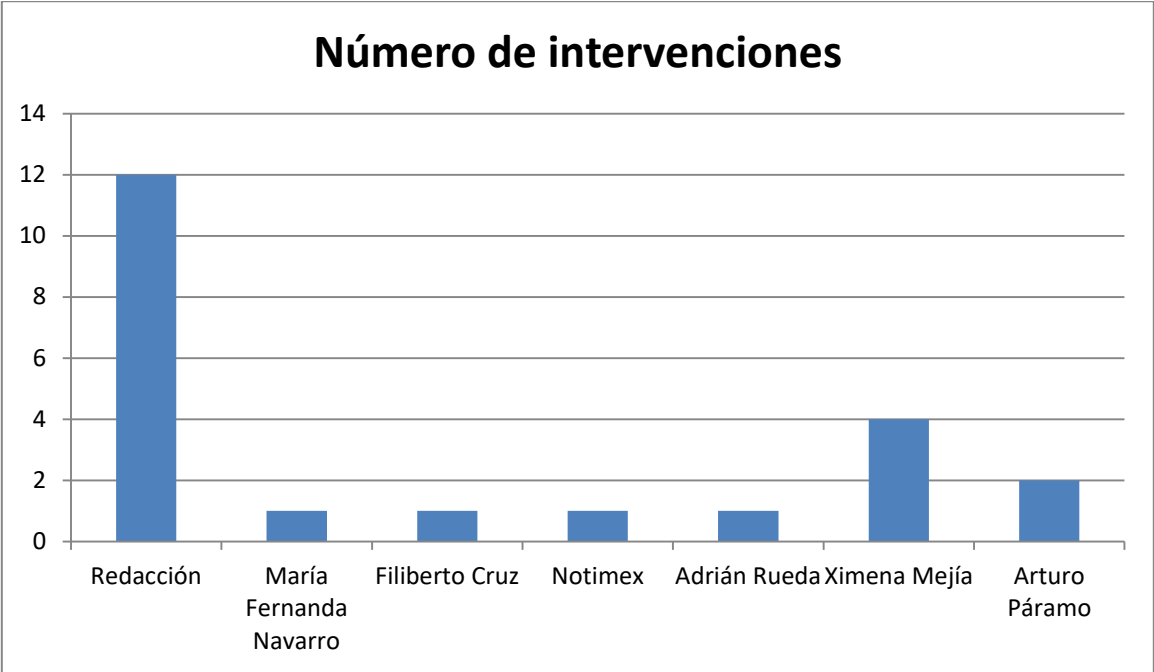


Figura 3.2.5

3.3. EFECTOS DEL CASO ARNE,

Sin lugar a dudas, el fenómeno provocado por el uso de *Periscope* como herramienta gubernamental en la delegación Miguel Hidalgo causó muchas polémicas y generó debates en distintos sectores de la sociedad. Tras posicionarse en los medios de comunicación se convirtió en un tema de discusión dentro de las esferas políticas.

Periscope, como una aplicación de su tiempo, fungió como espacio de difusión de información en tiempo real, al alcance de la población. Arne Aus den Ruthen Haag supo sacar provecho de esta herramienta, pues no solo la usó para facilitar

su trabajo y dar muestra de transparencia, sino que se hizo visible ante los medios de comunicación masivos y por ende ante la opinión pública.

El posicionamiento del tema dio la apertura a la discusión de distintos ámbitos sociales, entre ellos la garantía de los derechos humanos. Por un lado, la defensa de la libertad de expresión, y por otro, el respeto a la privacidad de los individuos. Estos temas formaron parte de la agenda política de esa época y fomentaron discusiones en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal así como en instituciones capitalinas.

En el primer capítulo, al hablar de la existencia de la comunicación política como “una actividad en donde se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de estas en la comunidad” (Canel, 2006:27), se resalta la importancia de la diversidad de opiniones y la confrontación ideológica.

Las estrategias gubernamentales miden su eficacia a partir de los resultados obtenidos y de la respuesta replicada en la ciudadanía. La comunicación política es necesaria en un espacio donde se busca conocer las distintas opiniones, para tener ante sí una mayor variedad de perspectivas que permitan enriquecer el debate, previo a la continuidad de las acciones implementadas.

Esta idea es apoyada por Wolton (1996: 37), quien asegura que la comunicación política es “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios”, determinando como principales personajes a los políticos, la opinión pública y los medios de comunicación. Lo cual, habla de un interés por parte de los gobernantes por conocer la percepción de la ciudadanía.

Situando a los políticos y a la opinión pública como dos entes opuestos, con intereses distintos, se entiende la polarización como un requisito para la realización del debate, pues es a través de la confrontación de ideas y lógicas que se construye el consenso, una de las finalidades de la política.

En el centro de este esquema y como recurso conciliador están los medios de comunicación, que facilitan y regulan el diálogo, de ahí su importancia en las

relaciones sociales. Donsbach (1995: 41) lo sustenta al expresar que “la política y el consenso se establecen principalmente en y a través de los medios de comunicación”.

Una de las condiciones que establece la comunicación política es la realización del debate público, donde se garantiza la participación de distintos actores de la sociedad. El debate pone en cuestión la pertinencia de ciertos temas y la importancia de las demandas ciudadanas, en búsqueda de una cultura cívica.

“La comunicación, prerequisite del vínculo social indispensable para la unidad política, sirve a la publicización, la politización y la polarización porque permite la expresión de la insatisfacción, porque autoriza la transferencia de responsabilidad, porque hace posible la formación de programas de acción alternativos y, finalmente, porque reduce pacíficamente la tensión en la política democrática.” (Gerstlé, 2005: 23)

De esta forma, queda en claro la necesidad de la polarización y la discrepancia de opiniones en la sociedad, como condición para nutrir el debate, y la importancia de la comunicación política como mediador para la construcción del consenso a partir de las diferencias, lo que alimenta la legitimidad de los procesos políticos.

Para que el tema de discusión logre trascender en la opinión pública, es necesario que tenga un fuerte impacto a través de los medios de comunicación.

