

## EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS SISTEMAS ELECTORALES

Francisco Javier GUERRERO AGUIRRE\*

Agradezco la invitación con la que me han honrado para colaborar en este libro y compartir en esta oportunidad, artículos con autores de reconocido prestigio en el ámbito académico electoral, relacionados con el tema que se nos plantea como título general: El impacto de las tecnologías informáticas en los procesos electorales.

Como consejero electoral del IFE, y como académico, creo que la tercera ola que advertía hace 15 años Alvin Toffler, ha llegado a nuestras vidas y ha cambiado, sin duda, nuestra forma de comunicarnos, informarnos y relacionarnos. La tecnología que primero nos ayudó a modificar nuestra forma de trabajo y de producción, hoy está presente en nuestra diaria convivencia; existe en las redes un nuevo orden social, un ciberespacio global del que una comunidad cada vez más grande forma parte y de la cual las instituciones, los partidos políticos y el gobierno, no pueden estar ajenos.

Las relaciones personales han tomado un nuevo rostro a partir de la aparición del Facebook; sabemos en tiempo real qué hacen nuestros amigos día a día y no es necesaria una llamada o una visita. Viejos amigos se reencuentran cotidianamente, conformando cada día una nueva red de contactos.

Podemos darle seguimiento a las ideas o comentarios que diariamente expresan en Twitter nuestros amigos, nuestros líderes, a quienes admiramos o de quienes nos interesa lo que dicen.

La era digital está modificando la comunicación política entre gobiernos y ciudadanos en el mundo, los alcances y las posibilidades de la tecnología están cambiando las relaciones entre el gobernado y el gobernante; hoy vivimos en un mundo en donde nada es secreto, todo se comunica y todo es discutible; la actual revolución democrática en algunos países árabes y del norte de África, se dice que está vinculada estrechamente con el uso de las redes sociales y de la tecnología digital.

\* Consejero electoral del Instituto Federal Electoral.

En este sentido, respecto de nuestro país, quiero abordar tres aspectos que considero importantes para destacar la presencia del uso de la tecnología, y principalmente de redes sociales en las elecciones:

- 1) La presencia de las redes sociales e Internet en las pasadas elecciones federales de 2009.
- 2) La regulación electoral federal con relación a la Internet.
- 3) El cómo poder aprovechar la tecnología y las redes sociales para lograr la efectividad democrática, mediante la participación ciudadana.

## I. ELECCIONES 2009

La propaganda electoral en Internet, en el pasado proceso electoral federal 2009, estuvo presente a través de redes sociales, sitios web, correos electrónicos, foros, chats, blogs, prensa en línea y otros espacios.

Tuvieron impacto en medios diversas expresiones de contenido político electoral que nacieron en el ciberespacio; por ejemplo, fue conocida la reacción e importancia que tuvo una red de Facebook que criticaba a la niña que utilizó el PRD como imagen; en pocos días la red alcanzó a más de 200 mil usuarios y sólo esta reacción social fue suficiente para provocar una defensa oficial de ese partido político respecto a la utilización de la imagen de la niña Mariana en sus spots político electorales.

En el Consejo General del IFE conocimos procedimientos relacionados con propaganda difamatoria a partidos e instituciones a través de videos en Youtube, en virtud de quejas presentadas por partidos políticos. Fue famoso el video alusivo a Fidel Herrera, que tenía como fondo la canción de la película *Rudo y cursi*. Para el IFE no fue fácil procurar la suspensión de la difusión de estos videos, que finalmente se dejaron de transmitir por una cuestión de derechos autorales.

Ha sido también motivo de quejas el contenido de diversos portales oficiales de gobiernos, que se presumía contravenían disposiciones relacionadas con propaganda gubernamental, tanto a nivel estatal, federal y municipal, lo cual está prohibido en la etapa de campañas, no obstante el criterio es que se mantengan sin alusión a logros y solamente sean de carácter informativo.

Cada vez más, la difusión de propaganda en Internet o la comunicación mediante las redes sociales impacta en todos los ámbitos de nuestras vidas, y lo electoral, por supuesto, no es la excepción.

Recientemente, el debate entre los candidatos para gobernador en el Estado de México, que no fue visto en redes nacionales, fue comentado en las

redes sociales, con un alcance potencial a través de Twitter, de 6 millones de seguidores; las redes sociales pueden tener un impacto cada vez mayor, similar al de los medios de comunicación tradicionales, principalmente prensa y radio, pero con características particulares, por lo que se refiere al perfil del usuario y al grado de influencia aparentemente menor hasta ahora. Los usuarios, como sabemos, son en su mayoría jóvenes, incluso por debajo de la edad para votar.

