



**PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**

# **EL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA POLÍTICA DE LIDERAZGOS FEMENILES.**

---

**Nashell Vidales.**



**2018**



## Contenido

I.- Introducción .....	3
II.- Justificación de la realización de la investigación .....	5
III.- Objetivo .....	7
IV.- Planteamiento y delimitación del problema.....	8
V.- Problemática abordada y posibles soluciones.....	9
VI.- Marco teórico.....	11
VII.- Formulación de la hipótesis.....	18
VIII.- Pruebas empíricas o cualitativas de la hipótesis: Desarrollo de la investigación: .....	19
IX.- Conclusiones y nueva agenda de investigación .....	29
X.- Bibliografía .....	31



## I.- Introducción

El documento presente es producto de la investigación sobre uno de los temas más sonados en los últimos tiempos; las redes sociales. Las redes sociales son controversiales, ya que existen posiciones contrapuestas respecto a lo favorables o no que puede llegar a ser el uso de las mismas. Si bien existen candados recomendados por los creadores de las redes donde monitorean y limitan el contenido que comparten los usuarios; existen formas de violarlos y así infringir en las normas sociales más básicas.

Además de esto, no se recomienda permitir el acceso a niños por el contenido que pueden llegar a visualizar y que esto afecte a su desarrollo normal dentro de la sociedad.

Una ventaja de las redes sociales es la velocidad con la que la información puede ser difundida entre la población; la desventaja aquí es la veracidad de la misma. Con las redes sociales “todos somos reporteros” y todos podemos publicar acontecimientos de nuestro día a día, abuso de autoridades hacia la población o incluso dar el reporte del tráfico camino a casa o el lugar de trabajo.

Si bien las redes sociales son mayormente utilizadas y consultadas por las personas más jóvenes es importante conocer cuál es el contenido al que son expuestos y que es lo que le interesa consultar a esta parte de la población.

El documento está estructurado de forma general con datos sobre acceso al servicio de internet entre los mexicanos debido a que es el primer dato que debemos conocer para poder analizar así el comportamiento en redes.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

La investigación continua con estadísticas recientes sobre las plataformas de internet más utilizadas por los mexicanos, esto con la finalidad de conocer si en sus preferencias esta solo el visualizar contenido audiovisual o si es de su interés interactuar con otros usuarios conocidos y no conocidos.

Se realiza una breve reseña de la funcionalidad de las principales redes sociales de acuerdo al ranking 2018 y un resumen de los datos generales más importantes.

Para enfocarnos en el género femenino es importante conocer la cantidad de mujeres que están interesadas en utilizar los servicios de internet y sobre todo las redes sociales. Además, se muestran algunos ejemplos de mujeres activas en redes sociales, mismas que pertenecen a diferentes círculos sociales, artistas, políticas, deportistas entre otras y su relación con el número de seguidores como medida de popularidad. Al final se da una conclusión con base en los números observados para determinar si son o no las redes sociales una herramienta para alcanzar el liderazgo político.



## II.- Justificación de la realización de la investigación.

En los últimos años las redes sociales se han posicionado como un canal de comunicación importante para la sociedad; especialmente entre las generaciones más jóvenes.

La radio y los periódicos son dos medios de comunicación que con el paso del tiempo han ido perdiendo fuerza como medio de comunicación por carecer de adaptabilidad al nuevo estilo de vida. Los diarios se muestran poco amigables con el medio ambiente para las personas jóvenes quienes parecen estar cada día más preocupados por la situación ecológica presente y futura; por lo que rechazan cualquier material impreso que se pueda traducir en contaminante.

La radio por su lado se utiliza como medio de entretenimiento principalmente para escuchar música o recibir alguna noticia relevante (solo como primer contacto) para más tarde profundizar en algún otro medio informativo.