El fenómeno de Arne y el *Periscope* rebasó las fronteras territoriales de la demarcación Miguel Hidalgo. En internet comenzaron a hacerse virales los videos donde el funcionario llevaba a cabo sus operativos y exhibía las conductas ilegales de los vecinos. Como se observó en el apartado anterior, el tema estuvo presente por varios meses en los medios de comunicación.

A partir de esto podemos deducir que la intención del gobierno de Xóchitl Gálvez, más específicamente de Arne Aus den Ruthen Haag, no era dictaminar una forma de pensar o percibir la realidad sino establecer la episteme sobre la cual los políticos, los comunicadores y los ciudadanos iban a discutir.

Kuschick (2009: 33) retoma el papel de los medios de comunicación como factores que empatizan con las audiencias tratando de llegar a distintos públicos, determinándolo como “la capacidad de los medios de mimetizar un discurso de

características tan generales para que sea compatible con varias audiencias de manera simultánea”.

En definitiva, se trata de un caso de la comunicación política a partir de las plataformas digitales. La interacción que generó el uso de *Periscope* por parte de un funcionario público, se volvió tan viral que logró ocupar un espacio en la agenda mediática por varios meses, y posteriormente ser tema entre las esferas políticas. Con esto, la ciudadanía, los medios de comunicación y la clase gobernante fueron partícipes de un ciclo de intercambio de información.

3.3.1. *Periscope*: la discusión y discrepancia en la opinión pública

La discusión argumentada surge a partir de una confrontación de lógicas, que articulan su mensaje gracias al discurso, el vehículo a través del cual las ideas son palpables y se proyectan a través de los signos. Gerstlé (2005: 40) sustenta esta idea, al señalar que: “El espacio público resulta de la interlocución de los ciudadanos que alcanzan su libertad participando en los asuntos públicos.”

Como se había mencionado en párrafos anteriores, el debate público se nutre a partir de las diferencias. Dentro de una democracia deben existir desacuerdos y, aunque se llegue a un consenso, habrá actores que no se sentirán representados y muestran inconformidad con el mismo.

Menciona Baca (1996: 32) que: “El ‘consenso total’ no solo impide la proliferación de las opiniones discordantes de los distintos grupos sociales, sino que también nulifica el diálogo y condena cualquier expresión disidente por considerarla perniciosa para el orden político”. Por lo cual, la discrepancia se garantiza al momento de visibilizar la diversidad de posturas.

“Utilizando *Periscope* (..) Arne consiguió detonar un circo de opiniones de varias pistas en el que, como sucede con muchos temas que involucran a las nuevas tecnologías, cada quien jala agua para su molino. Los haters de Arne dicen que viola los derechos humanos de las personas al exhibirlas en falta, al grado de humillarlas. Los fans dicen que es un funcionario que trabaja y lo demuestra en tiempo real y que nada difiere de lo que en su tiempo hiciera el famoso Óscar Cadena y su Cámara In Fraganti. Y otros más dicen que es

como el burro que tocó la flauta: con un poco de suerte consiguió instalarse en el centro de la opinión pública por la liviandad de las redes sociales.” (Ángeles, 28 de febrero de 2016, *Milenio*)

El uso de las redes sociodigitales no está limitado por la ley, puesto que son de acceso libre – a reserva de las que tienen un costo monetario –, por lo cual, el *city manager* ejercía su derecho de uso. En todo momento, estuvo presente la acusación a la violación a la privacidad, por exhibir la identidad de las personas. Sin embargo, en su momento, no existía una ley específica para *Periscope* que hablara de su uso en espacios públicos.

Más allá de calificar como malo o como bueno lo que el *city manager* hacía, el debate giró en torno a la pertinencia de usar la plataforma de *livestreaming* como herramienta de trabajo.

¿En cuántas ocasiones el ciudadano ha estado ante un caso de abuso de poder por parte de una autoridad? ¿Cuántas veces no se ha visto a un culpable quedar como inocente debido a sus influencias con altos mandos? Peor aún ¿cuántos de esos actos de corrupción no se están cometiendo en este momento, sin ser sancionados y sin que nadie se entere?

Arne Aus den Ruthen se dio a la tarea de exhibir actos de desacato a la ley en vía pública y asegurarse de que se aplicara la sanción correspondiente. Como funcionario y teniendo la herramienta de *Periscope*, se encargó de posicionar el tema en la agenda mediática, destacando la importancia del mismo.

“Arne, el *city manager* que se ha dado a la tarea de documentar, registrar, consignar en vivo –lenguaje televisivo que quiere decir en el mismo momento que sucede– los actos y conductas infractoras de muchos ciudadanos que tiran la basura en lugar prohibido, que estacionan su auto –“un momentito nada más”– en sitios indebidos, que bloquean el tránsito sin importar quién circula por esa calle, recibió no sólo un robo y agresión física, sino además la amenaza del célebre #LordMeLaPelas. Para variar, resultó cierta: nadie ha podido todavía acusar, consignar o multar al poderoso ciudadano por sus abusos y agresiones.” (Kourchenko, 25 de febrero de 2016, *El Financiero*)

El ex delegado de la Miguel Hidalgo, supo sacar provecho de una aplicación que en nuestro país había sido empleada solo como plataforma de promoción personal. Por meses se había visto a políticos hacer gala de *Periscope* en sus

actos de campaña o recorridos, pero fue hasta el caso del *city manager* cuando un funcionario lo utilizó de una forma más estratégica: encarando a los infractores y dignificando el poder de la ley en un país donde se cuestiona el Estado de Derecho.

“En la Ciudad de México no se había visto un ejemplo así, quizá porque la densidad y la masa crítica en cuanto a usuarios en la zona metropolitana impide una conversación homogénea en la que sectores populosos se ocupen de un mismo tema. Y eso es lo que consiguió Arne.” (Ángeles, 28 de febrero de 2016, *Milenio*)

En el primer capítulo se mencionó que la comunicación política busca, entre otras cosas, fomentar la participación ciudadana dentro del debate público. Esta tarea a veces pareciera complicada, al buscar un tema en común en el que puedan participar distintos estratos de la población y que sea de incumbencia tal, que genere interés social.