De acuerdo con un análisis que realizó el Tecnológico de Monterrey sobre los sitios de los partidos políticos durante las campañas en 2009, se señala que todos tuvieron características similares en su contenido: predominó en los portales, el dominio de spots de la campaña en televisión, siguiendo claramente una sola línea de propaganda. Tanto en las páginas del PRI como del PT, los spots oficiales fueron colocados a primera vista y al centro de la pantalla. El PRD, el PAN y Convergencia siguieron la misma línea, aunque ubicaron los spots en otros lugares de la página.

No se concibieron ni difundieron spots no distribuidos en televisión en los sitios oficiales. Los sitios no fueron debidamente aprovechados para la transmisión de ideas y propuestas por parte de los partidos políticos, según concluye la investigación, y en general fueron desaprovechados para la comunicación con los electores.

Con relación a Youtube, se señala que se usó como plataforma mediática para publicar todo lo que en los medios tradicionales no se permitía, tanto por limitaciones presupuestales como por limitaciones legales. La plataforma se convirtió así en el espacio mediático de lo prohibido y el campo de batalla de una “guerra sucia”.

De los 10 videos que comprendió la investigación, 7 fueron de campañas negativas en contra del PRI; de los más visitados, según el estudio, estuvo el denominado: “Analiza con nosotros un ajuste de cuentas en el PRI”, con 73 712 visitas, firmado al final con el logo del PAN. El segundo más visto fue “Mundo de caramelo de Felipe Calderón”, con 27 554 reproducciones. El tercer video más visto fue “El PRI se tambalea”, con 26 644. Quedó demostrado, en este sentido, que la autoridad en este proceso no pudo limitar las expresiones negativas en Youtube, aunque tampoco sabemos realmente cuál fue la influencia de estas expresiones en la intención del voto. Finalmente, el partido más atacado por los videos obtuvo el mayor número de votos.

El Consejo General del IFE en los procedimientos especiales sancionadores, SCG/PE/PRI/CG/055/2009 y su acumulado SCG/PE/PRI/JD09/PUE/061/2009, ordenó al PAN, merced a una queja presentada por el PRI en su contra por difundir propaganda negativa en redes sociales, pági-

nas de Internet y videos, que se abstuviera de difundir y contratar este tipo de propaganda; es decir, existe un precedente que da competencia para analizar este tipo de conductas y sancionarlas, pero únicamente cuando el origen de la propaganda sea difundida por un partido político o candidato, o bien, cuando desde el portal de Internet del partido político se acceda a la difusión que se hiciera en otros portales, como podría ser con links hacia Youtube, Yahoo, Google u otros.

Se ordenó al Partido Acción Nacional:

- 1) No volver a contratar o difundir la propaganda, objeto del presente procedimiento, en ningún medio de comunicación social.
- 2) En el caso específico de Internet, no podrá difundir de nueva cuenta en su portal la propaganda materia del presente expediente.

Desde las redes sociales también se promovió el movimiento de anulación del voto, por parte de la llamada Asamblea Ciudadana, que tuvo impacto en el proceso electoral intermedio. Del total de votos emitidos, 5.25% fueron votos anulados.

Las próximas elecciones federales serán seguramente marcadas por la utilización de las redes sociales y de los sitios web, para poder establecer canales de comunicación entre los candidatos y los ciudadanos y entre los propios ciudadanos y evaluar la oferta política y el comportamiento de los candidatos en las redes. Sería positivo y deseable que las expresiones que se presenten en las redes superen a los videos negativos y que puedan involucrar realmente a la sociedad en la discusión de fondo que se ofrece por los candidatos; pero esto ¿en qué beneficia al elector?

La era digital nos da la oportunidad de poder interactuar con los candidatos para pedir acciones concretas para nuestra comunidad o nuestro grupo; la oportunidad de comunicarnos políticamente con el candidato debe cambiar la concepción de las campañas y creo que puede servir para que sean espacios de comunicación para definir compromisos y políticas públicas con los candidatos, que verdaderamente interesen al elector.

Ante la importancia y la influencia de la televisión en nuestras sociedades contemporáneas y el peso específico que ha tenido este medio en las decisiones electorales, es importante considerar a la Internet como un medio alternativo, en donde las expresiones se identifican más con la ciudadanía que con grupos empresariales, y es ello lo que ha provocado su creciente posicionamiento dentro de la sociedad.