La televisión continua siendo el principal medio de comunicación para los mexicanos de acuerdo a la Encuesta Nacional de Contenidos Audiovisuales en la que se concluye que el 96% de los entrevistados cuenta con un aparato de televisión en casa y que en promedio se tienen 1.9 televisores en el hogar donde el 48% de estas cuenta solo con sistema de televisión abierta.<sup>1</sup>

El 30% de los entrevistados declara consumir contenidos audiovisuales en plataformas de internet, y las aplicaciones preferidas son Youtube con una preferencia del 90% seguida de Netflix con el 22%.

---

<sup>1</sup> Entre las preferencias de contenido para visualizar se encuentran noticieros, telenovelas y películas.



## ¿Cuántas personas en México utilizan internet?

De acuerdo con el reporte de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) en México 65.5 millones de personas utilizamos internet; lo cual se traduce en casi el 60% de la población mayor a seis años.

Las mujeres representan el 51.5% del total de la población que usa internet con lo que se colocan como el género que más contacto tiene con este tipo de tecnología. Por edad; el grupo que mayormente utiliza internet se encuentra entre 18 y 34 años de edad seguidos de niños de entre 6 y 17, adultos de 35 a 59 y al final los adultos mayores.

Retomando el párrafo uno de la justificación de este documento se refuerza el que los jóvenes son quienes mayormente utilizan redes sociales como medio de comunicación principal lo que se traduce en mayor uso de internet.

Además de las plataformas antes mencionadas existen algunas otras de gran uso entre la sociedad; las principales son Instagram, Facebook, Twitter y WhatsApp; mismas que se han convertido en símbolo de popularidad al poder contabilizar la cantidad de seguidores que tienen los usuarios.

El número de seguidores o mejor conocidos en su traducción al inglés como “followers” ha llegado a ser un reto para figuras públicas y ha dado empleo a personas que se dedican a compartir contenido interesante para la población.

Considerando el uso de las redes sociales como medio de comunicación y la capacidad de compartir contenido diverso a través de diferentes plataformas estas se tornan interesantes como objeto de estudio cuando las llevamos al ámbito político; ya que otorgan la posibilidad de hacer “campaña” a través de este medio expresando ideas y opiniones sobre múltiples temas políticos económicos y sociales.



## III.- Objetivo

La presente investigación tiene como objetivo estudiar el uso de las redes sociales como una herramienta política que coadyuve al posicionamiento de las mujeres como líderes entre la sociedad. Asimismo, se pretende analizar el nivel de influencia de las principales personalidades y páginas que tienen sobre la sociedad, en particular en el ámbito político y empresarial. Mostrar la participación que tiene cada una de las plataformas en el uso cotidiano de los mexicanos.

## IV.- Planteamiento y delimitación del problema

Al ser las redes sociales un medio de comunicación masiva a través del cual se informa a la población entonces existen puntos importantes y fundamentales a destacar:



1. La calidad y veracidad del contenido que se comparte.

Cualquier persona con una cuenta de correo electrónico o un numero celular (ambas cosas de muy fácil obtención) puede conseguir una cuenta en las principales redes sociales sin necesidad de autentificar su identidad; por lo que el contenido que se comparte puede llegar a ser inapropiado o falso. Cuando la información que se comparte es falsa comprobarlo requiere todo un proceso el cual no es tan rápido como

### Ilustración 1

Captura de pantalla en Smartphone del perfil de Carmen Aristegui. Fuente: Instagram lo es la forma en que se reproduce miles de veces entre los usuarios dicho contenido.

2. Usuarios más populares como líderes de opinión

Sin limitar el derecho de expresión que poseemos constitucionalmente todos los mexicanos; es importante considerar que las personas conocidas como “líderes de opinión” no son necesariamente conocedoras de todos los temas de los que emiten un juicio; sin embargo, al ser socialmente populares, sus comentarios generan





# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

impacto entre la población e incluso pueden situar a los seguidores en una posición solo por coincidir con el punto de vista de la persona que admiran.