Aus den Ruthen se presentaba a sí mismo como un ciudadano que hacía uso de su libertad de expresión y señalaba conductas ilegales que muchas veces pasaban por alto. Y lo hacía a través de internet y de plataformas que estaban al alcance de muchos vecinos, como evidencia de que ellos también podrían llevarlo a cabo.

“Arne no invadió la casa de esos ciudadanos para violar su intimidad y legítimo derecho a la privacidad; los grabó y transmitió en el espacio común, en la afectación insolente, grosera, del bien comunitario, del espacio que nos corresponde a todos proteger y que, además, está reglamentado. Es decir, los consignó en flagrante violación del derecho comunitario.” (Kourchenko, 25 de febrero de 2016, *El Financiero*)

En el segundo capítulo de esta tesis, se habló de la importancia de la figura del *city manager* dentro de una sociedad, como figura conciliadora e impulsora de políticas. Cordero (2012) enlista entre sus labores la construcción de relaciones laborales, desarrollo organizacional e información a la ciudadanía.

Aguirre (2016) explica en un artículo, que el *city manager* es el personaje que recibe las quejas de los vecinos ante la falta de servicios. Mientras que Demir (2020) habla del liderazgo comunitario como una virtud de esta figura para “establecer vínculos con las partes interesadas e informar, involucrar, inspirar y

convencer a los diferentes actores políticos para la adaptación e implementación de políticas exitosas”.

A estas alturas de la investigación, valdría la pena reflexionar acerca de las características cumplidas por Arne Aus den Ruthen Haag mientras se desempeñaba en ese cargo y si verdaderamente cumplía con los roles de un *city manager*. Su nombramiento oficial era el de Director General de Administración Delegacional, sin embargo, para fines de posicionamiento mediático adoptó el término anglosajón.

En primera instancia, Arne tenía contacto directo con los vecinos de la demarcación, y aunque acudía al lugar de los hechos cuando reportaban alguna anomalía, su labor era la de asegurar el cumplimiento de la ley, antes que conocer las necesidades de las colonias.

Aprovechando el alcance que le brindaba una plataforma como *Periscope*, el político pudo haber transmitido no solo los operativos sino también las visitas a las colonias y barrios de la delegación, en donde estableciera un diálogo con los vecinos. De esta forma, habría limpiado la imagen negativa que estaba generando el exhibir las malas conductas ciudadanas.

3.3.2. Las consecuencias

La exhibición de rostros y de datos personales a través de los video-operativos, expuso a los involucrados a una violencia cibernética en donde se les juzgaba por sus actos y se les ponía apodos acompañados de la palabra #Lord o #Lady. Las afectaciones en algunos fueron mayores, pues se interpusieron denuncias ante la comisión capitalina de los Derechos Humanos.

La inconformidad social en torno al uso de *Periscope* como herramienta de trabajo por parte del *city manager* fue evidente. La administración de Gálvez recibió una primera lección en las elecciones a la Asamblea Constituyente, en junio de ese mismo año. Una delegación que con mucho trabajo había recuperado

el PAN, favoreció en las urnas a Morena, que pasó de ser cuarta a primera fuerza, superando al blanquiazul por 5 mil votos.

Dos años más tarde, el partido de López Obrador ganaría en la delegación. La entonces candidata del PAN, Margarita Martínez Fisher, señaló los efectos que el experimento de Arne y *Periscope*, pudiera tener en el resultado electoral:

“Lo que yo me topé en la calle (campaña 2018) fue mucho odio, mucho rencor, decepción. A lo mejor inhibieron malas conductas, pero eso no generó que las personas estuvieran suficientemente contentas como para refrendar al PAN. También se trata de una llamada de atención” (Fisher, 2020)

Ante estas consecuencias, se podría pensar que la estrategia comandado por Aus den Ruthen en la Miguel Hidalgo fue una estrategia fallida, al generar más negativos que positivos y perder una batalla mediática donde se antepusieron la libertad de expresión y el derecho a la vida privada.

Sin embargo, esta afirmación sería válida, en dado caso de que el único objetivo de los políticos involucrados hubiera sido la mejora de las conductas. Pero como se mencionó a principios de esta investigación, la comunicación política también busca llamar la atención, atraer la participación de la opinión pública.

Una de las primicias de esta disciplina es fomentar el debate público y el diálogo entre varios sectores de la sociedad, lo que nutre este esquema es precisamente la contradicción en los discursos y la posibilidad de diferir respecto a un mensaje. Asimismo, destacar la importancia de los medios de comunicación para incidir en la opinión pública y en las esferas políticas.

“Si el objetivo era ser visibles, aumentar el número de seguidores, causar polémica, se cumplió. Que eso inhibiera malas conductas, que hubiera menos basura en la calle, menos daño a la sociedad o que generara un cambio notable para bien, no lo creo. Es un método que tiene sus contradicciones.” (Fisher, 2020)

Probablemente el interés de Arne no era pasar a la historia como un justiciero sino reposicionarse en la agenda-setting, después de muchos años de ausencia. Quizás la estrategia de Xóchitl Gálvez iba más allá de fomentar una cultura cívica en la delegación y en realidad buscaba reflectores hacia su gobierno.

El 22 de junio de 2016, en una conferencia de prensa, Arne Aus den Ruthen Haag dio a conocer su renuncia al cargo de Director General de Administración Delegacional (*city manager*), luego de una serie de polémicas y problemas legales originados a través de sus transmisiones de *Periscope*. Sin embargo, aseguró que en su calidad de ciudadano, seguiría documentando a través de esta plataforma las conductas ilegales de las y los vecinos en otras delegaciones.

Los efectos del caso Arne Aus den Ruthen Haag, también dejan una lección respecto a la confianza que los ciudadanos depositan constantemente en la tecnología y en esta ocasión en las *livestreaming*, considerándose como aliadas. En el primer capítulo de esta investigación se advertía acerca del peligro que estas representaban, y el estudio de este caso dejó claro que la tecnología puede ser un arma de doble filo, que también expone a la población.

Respecto al uso de las herramientas para ejecutar una estrategia, se demostró que *Periscope* fue eficaz, pues cumplió con su finalidad: facilitar el acceso a la información, reunir a distintos sectores y lograr un mayor alcance en los mensajes.