Como señala Karl Deustche:

... las democracias son superiores a todo otro sistema político. Lo son porque permiten que la opinión pública sea una instancia crítica que obliga al sistema social y político a un permanente aprendizaje. Los sistemas políticos únicamente son capaces de corregir sus defectos en la medida en la que exista un adecuado funcionamiento de la opinión pública.<sup>1</sup>

Esta opinión pública debe ser escuchada también en las redes sociales e Internet y no solamente en los medios masivos existentes; la aparición de Internet y las redes sociales están iniciando una nueva forma de comunicación, que desde luego incide en lo político, si bien en mucha menor medida que la televisión, que ya es una presencia considerable.

## II. REGULACIÓN

De acuerdo a una interpretación amplia de la norma electoral, se comprende al Internet como vehículo para difundir propaganda política electoral, mediante imágenes, proyecciones y expresiones, si éstas son difundidas por los partidos políticos o candidatos durante las campañas, es decir, a través de portales oficiales de los partidos o candidatos.

En esta propaganda política o electoral que realizan los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos o que calumnien a las personas. La Comisión de Quejas y Denuncias y el Consejo General del Instituto, de acuerdo al artículo 233 del código comicial federal, está facultado para ordenar la suspensión inmediata de los mensajes en radio o televisión contrarios a esta norma, *así como el retiro de cualquier otra propaganda* en donde pudiera entrar la contratada o difundida en los portales de Internet.

Además, la publicidad o propaganda contratada en Internet se contabiliza también para gastos de campaña. La posibilidad de sancionar por estas acciones sólo sería posible si se acredita el origen de la propaganda, lo que en el caso de Youtube, sitios web no oficiales, correos electrónicos, mensajes de texto y otros portales, es casi imposible, cuando no se firma la propaganda como proveniente del partido en cuestión.

No obstante lo anterior, seguramente quedará la tentación de sancionar por el beneficio obtenido por un partido político o sus candidatos, a causa de la difusión a través de portales de Internet, contraria a otro partido político o candidato, lo que se conoce electoralmente como *culpa in vigilando*;

<sup>1</sup> Deustche, Karl, *The Nerves of Government; Models of Political Communication and Control*, Kindle edition, Nueva York, 2009.

de acuerdo a este criterio, el partido político es responsable por la conducta que desarrollen sus simpatizantes y militantes, si el partido beneficiado no se deslinda oportunamente de estos hechos o conductas.

Esta figura surge precisamente cuando se sanciona al PRD por la conducta de sus simpatizantes y militantes al realizar el famoso “plantón en Reforma”, que como sabemos ocurrió al término de las elecciones de 2006.

En este sentido, los partidos comparten responsabilidades por las conductas contrarias a las leyes que realicen sus simpatizantes y militantes, lo que en su momento se tendrá que acreditar. Si la difusión en Internet fue hecha por un simpatizante y militante de un partido político, esta conducta le puede originar una sanción al propio partido político, por no deslindarse o pedir al responsable que suspenda la difusión.

La Sala Superior ha considerado que es necesario acreditar que el partido realizó acciones efectivas y oportunas para desvincularse de las conductas de sus miembros, que pudieran ser transgresoras de la norma, para considerar que no existe la *culpa in vigilando*.

En el caso de no poder acreditar algún vínculo entre la propaganda negativa que se difunda en las redes sociales o portales de Internet con un militante o simpatizante del partido político, no sería posible sancionar esta conducta, y entonces solamente sería posible ordenar la suspensión de la difusión de la misma al propio portal de Internet, como ya fue el caso de Youtube por el video de *Rudo y cursi*; no obstante, no está definido por criterios del Tribunal Electoral si realmente tiene el IFE esta competencia, y si las empresas de Internet deben acatar las resoluciones de dicho instituto.

Fuera de estas posibilidades, es realmente difícil pretender regular los contenidos en Internet, mientras no exista una regulación internacional que se ocupe del tema. Sobre el particular, es importante apuntar las últimas señales a este respecto, en el plano internacional.