En la ilustración 1 se muestra el perfil de una de las periodistas más prestigiosas de México, reconocida por la solidez de sus investigaciones y objetividad de sus opiniones. Cuenta con 120 mil seguidores.

La ilustración 2 es la página principal de una de las mujeres mexicanas más populares; cuenta con 13.2 millones de seguidores y su contenido es básicamente sobre consejos de maquillaje y bienestar para la mujer.

¿Qué pasa cuando una figura pública como Yuya emite un comentario respecto a un tema político controversial como elecciones presidenciales 2018; encuesta nacional para la creación del aeropuerto internacional entre otros? Su opinión será reproducida por 13.2 millones de personas mientras que la de Carmen Aristegui lo hará 120 veces.



Ilustración 2

Captura de pantalla en Smartphone del perfil de Yuya.  
Fuente: Instagram

## V.- Problemática abordada y posibles soluciones



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

La principal falla con el uso de las redes sociales es la calidad de la información que circula en ellas y el uso que se le da a este medio de comunicación; ya que existen sitios que tienen exclusivamente la intención de manipular información para ser difundida entre la sociedad y causar controversia o manipulación. De la misma manera que las personas sin ningún fundamento o averiguación previa comparten noticias solo por ser vistosas o populares.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

## VI.- Marco teórico

El uso del internet es parte de la vida de la mitad de los mexicanos; hemos tocado la estadística de las personas con acceso a internet; sin embargo, el tiempo que se destina a navegar por la red es importante ya que de acuerdo con los datos recabados en el blog Internacional de Marketing; los mexicanos pasamos alrededor de 8 horas al día en internet; de las cuales 3 o más son destinadas al uso de las redes sociales seguido de casi 3 horas en plataformas de video y 2 horas en plataformas de música.