El 31 de marzo de 2021 *Periscope* llegó a su final, tras varios años de existencia. Sin embargo, pasó a la historia en México como una aplicación cuyo uso abrió el debate en torno a los derechos de privacidad; además, quedará en el recuerdo como la herramienta que ayudó a posicionar temas y personajes políticos dentro de la agenda mediática.

CONCLUSIONES

Tras la elaboración de esta investigación fue posible constatar el poder que tienen las aplicaciones de *livestreaming* como herramienta de comunicación política, además de las ventajas que pueden representar para un gobierno si se usan de manera oportuna.

Por ende, se comprende la decisión de Arne Aus den Ruthen Haag de usar *Periscope* como herramienta de trabajo en la delegación Miguel Hidalgo, ya que además de lo práctico que resultaba, fue una plataforma que gozaba de gran popularidad entre los internautas.

Específicamente en el caso de Miguel Hidalgo, al tratarse de la segunda demarcación con mejor calidad de vida en la Ciudad de México – solo detrás de Benito Juárez –, tenía una clase media dominante, con acceso a los servicios, entre ellos Internet. La llegada de una aplicación que no solo les recordara a los ciudadanos sus errores sino que los exhibiera ante miles de personas, generó discusiones en los medios de comunicación.

En la presente investigación se expuso el caso específico de Arne Aus den Ruthen, un “gerente de ciudad” que a través de las redes sociodigitales y de una aplicación quiso establecer mayores condiciones de transparencia, a la vez de implementar una estrategia para generar cobertura a las acciones emprendidas durante su cargo como *city manager*, a finales de 2015 y principios de 2016.

A lo largo de esta tesis se comprobaron varias hipótesis, la principal es que *Periscope*, más allá de una aplicación digital, fue una herramienta de comunicación política, al propiciar las condiciones para la reapertura del debate público y fomentar la participación de varios estratos de la sociedad; los políticos al intentar legislar al respecto, los ciudadanos al interponer denuncias y manifestarse, y los medios de comunicación al incluir el tema en su agenda durante varios meses.

Periscope fue una herramienta al servicio del gobierno para poder comunicarse con la población y en tiempo real lograr un permanente intercambio de discursos; dio una gran cobertura a las labores del *city manager* y de la administración delegacional y ayudó a reposicionar a figuras políticas que se encontraban desaparecidas de la arena pública.

De acuerdo con lo declarado por Aus den Ruthen y por la ex delegada Xóchitl Gálvez, su tarea era velar por el cumplimiento de la ley y la reivindicación de una cultura cívica. No obstante, el ejercicio de su función podría haber infringido en disposiciones legales que protegen los derechos de los ciudadanos.

Tal vez uno de los errores de Arne al usar el *Periscope* fue mencionar información que exponía la identidad de los acusados. Sobre todo en las primeras grabaciones, no se tenía cuidado de lo que se transmitía, se daban datos de la colonia, se mostraban los rostros e incluso en ocasiones se proporcionaban números de placas de circulación. Además de exhibir al ciudadano, esto podría poner en peligro su seguridad personal, pues lo hacía vulnerable al hostigamiento.

La aplicación de la transparencia contemporánea refiere a una rendición de cuentas de personas públicas mientras se encuentren en el ejercicio de sus funciones, con medios públicos, lo cual deslinda por completo a los ciudadanos de que esto aplique en ellos, ya que no son sujetos obligados en algún cargo.

Bajo el supuesto de que la intención de Xóchitl Gálvez al contratar a Arne como *city manager* en dichas condiciones, era fomentar la cultura cívica y el respeto a la ley en la delegación Miguel Hidalgo, sería importante hablar acerca de la forma en que se ejecutó esa idea.

Según lo declarado por las autoridades de la delegación Miguel Hidalgo, se trataba de que la ciudadanía adquiriera la cultura de la denuncia, que señalara y reprobara ciertas conductas que afectan al espacio público (territorial). Sin embargo, lo único que se logró fue la atención mediática y el posicionamiento en las tres agendas que se han mencionado en el presente trabajo.

Estudiar el uso de *Periscope* al servicio de la comunicación política parte de la idea de que es una herramienta funcional en espacios públicos donde existan las condiciones de diálogo. Mientras de mayor acceso sea una plataforma, mayor incidencia tendrá en la opinión pública y por ende elevará el índice de participación ciudadana.

Si se considera esto como un experimento social, deja para la historia varias lecciones en torno al uso de la tecnología, de lo peligrosas que pueden ser las redes sociodigitales y de la delgada línea que se puede rebasar en el intento de invadir esferas privadas.

El experimento pasó a la historia como un episodio donde se violentaron los derechos humanos desde una posición ventajosa, generando un rechazo que se vio reflejado en las demandas interpuestas ante las instancias correspondientes de Derechos Humanos en la capital del país.

De ahí es que se deriva la importancia de contar con un respaldo que regulara dichas acciones y que garantizara tanto el derecho a la libre expresión de los funcionarios públicos como la protección a la integridad de las y los ciudadanos. Pudieron haber sido muchos escenarios en que el gobierno de la delegación saliera beneficiado, pero entre éstos, la presente investigación apoya la alternativa de la autorregulación.

Si los funcionarios públicos de la Ciudad de México – primordialmente Xóchitl Gálvez y Arne Aus den Ruthen – hubiesen expresado de manera oficial su compromiso y responsabilidad con los derechos humanos de la población, durante el uso de *Periscope*, podría disminuir el rechazo a dicha estrategia.

Tal vez era necesario que el conflicto estallara para ser conscientes de la situación representaba el avance de la tecnología y la incursión de la comunicación política en las redes sociodigitales, así como el uso desmedido de las nuevas aplicaciones por parte de los gobernantes.

Ahora corresponde aprender de estas lecciones, para reflexionar en torno al uso consciente de las aplicaciones *livestreaming* como fuente de transparencia, con miras a futuros gobiernos que seguirán desenvolviéndose mediáticamente en Internet y a través de las nuevas aplicaciones que vayan surgiendo en las redes sociodigitales; va a ser necesario contar con un documento que garantice la libertad de expresión sin afectar la integridad de terceros.