### III. REGULACIÓN GLOBAL

Es extremadamente difícil establecer control centralizado y global de Internet; algunos gobiernos de naciones tales como Irán, Arabia Saudita, Cuba, Corea del Norte y la República Popular de China, restringen la posibilidad de que personas de sus países puedan ver ciertos contenidos políticos y religiosos de Internet, considerados contrarios a sus criterios. La censura se hace, a veces, mediante filtros controlados por el gobierno, apoyados en leyes o motivos culturales, castigando la propagación de estos contenidos. Sin embargo, muchos usuarios de Internet pueden burlar estos filtros, pues la mayoría del contenido está disponible en todo el mundo, sin importar

donde se esté, siempre y cuando se tengan la habilidad y los medios técnicos necesarios.

Otra posibilidad es que este tipo de medidas se combine con la autocensura de las propias empresas proveedoras de servicios de Internet, como Yahoo, Microsoft o Google, para así ajustarse a las demandas y normas del gobierno del país receptor.

Apenas el 1o. de junio de 2011, el relator especial de las Naciones Unidas (ONU) para la Libertad de Opinión y de Expresión, la representante para la Libertad de los Medios de Comunicación de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), la relatora especial de la Organización de los Estados Americanos (OEA) para la Libertad de Expresión, y la relatora especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP), publicaron una declaración conjunta sobre libertad de expresión e Internet.

Destacan, dentro de los postulados de esta novedosa y respetable posición, los siguientes puntos:

- 1) Los enfoques de reglamentación desarrollados para otros medios de comunicación —como telefonía, radio y televisión— no pueden transferirse sin más a Internet, sino que deben ser diseñados específicamente para este medio, atendiendo a sus particularidades.
- 2) La autorregulación puede ser una herramienta efectiva para abordar las expresiones injuriosas, y por lo tanto, debe ser promovida.

### 1. *Sobre la responsabilidad de los intermediarios*

Ninguna persona que ofrezca únicamente servicios técnicos de Internet como acceso, búsquedas o conservación de información en la memoria caché, deberá ser responsable por contenidos generados por terceros y que se difundan a través de estos servicios, siempre que no intervenga específicamente en dichos contenidos ni se niegue a cumplir una orden judicial que exija su eliminación cuando esté en condiciones de hacerlo (“principio de mera transmisión”).

### 2. *Sobre el filtrado y bloqueo*

Los sistemas de filtrado de contenidos impuestos por gobiernos o proveedores de servicios comerciales que no sean controlados por el usuario final,

constituyen una forma de censura previa y no representan una restricción justificada a la libertad de expresión.

### 3. *Sobre la neutralidad de la red*

Se debe exigir a los intermediarios de Internet que sean transparentes respecto de las prácticas que emplean para la gestión del tráfico o la información, y cualquier información relevante sobre tales prácticas debe ser puesta a disposición del público en un formato que resulte accesible para todos los interesados.

### 4. *Sobre el acceso*

A fin de implementar las medidas anteriores, los Estados deberían adoptar planes de acción detallados de varios años de duración para ampliar el acceso a Internet, que incluyan objetivos claros y específicos, así como estándares de transparencia, presentación de informes públicos y sistemas de monitoreo.

Esta declaración es el inicio de una regulación de Internet que tiene como base respetar el origen ciudadano, la libertad de expresión y una regulación propia, distinta a la que tiene la radio y la televisión; habrá que estar pendientes del desarrollo de esta propuesta, que por los emisores parece ser seria y digna de tomarse en cuenta.<sup>2</sup>

En este mismo sentido, la Organización de las Naciones Unidas publicó un informe en donde menciona que el acceso a Internet es un derecho humano tan importante como la libertad de expresión.

En el texto realizado por Frank la Rue,<sup>3</sup> relator especial de la ONU sobre promoción y protección del derecho de libertad de opinión y expresión, menciona que es de suma importancia destacar el valor de Internet para el funcionamiento de una sociedad, ya que hoy en día es uno de los instrumentos más poderosos, debido a que permite la libertad de expresión, el acceso

<sup>2</sup> Martínez Velázquez, Antonio, *Crítica pura* (revista digital).

<sup>3</sup> La Rue, Frank, *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*, United Nations, Human Rights Council, Seventeenth Session, Agenda Item 3, Promotion and Protection of All Human Rights, Civil, Political, Economic, Social and Cultural Rights, including the right to development. 16 de mayo, 2011. Disponible en línea: [http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27\\_en.pdf](http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf).



a la información, la creación de nuevas economías, y por supuesto, la participación activa para crear sociedades democráticas.