### ¿Cuáles son las plataformas más utilizadas por los mexicanos?

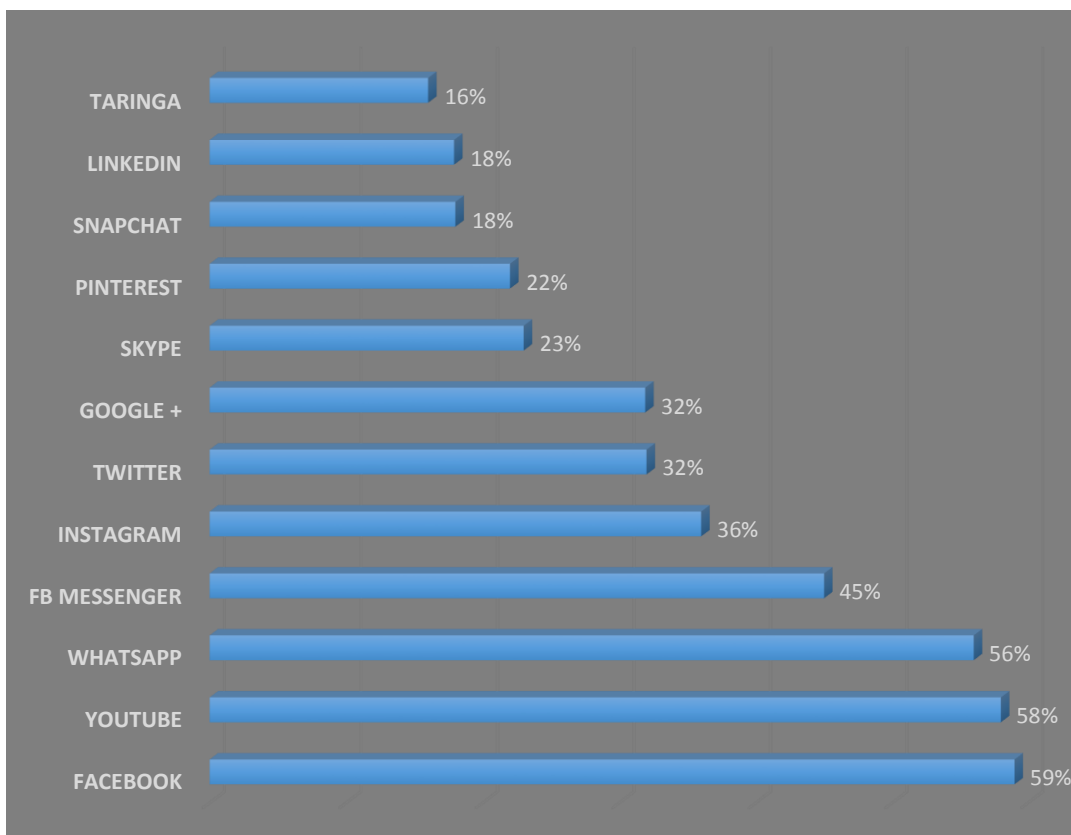


Figura 1

Elaboración propia con datos de yiminshum.com



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

En la figura 1 se muestra cual es el porcentaje de actividad de los mexicanos entre las redes sociales; situándose en la primera posición Facebook.

La plataforma creada en 2004 por el Estadounidense Mark Zuckerberg es la más popular alrededor del mundo por ser pionera en su clase y ofrece la posibilidad a los usuarios de compartir y seguir contenido diverso.

La empresa Facebook se ha visto relacionada en demandas por mal manejo de la información que los usuarios comparten en sus perfiles o datos personales que son requeridos al momento de abrir la cuenta.

El ultimo escandalo estuvo relacionado con la manipulación de las elecciones presidenciales de Los Estados Unidos de América por medio del estudio de los gustos y preferencias de los usuarios de Facebook. ¿Es esto posible? Si lo es gracias a Big Data, que se encarga de analizar el comportamiento de los usuarios por medio de la información que publican y las reacciones que tienen ante los contenidos a los que son expuestos.

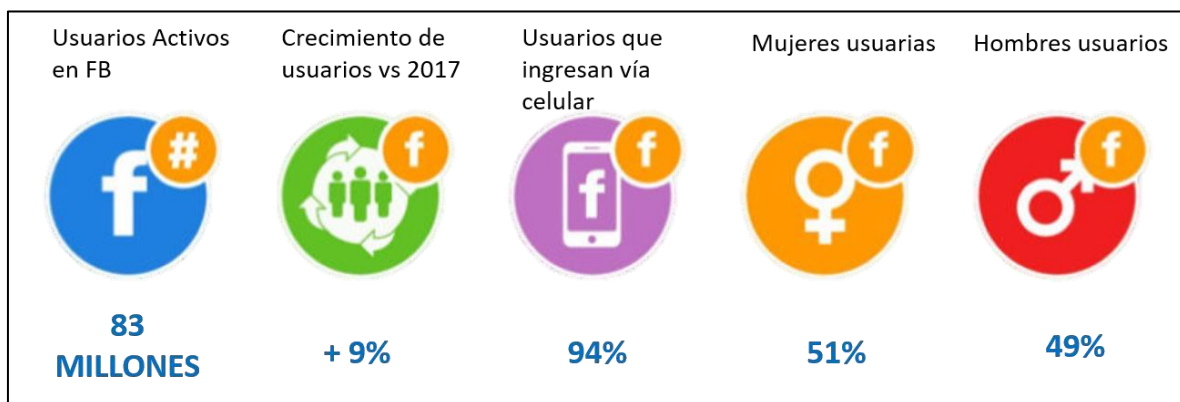


Ilustración 3 Estadísticas de Facebook en México 2018

Fuente: Elaboración propia con datos de yiminshum.com

De acuerdo con los datos de la ilustración 3; en México existen 83 millones de usuarios activos de Facebook lo que representa un incremento del 9% respecto al año anterior. El 94% de los activos ingresan a la plataforma a través de su teléfono

móvil; lo cual no significa que no lo hagan por otro medio pero si es este su dispositivo favorito para hacerlo. El 51% de los usuarios son mujeres mientras que el resto son del género masculino.