Prohibir el uso de estas herramientas no es la solución, al contrario, se debe fomentar el uso de estas plataformas que fomenten el esquema de la comunicación política y cuidar la forma en que se utilizan. Debe existir el compromiso y la madurez política por parte de los funcionarios públicos para actuar con responsabilidad y fomentar una cultura cívica a través del ejemplo.

¿Estamos preparados como sociedad para este tipo de medidas? ¿Qué nivel de desconfianza tenemos hacia las autoridades, como para rechazar su participación en este tipo de video-operativos, mientras aplaudimos cuando la iniciativa y la acción provienen de la ciudadanía?

¿Le tenemos más miedo al ridículo y a la exhibición que a la autoridad? ¿Qué tanto poder adquiere un ciudadano al portar un dispositivo móvil que transmite en vivo? ¿Hace años nos imaginábamos que Internet iba a ser la nueva hoguera pública? ¿Es verdaderamente viable la regulación de estas plataformas?

El caso Arne Aus den Ruthen Haag nos deja también muchas preguntas, que solo el tiempo y la experiencia con futuros gobiernos podrán respondernos...

REFERENCIAS

Bibliografía

- ❖ Albacar, S. (2017), “Una propuesta metodológica para estudiar el impacto de los sitios de nueva generación en el periodismo”, Tesis doctoral, Universidad CEU Cardenal Herrera, Valencia [Recuperado el 19 de abril de 2020]: <https://bit.ly/2S6KqVp>
- ❖ Álvarez-Gayou, J. (2004), *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, México, Paidós
- ❖ Arteaga, C. (2006), *Ciencias Sociales e investigación social*, México, UNAM/ Plaza y Valdés
- ❖ Baca, L. (1996), *Diálogo y democracia*, Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática [Recuperado el 6 de diciembre de 2020] <https://n9.cl/r6qn>
- ❖ Bonilla, J. (2010), *Personas y derechos de la personalidad*, Colección Jurídica General, Madrid
- ❖ Canel, M. (2006), *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*, Tecnos
- ❖ Carbonell, M. (2006), “El derecho de acceso a la información como un derecho fundamental” en López Ayllón, S. *Democracia, transparencia y Constitución: Propuestas para un debate necesario*. México, UNAM-IFAI
- ❖ Castells, M. (2009). “Comunicación y poder”. Alianza Editorial. Madrid.
- ❖ Castells, M. (2012) “Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet”. Alianza Editorial. Madrid.
- ❖ Donsbach, W. (1995), “Contenidos, utilización y efectos de la comunicación política”, en *Comunicación Política*, Madrid, Universitas

- ❖ Dorantes, G. (2016), *Internet, Sociedad y Poder. Democracia digital: comunicación política en la era de la hipermediación*, México, UNAM,
- ❖ Duarte, E. (2003), “Por una epistemología de comunicación” en *Epistemología de comunicación*, Sao Paulo, Loyola
- ❖ Escalante, G. (2002), *El derecho a la privacidad*, México, Cuaderno 2 del IFAI
- ❖ Exposición de motivos de la reforma al Art. 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Privados (2006)
- ❖ Fagen, R. (1971), *Política y comunicación*, Paidós
- ❖ Ferry, J., Wolton, D., et al. (1998), *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa
- ❖ Flórez-Flórez, J. (2007), “Lectura no eurocéntrica de los movimientos sociales latinoamericanos. Las claves analíticas del proyecto modernidad/colonialidad” en *El giro decolonial*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá
- ❖ Gallardo, A.(1998), *Curso de Teorías de la Comunicación*, México, Cromocolor
- ❖ Garzón, E. (2005), *Lo íntimo, lo privado y lo público*, México, Cuaderno 6 del IFAI
- ❖ Gerstlé,J. (2005), *La comunicación política*, LOM Ediciones [Recuperado el 8 de diciembre de 2020] <https://n9.cl/03h5>
- ❖ Habermas, J. (2009), *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili SL
- ❖ Habermas, J, (2003), *La ética del discurso y la cuestión de la verdad*, Barcelona, Paidós
- ❖ López Ayllón, S. (2009), Artículo 6º Constitucional; en Carbonell (Coordinador), *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada y Coordinada*. México, Porrúa-UNAM

- ❖ McLuhan, M. y Powers B.R. (1991), *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el Siglo XXI*, Gedisa, México
- ❖ Orwell, G. (2016), *1984*, México, Leyenda
- ❖ Petrone, F. (2009). “Estudio de agenda setting: Conceptos, metodología y bordajes posibles”. Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Buenos Aires
- ❖ Reguillo, R. (2015). “Ocupalascalles #Tomaslasredes. Disidencia, insurgencias y movimientos juveniles: del desencanto a la imaginación política” en *El Sistema es antinosotros. Culturas, movimientos y resistencias juveniles*, Gedisa, México
- ❖ Rodríguez, R. (2004). “Teoría de la Agenda-setting, aplicación a la enseñanza universitaria”. Editor A.F.Alaminos.
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2297/1/Agenda_Setting.pdf
- ❖ Rovira, G. (2015). “Abrazar a México: política y sensibilidad estética del #YoSoy132” en *Los movimientos sociales desde la comunicación. Rupturas y genealogías*, INAH, México
- ❖ Sartori, G. (1993), *¿Qué es la democracia?*, México, Patria
- ❖ Scolari, C. (2018) *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Gedisa, Barcelona [Recuperado el 5 de octubre de 2020: <https://n9.cl/ajrl>]
- ❖ Selltiz, C. et al. (1980), *Métodos de investigación en las relaciones sociales*, Madrid, RIALP
- ❖ Sitton, J. (2006), *Habermas y la sociedad contemporánea*, México, Fondo de Cultura Económica
- ❖ Tesis 1ª. CXLVIII/2007, *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, Novena Época, t. XXVI
- ❖ Tzu, S. (2003), *El arte de la guerra*, Biblioteca Virtual Universal [Recuperado el 4 de diciembre de 2020]
<https://www.biblioteca.org.ar/libros/656228.pdf>