En estos días, Internet es el medio y el espacio en donde las personas tienen la *oportunidad de expresarse y de generar opinión*, por esta razón es importante que los países tomen en cuenta esta situación y creen iniciativas para que cada vez más personas de la población puedan tener acceso a Internet.

El acceso a Internet es un deber, las sociedades avanzan al ritmo de él, la gente logra informarse y comunicarse de manera casi instantánea, por esta razón las personas que no tienen la oportunidad de acceder a este nuevo medio quedarán rezagadas mediáticamente y esto no sólo afecta a las personas como individuos, sino que también es un problema que afecta a la sociedad y al país en su modernización. Los países más desarrollados cuentan con acceso a Internet y a nuevas tecnologías; las nuevas tecnologías son un elemento fundamental para el crecimiento y el desarrollo.<sup>4</sup>

En México hay un público de 28 millones de personas con acceso y en uso de Internet; es decir, casi 40% de la población nacional, una tercera parte aproximadamente del padrón electoral, que tiene 78 millones de mexicanos registrados; sólo en Facebook, hay 12 millones de usuarios registrados en el país.

La elección de 2012 será seguramente en donde más se utilice Internet por parte de candidatos, partidos políticos y ciudadanos. Ya en las elecciones locales de 2010 se tiene registrada la presencia de los candidatos a gobernadores de Hidalgo, Puebla, Oaxaca, Sinaloa y Veracruz, de casi todos los partidos, en Twitter y Facebook, aunque se desconoce su impacto en el resultado de la campaña.

En lo personal, me gustaría que no se restringiera la libertad de expresión en Internet por parte de la autoridad electoral, y que fuera la autorregulación de partidos, candidatos y ciudadanos en general, lo que provoque que el uso de Internet sirva para promover el intercambio de ideas y el debate político y público sobre las distintas propuestas, y que en esa medida se estimule la participación del elector y la interacción con los candidatos. Con el uso de la tecnología digital y la red de comunicación e información, se puede lograr el beneficio del elector y su comunidad en la etapa de las campañas políticas.

Las redes sociales pueden ser un mecanismo ideal para que los candidatos escuchen a los posibles electores, sus demandas, sus críticas, y en su caso, sepan de las necesidades específicas de la comunidad a la que aspiran a gobernar.

<sup>4</sup> *El Universal*, 12 de junio de 2011.

#### IV. CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA MEDIANTE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LAS REDES SOCIALES

De acuerdo a la conclusión del Latinobarómetro 2010, la debilidad de la política y la desconfianza son el talón de Aquiles del proceso de consolidación de la democracia; de acuerdo a este análisis, en México 49% de los entrevistados apoya a la democracia, en comparación con el 42% en 2009. El país que más la apoya es Venezuela, con 84%, y Argentina, con 66%. Existe, sin embargo, un bajo nivel de satisfacción con la democracia; en México es de 27%, en Latinoamérica el promedio es de 44%, en Argentina y Venezuela su nivel de satisfacción es de 49%.

Creo que las redes sociales y la tecnología de la información pueden ser una herramienta muy útil para lograr una participación ciudadana más activa que pueda evaluar de forma permanente el funcionamiento de la democracia y mejorar los niveles de satisfacción.

El jurista español Gregorio Peces-Barba hace énfasis en la relación trascendental de la democracia y la ciudadanía en los siguientes términos: “No hay verdadera democracia sin suficiente participación de los ciudadanos, ni los individuos son considerados ciudadanos si no es en un régimen democrático”.<sup>5</sup>

Hoy los ciudadanos pueden consultar en línea las propuestas políticas de campaña, los programas de gobierno que registran los partidos políticos en el IFE antes de iniciar las campañas, y pueden compararlas con las acciones de los gobiernos emanados de esas campañas; es decir, el ciudadano puede exigir la *accountability* o rendición de cuentas políticas a sus gobernantes, que como sabemos es parte fundamental del buen gobierno.

Hoy como nunca, gracias a la era digital, es posible que exista una sociedad civil organizada al margen del Estado, que participe para exigir mejores políticas públicas, mejores funcionarios, para premiar o no con su voto a los partidos políticos o para definir incluso acciones de gobierno para su comunidad; la llamada marcha por la paz encabezada por Sicilia es un ejemplo claro de lo señalado.

El jurista de Essex, Bob Watt, señala que en la política contemporánea imperan dos modelos de ciudadanía: una democrática y una de mercado, en donde los partidos políticos prefieren presentar a los políticos como un producto del mercado de bienes, buscando convencer a los ciudadanos por la misma vía que los productos de consumo masivo.