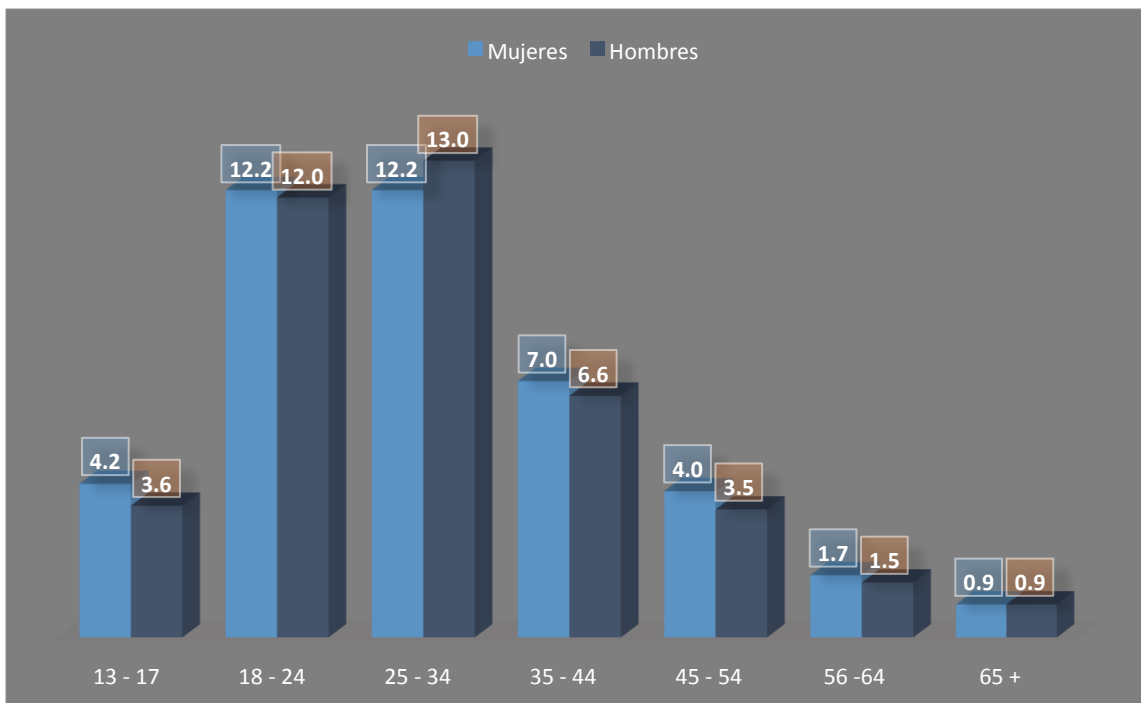


Ilustración 4 Usuarios de Facebook en México por género por edad en 2018

Elaboración propia con datos de yiminshum.com

En la Ilustración 4 podemos observar la distribución por género y edad de los usuarios de Facebook en México en 2018. Claramente las generaciones jóvenes son quienes representan la mayor parte de los usuarios concentrándose entre 18 y 34 años de edad y preponderando la participación de las mujeres.

Continuando con el análisis de la Figura 1; YouTube ocupa el segundo puesto entre las redes sociales más visitadas, y es también una de las pioneras en ofrecer contenido gratuito a los usuarios de videos de música, películas y tutoriales. Actualmente YouTube remunera económicamente a las personas con más



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

seguidores en sus canales y renta su espacio para publicidad de diversas marcas e incluso campañas políticas.

Recientemente lanzó un formato Premium en el que se eliminan los comerciales y el usuario puede elegir listas de reproducción y contenido favorito sin tener que escuchar el contenido sugerido por la empresa.

Las siguientes dos posiciones en el ranking de las aplicaciones más utilizadas tienen la finalidad de comunicar usuarios que ya pertenecen a una red privada.