- ❖ Wolton, D. (1995), "La comunicación política: construcción de un modelo" en *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa

Cibergrafía

- ❖ Aguado, J. (2004), *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación*, Facultad de Comunicación y Documentación, Universidad de Murcia. [Recuperado el 22 de febrero de 2020]: <https://n9.cl/5sbc>
- ❖ Ayala, E. & González, S.R. (2015), *Tecnologías de la información y la comunicación*, Lima, Fondo Editorial de la UIGV [Recuperado el 22 de febrero de 2020] <https://n9.cl/tsdq>
- ❖ Comisión de Derechos Humanos Distrito Federal (CDHDF), (2018). "Emite CDHDF Recomendación 19/2018 a Alcaldía Miguel Hidalgo por operativos transmitidos en Periscope", Boletín 173/2018, [Recuperado el 28 de enero de 2020] <https://n9.cl/wf49o>
- ❖ Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF), (2018), Recomendación 19/2018, "Tratamiento ilegal y arbitrario de datos personales a través de la aplicación Periscope", 1 de noviembre de 2018. [Recuperado el 28 de enero de 2020] https://cdhcm.org.mx/wp-content/uploads/2018/12/reco_1918..pdf
- ❖ Cruz, J. (2013), *Participio de presente. La imagen en live streaming*, Master Universitario en Arte y Creación [Recuperado el 26 de febrero de 2020] <https://bit.ly/2VpjUIV>
- ❖ Declaración Universal de Derechos Humanos, Naciones Unidas, 2015. [Recuperado el 30 de enero de 2020] https://www.un.org/es/documents/udhr/UDHR_booklet_SP_web.pdf
- ❖ Diario Oficial de la Federación (DOF) con la Reforma 11 de junio 2013, en materia de Telecomunicaciones, (2015) México, Gallardo [Recuperado el 27 de febrero de 2020] www.dof.gob.mx
- ❖ Gallego, S. (2016), *Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el Siglo XXI (2000-2010)*, Madrid, UCM, Facultad de Ciencias de la Documentación [Recuperado el 24 de febrero de 2020] <https://n9.cl/5oai>

- ❖ García Clavería, M. (2013), *La realidad actual del streaming de video, El streaming tradicional vs alternativas actuales*, Universidad Austral, 2013 [Recuperado el 26 de febrero de 2020] <https://bit.ly/2RRnoS0>

- ❖ Gobierno de la Ciudad de México (2015), “Documento de Trabajo Estadísticas Socio-Demográficas Delegación: Miguel Hidalgo Censo de Población y Vivienda 2010”, Consejo de Evaluación del Desarrollo Social, Encuesta Intercensal 2015.[Recuperado el 19 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/3bonmZN>

- ❖ Incera, J., Cartas, R. & Cairó, O. (2007), *Redes Digitales: Presente y Futuro, Laboratorio de Redes Avanzadas*, México, ITAM [Recuperado el 24 de febrero de 2020] <https://n9.cl/hwxnv>

- ❖ Junta de Extremadura, Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología (2001), *Las ciencias sociales en Internet*, Mérida, Dirección General de Ordenación, Renovación y Centros [Recuperado el 26 de febrero de 2020] <https://n9.cl/bpxy3>

- ❖ Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Nueva Ley Publicada en el Diario Oficial de la Federación, 5 de julio de 2010. [Recuperado el 9 de febrero de 2020] <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPDPPP.pdf>

- ❖ Martínez, L. M., Ceceñas, P. & Martínez, D. (2014), *¿Qué son las TIC'S?*, México, Red Durango de Investigadores Educativos, A.C. [Recuperado el 26 de febrero de 2020] http://www.upd.edu.mx/PDF/Libros/Tics.pdf?fbclid=IwAR07jucattf_Hw8NavZrW48v5L7oPK3r5WICxW1B-xh6o-do5Pn_xdXK30c

- ❖ Martínez, M. (2011), “Suerte Arne, lo que iniciaste continúa” en *Desarrollo Humano y Urbano: otro modelo es posible* [Recuperado el 28 de agosto de 2019] <https://n9.cl/6xqd>

- ❖ Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997), *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós [Recuperado el 20 de febrero de 2020] http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Paidos_-_Historia_De_Las_Teorias_De_La_Comunicacion1%20%281%29.pdf

- ❖ Peña, P. (2013), *¿Cómo funciona Internet? Nodos críticos desde una perspectiva de los derechos. Guía para periodistas*, Santiago de Chile, ONG Derechos Digitales [Recuperado el 25 de febrero de 2020] <https://n9.cl/1pny3>
- ❖ Programa Delegacional Miguel Hidalgo 2016-2018, Transparencia. [Recuperado el 20 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/2XNQR37>
- ❖ Rus, C. (2020). “Twitter cierra Periscope: la que en su día fue la app por excelencia para emitir vídeos en directo deja de operar marzo de 2021”, Xataka [Recuperado el 26 de abril de 2021] <https://n9.cl/2frlp>
- ❖ Vida privada, privacidad e intimidad, Suprema Corte de Justicia de la Nación. [Recuperado el 26 de enero de 2020] <https://n9.cl/pysn0>
- ❖ Wolf, Mario, *La investigación de la comunicación de masas*. [Recuperado el 19 de febrero de 2020] <https://n9.cl/21ww4>

Entrevista

- ❖ Martínez Fisher, M. (2020, octubre), Entrevista por Ulises Mendoza, Ags.