<sup>5</sup> Peces-Barba, Gregorio, *Educación para la ciudadanía y derechos humanos*, Madrid, 2007

El modelo de ciudadanía de mercado busca emular el modelo de creyente o súbdito de la Edad Media, en donde la dominación radicaba a través de la exposición o manipulación mediante la fe; ahora la manipulación se desarrolla a través de los medios de comunicación masiva.<sup>6</sup>

La ciudadanía democrática analiza propuestas, exige y compara, se consolida, si existe una mayor organización de la sociedad civil y en esa medida puede influir en las políticas públicas.

El derecho a la información, la transparencia de lo público, el Internet y el uso de redes sociales, pueden darnos esa oportunidad de organización y de participación y en esa medida se podrá fortalecer nuestra percepción de satisfacción con la democracia.

Estoy seguro que estamos ante el umbral de la modernización de nuestras instituciones; son tiempos de transformación y de cambios, el Estado en general debe de insertarse plenamente en la era digital, debemos reducir la distancia que existe entre lo público y lo privado, entre el gobernante y el gobernado.

El IFE, que celebró el año pasado sus 20 años, es una institución que ha estado pendiente de la evolución tecnológica y en lo posible la ha utilizado; creo que ahora también le toca promover la participación política utilizando todas las herramientas de la era digital. Como institución garante de la democracia, tenemos el compromiso de fortalecer la confianza de los ciudadanos en el sistema y mejorar sus niveles de satisfacción.

Yo, como Winston Churchill, creo que la democracia es el mejor sistema de gobierno, pero también creo que para que sea eficiente como sistema para el individuo, es necesario que siempre y en todo momento esté acompañada del ciudadano, de su apoyo, de su cuestionamiento, de su crítica, de su participación y de su permanente exigencia.

Gobiernos, partidos políticos, IFE y ciudadanos, debemos, en estos momentos difíciles para México, atrevernos a ser, atrevernos a cambiar paradigmas, y usando todas las herramientas digitales, hacer que la democracia que funciona para elegir gobernantes, sirva también para la vida cotidiana, para mejorar nuestros entornos inmediatos.

## V. CONCLUSIONES

- a) El impacto de los portales de Internet de los partidos políticos y candidatos en la elección federal de 2009 no fue significativo, ya que en

<sup>6</sup> Watt, Bob, *UK Election Law a critical examination*, Londres, Glass House Press, 2006

- su mayor parte reprodujeron, dentro de los mismos, los spots que se difundían en televisión.
- b) Los videos políticos en Youtube, en su mayor parte, se utilizaron para difundir propaganda negativa o negra, que está prohibida por la ley.
  - c) En las redes sociales se manejaron temas de crítica hacia las campañas y candidatos, que incluso provocaron rectificaciones y explicaciones de los partidos políticos. No se utilizaron mayormente como herramienta de comunicación entre el elector y los candidatos o partidos políticos.
  - d) La regulación electoral puede alcanzar propaganda difundida en Internet, pero solamente en casos particulares.
  - e) La tendencia internacional es que se respete el origen ciudadano, la libertad de expresión y que se autorregule la Internet.
  - f) Recientemente la ONU declaró como un derecho humano el acceso a Internet.
  - g) Políticamente, las redes sociales dan una gran oportunidad para generar una nueva forma de comunicación entre políticos y ciudadanos.
  - h) Hasta ahora se ha banalizado lo público y lo político a través de las redes sociales, pero pueden ser una herramienta importante para la construcción de la ciudadanía.
  - i) La era digital seguramente modificará la forma de participación ciudadana, mejorará nuestra satisfacción con la democracia y seguramente la forma de gobernar.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

- DEUSTCHE, Karl, *The nerves of Government: models of political communication and control in New York*, Kindle Edition, 2009.
- LA RUE, Frank, *Report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression*. United Nations. Humans Right Council. Seventeenth Session. Agenda Item 3. Promotion and Protection of all Human Rights, Civil, Political, Economic, Social and Cultural Rights, Including the Right to Development, 16 de mayo de 2011.
- MARTÍNEZ VELÁZQUEZ, Antonio, *Crítica pura* (revista digital).
- PECES-BARBA, Gregorio, *Educación para la ciudadanía y derechos humanos*, Madrid, 2007.
- WATT, Bob, *UK Election Law a critical examination*, Londres, Glass House Press, 2006.