Whatsapp conecta personas a través de mensajes de texto principalmente, contenido multimedia, llamadas de voz y videollamadas; el único requisito es contar con el número celular de la persona con la que deseamos contactar.

Facebook Messenger es la plataforma de mensajes privados entre contactos de Facebook y tiene la finalidad de intercambiar textos y contenido multimedia.

En la posición 5 se encuentra Instagram y es esta red social la que servirá como base comparativa entre los diferentes perfiles que se mostrarán en el presente documento.

Instagram surgió como un álbum de fotos digital con gran capacidad de almacenamiento donde las personas pudieran resguardar momentos; la aplicación fue tan popular que ha implementado múltiples herramientas como historias de 24 horas de disponibilidad en donde los usuarios realizan videos, publican fotografías, realizan encuestas e interactúan con sus seguidores.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

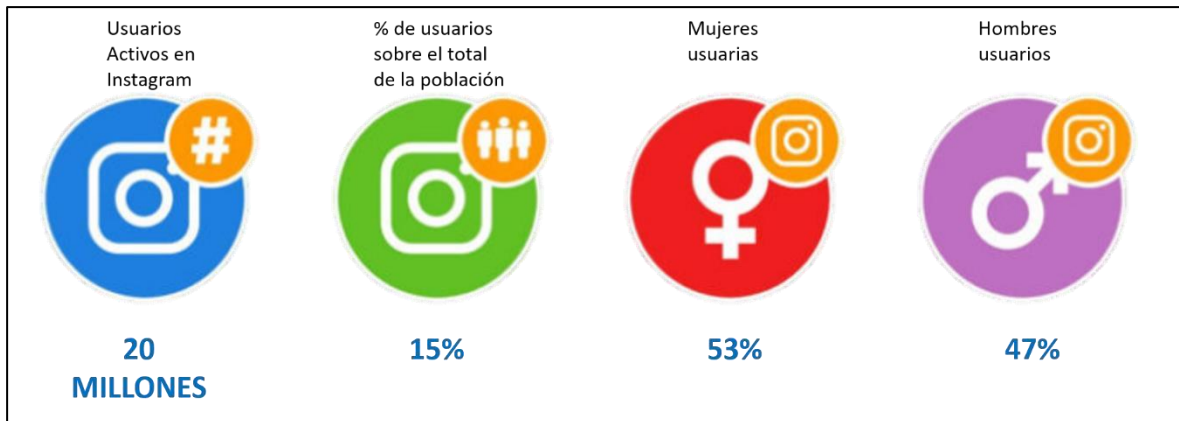


Ilustración 5 Estadísticas de Instagram en México 2018

Fuente: Elaboración propia con datos de yiminshum.com

En 2018 existen 20 millones de usuarios en México; quienes representan el 15% de la población total del mismo país. El 53% son mujeres mientras que el 47% son hombres.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