Filmografía

- ❖ Ciro Leyva por la mañana, 2016/02/07. “011215 ARNE AUS DEN YOUTUBE”. [Recuperado el 26 de octubre de 2019] <https://www.youtube.com/watch?v=fkUVEwQ6PtM>
- ❖ El Financiero, 2016/03/17. “Nadie tendría que espantarse de ser grabado: Xóchitl Gálvez sobre Periscope”. [Recuperado el 28 de octubre de 2019] <https://www.youtube.com/watch?v=zzsYeU7YYMg>
- ❖ El Financiero Bloomberg, 2016/04/08, “Soy un estúpido emocional, dice Arne en Sin Lugar a Dudas”. [Recuperado el 26 de octubre de 2019] <https://www.youtube.com/watch?v=-SfXUfE8zPo>
- ❖ Lira, S., Rosa, P (productores), Lira, S., Lankester-Owen, Barney (directores), (2015). *Levante!*, Brasil

Hemerografía

- ❖ Aguirre, G. (2016), “¿Un city manager para Tepic? La figura faltante”, en *La Serpentina*, NNC.mx [Recuperado el 14 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/2RQKWqp>
- ❖ Aruguete, N. (2017) “Agenda building: Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática”, *Signo y Pensamiento*, Vol 36, Pp 36-52 (2017). [Recuperado el 8 de diciembre de 2020] <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v36n70/0120-4823-signo-36-70-00036.pdf>
- ❖ Aruguete, N. (2015) “El efecto entre las agendas política, mediática y pública: herramientas para su medición y análisis”, Dialnet. [Recuperado el 14 de mayo de 2021] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5569522>
- ❖ Ávila, M. (2018), “Midia Ninja, la revolución mediática del Brasil profundo” en *PulsoNoticias* [Recuperado el 6 de agosto de 2019] <https://bit.ly/3bpizHp>
- ❖ Ayala, T. (2014), "Redes sociales, poder y participación ciudadana." *Revista Austral de Ciencias Sociales*, núm.26, pp.23-48 [Recuperado el 24 de Febrero de 2020] <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459/45931862002>
- ❖ Baecker, D. (2017), "Teorías sistémicas de la comunicación", *Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad*, núm.37, pp.1-20 [Recuperado el 28 de febrero de 2020]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3112/311252754001>
- ❖ Carabaña, C.,(2016) “Arne Aus den Ruthen: el justiciero que usa Periscope para denunciar el incivismo”, *Yorokobu*,[Recuperado el 9 de septiembre de 2019] <https://www.yorokobu.es/arne-aus-den-ruthen/>
- ❖ Casar, M. (2013), “City manager, ¿político o ciudadano?” en *ADNPolítico* [Recuperado el 5 de octubre de 2020] <https://n9.cl/0g5e>
- ❖ Chávez, G. (2015), “¿De qué trata eso de Periscope?” en *Chilango* [Recuperado el 23 de febrero de 2020] <https://bit.ly/2ROXbnl>
- ❖ Cisneros, J. (2003), “La privatización del espacio público”. *Revista Latina de Comunicación Social* (julio-diciembre) : [Recuperado el 9 de agosto de 2019] <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81965607>>

- ❖ Cordero, J. (2012). “El City Manager. Una experiencia en México: Tijuana y Texcoco”, *Provincia*, [Recuperado el 19 de abril de 2020] <https://bit.ly/2VJH7nl>
- ❖ Demir, T., Reddick, CG y Ponomariov, B. (2020), “The Determinants of U.S. City Manager’s Sense of Power”, *Public Organiz Rev* **20**, 231–247 [Recuperado el 8 de diciembre de 2020] <https://doi-org.pbidi.unam.mx:2443/10.1007/s11115-018-00432-27>
- ❖ Dorantes, G.(2008) “Opinión pública, medios y construcción de la agenda política”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, UNAM, núm. 4, pp. 43-72 [Recuperado el 15 de mayo de 2021] <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/41646>
- ❖ Editorial (2015), “Así es Periscope, la app de Twitter para retransmitir tu vida en directo” en *El País* [Recuperado el 23 de febrero de 2020] <https://bit.ly/2VmXEzh>
- ❖ Editorial (2015), “Periscope, la mejor aplicación en iOS de 2015” en *CNN Expansión* [Recuperado el 25 de febrero de 2020] <https://cnn.it/2VGWltR>
- ❖ Faus, J. (2015), “Racismo con impunidad”, en *El País* [Recuperado el 14 de agosto de 2019] <https://bit.ly/3czFakW>
- ❖ Gamés, G.(2016), “Arne Aus den Ruthen, el vigilante” en *El Financiero* [Recuperado el 7 de septiembre de 2019] <https://n9.cl/pe0pk>
- ❖ García, A. (2016), “Kaivon Beikpour, el inventor de Periscope” en *La Vanguardia* [Recuperado el 18 de agosto de 2019] <https://bit.ly/2XQe30S>
- ❖ G. Mateo, D. (2013), “Hang W/ , una red social de videos en directo con celebridades”, en *tuexpertoAPPS.com* [Recuperado el 16 de agosto de 2019] <https://bit.ly/2XNgTU5>
- ❖ Gulis, M., Mather, S. (2017). “La desconocida inventora del periscopio”, *Ciencia para llevar* [Recuperado el 26 de febrero de 2020] <https://bit.ly/2yrcR9u>
- ❖ Hidalgo, F. (2015), “NomadCast, para difundir videos en streaming simultáneamente en Twitter y Facebook [iOS]” en *www.hast’snew* [Recuperado el 20 de agosto de 2019] <https://bit.ly/2VCNqto>
- ❖ Iturriaga, R. (2018), “Periscope, la obsesión por el tiempo real: La batalla por conectar al mundo”, en *Siglo Nuevo* [Recuperado el 20 de agosto de 2019] <https://bit.ly/2KkBCXo>

- ❖ Kuschick, M. (2009), “Marketing y comunicación política”, *El Cotidiano*, núm. 155, mayo-junio, 2009, pp. 31-41 [Recuperado el 6 de diciembre de 2020] <https://biblat.unam.mx/hevila/ElCotidiano/2009/no155/4.pdf>
- ❖ Martín, M. (2013). “El periodismo alternativo se populariza en Brasil al calor de las protestas” en *El País*, Sao Paulo [Recuperado el 19 de agosto de 2019] <https://bit.ly/2XVseBs>
- ❖ Martínez, I. (2015). “Periscope”, De medios y otros demonios, en *Milenio* [Recuperado el 18 de agosto de 2019] <https://bit.ly/3cvPGJF>
- ❖ Martínez, M. (2015), “La app YouNow causa furor entre los adolescentes ¿EL SUCESOR DE SNAPCHAT?” en *Móvil Zona* [Recuperado el 21 de agosto de 2019] <https://bit.ly/2KgEwwe>
- ❖ Mejía, J, (2016), “Analiza CDHDF si Arne viola derechos de presuntos infractores”, *Excélsior* [Recuperado el 22 de agosto de 2019] <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/02/18/1076062>
- ❖ Munizaga, J. (2013). “TwitCasting Live, transmite video desde tu Smartphone y compártelo en tus redes sociales” en *FayerWayer* [Recuperado el 22 de agosto de 2019] <https://bit.ly/3EdtaUs>
- ❖ Ortiz, M (2014). “Sociología audiovisual y activismo, vidas cruzadas” en *Revista Osa*, Año XV N° 35
- ❖ Peinado, M. (2015). “Meerkat, la prometedor aplicación de streaming que no le gusta a Twitter” en *El País* [Recuperado el 23 de agosto de 2019] https://verne.elpais.com/verne/2015/03/15/articulo/1426439900_786051.html
- ❖ Pérez, H. (2015). “Periscope y la llegada de la nueva guerra civil a la mexicana”, en *SdpNoticias.com* [Recuperado el 26 de agosto de 2019] <https://www.sdpnoticias.com/nacional/2015/09/29/periscope-y-la-llegada-de-la-nueva-guerra-civil-a-la-mexicana>
- ❖ Quiroz, R. (2016). “El smartphone como herramienta de periodismo digital” en *Revista Cultura*, Lima [Recuperado el 25 de agosto de 2019] <https://n9.cl/d081>
- ❖ Ramírez, J. (2003), “¿La aplanadora amarilla no pasará?”, *La Jornada* [Recuperado el 8 de septiembre de 2019]: <http://www.jornada.unam.mx/2003/06/29/mas-cuevas.html>

- ❖ Rebolledo, R. (2016), “¿Cuáles son las tareas del city manager?” en *El Economista* [Recuperado el 3 de septiembre de 2019] <https://n9.cl/l6ey>
- ❖ Redacción (2015). “Arranca programa Fuerza Urbana en la Miguel Hidalgo”, en *Notimex*. [Recuperado el 29 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/3ljYaKM>
- ❖ Redacción (2015). “Así es Periscope, la app de Twitter para retransmitir tu vida en directo” en *El País* [Recuperado el 28 de agosto de 2019] https://verne.elpais.com/verne/2015/03/28/articulo/1427564916_014554.html
- ❖ Redacción (2016). “El video como herramienta para defender derechos humanos” en *Animal Político* [Recuperado el 3 de septiembre de 2019] <https://n9.cl/oy0x4>
- ❖ Redacción (2016). “Facebook lanza al mundo la competencia de Periscope” en *Expansión en Alianza con CNN* [Recuperado el 29 de agosto de 2019] <https://bit.ly/3D50JXh>
- ❖ Redacción (2015). “La Policía india quiere que los ciudadanos usen Periscope para capturar criminales” en *Portaltic* [Recuperado el 19 de septiembre de 2019] <https://n9.cl/kboj>
- ❖ Redacción (2016). “Las redes sociales es una herramienta valiosa para contrarrestar el racismo y denunciar internacionalmente” en *Acusun Uruguay Negro* [Recuperado el 6 de septiembre de 2019] <https://n9.cl/ifyc>
- ❖ Redacción (2016). “Nadie tendría que espantarse de ser grabado: Xóchitl Gálvez sobre Periscope”, *El Financiero* [Recuperado el 9 de septiembre de 2019] <https://www.youtube.com/watch?v=zzsYeU7YYMg>
- ❖ Redacción (2015). “Periscope, el nuevo ‘juguete’ de los políticos” en *Sipse.com* [Recuperado el 2 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/3rITJtT>
- ❖ Redacción (2013). “¿Qué es el ‘periodismo ninja’ que revoluciona la manera de mostrar las protestas en Brasil?” en *iProfesional* (Consultado en línea), 31 de julio de 2013: <https://bit.ly/31bGaeD>
- ❖ Redacción (2016). “Vine: red social que cubrió protestas contra racismo en EE.UU.” en *Telesur* [Recuperado el 23 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/2Zzlqf1>

- ❖ Rodríguez, S. (2018). “Estuvimos en Brasil y conocimos a los Mídia Ninja, un grupo de comunicación autogestivo donde se forman los políticos del futuro” en *Ponele.info* [Recuperado el 13 de septiembre de 2019]
<https://www.ponele.info/cultura/midia-ninja/>

- ❖ Román, O (2010). “El pensamiento estratégico. Una integración de los sentidos con la razón”. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 8(2),23-36.[Recuperado el 18 de noviembre de 2020].
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1053/105316833003>

- ❖ Román, O (2010). “El pensamiento estratégico. Una integración de los sentidos con la razón”. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 8(2),23-36.[Recuperado el 18 de noviembre de 2020].
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1053/105316833003>

- ❖ Sánchez, C. (2016). “¿Qué es y cómo surge la figura de 'City Manager'?”, en *La Silla Rota* [Recuperado el 18 de septiembre de 2019]
<https://lasillarota.com/que-es-y-como-surge-la-figura-de-city-manager/104850>

- ❖ Thompson, W. (1964). “La profesión de City Manager en esta era de cambio” en *REVL* (Revista de Estudios de la Vida Local), núm. 135:
<https://revistasonline.inap.es/index.php/REALA/article/view/7362/7411>

- ❖ Vázquez, R. (2016), “Las prohibiciones en torno a Periscope”, *Forbes México* [Recuperado el 10 de septiembre de 2019]
<https://www.forbes.com.mx/las-prohibiciones-torno-periscope/>

- ❖ Villasana, J. (2016). “Periscope y la legalidad en México; no matemos al mensajero, ni al mensaje” en *Xataka México*. [Recuperado el 1 de septiembre de 2019] <https://bit.ly/31q1RdD>

- ❖ Zamarrón, I. (2015). “¿Qué es un city manager y qué hace en la Miguel Hidalgo?”, *Publimetro* [Recuperado el 12 de septiembre de 2019]
<https://www.publimetro.com.mx/mx/ciudad/2015/12/17/que-city-manager-que-miguel-hidalgo.html>