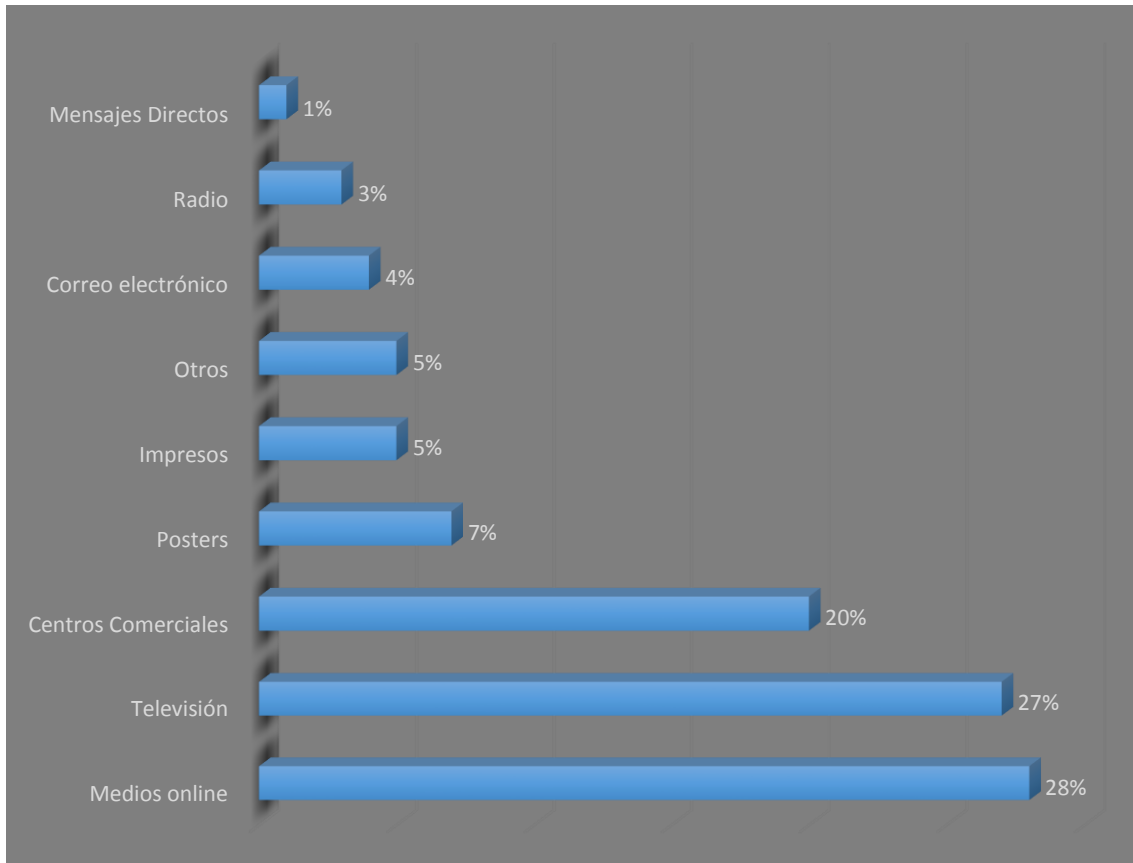


Figura 2 Mejores medios publicitarios en México en 2018

Elaboración propia con datos de yiminshum.com

Con el auge que han tenido las redes sociales entre la población de México y el mundo; estas se han posicionado como uno de los medios favoritos para que las empresas publiciten sus productos y servicios.

Actualmente Facebook, Instagram y YouTube ofrecen servicios empresariales donde van desde solo mostrar publicidad hasta contar con pasarela de pagos en la plataforma o redirigir al sitio web de la empresa en cuestión.

En la figura 2 con el 28% los medios digitales online se ubican en la primera posición seguidos de la televisión y publicidad física en centros comerciales.





# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

## ¿Qué ventajas tiene la publicidad online?

La principal ventaja que nos dan las plataformas online es que conforme el usuario interactúa más en las redes sociales las plataformas se irán dotando de información y seleccionarán contenido conforme a los gustos del usuario.

Este mecanismo es utilizado por una de las plataformas digitales más populares en el mundo; Netflix dedicada a ofrecer películas y series como medio de entretenimiento. Con la información recabada sobre número de reproducciones, calificación que otorga el usuario al contenido que visualiza entre otras cosas Netflix ha lanzado producciones propias que están basadas en las preferencias de sus suscriptores con lo que garantizan el éxito de las mismas; nuevamente a todo esto se le llama Big Data.

Estas ventajas las ha utilizado el sector político también para realizar sus campañas.



En 2018 esta fue una de las campañas políticas más populares; su éxito fue tan grande que la canción emblemática de la campaña se convirtió en base para mezclas de dj's en centros nocturnos. El partido político no consiguió la posición

por la que se postulaba pero si logro generar impacto en la población y al menos salir de la sobra como partido. Esta campaña inundó los canales de

YouTube entre otras redes sociales..



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

## VII.- Formulación de la hipótesis

Las mujeres utilizan las redes sociales como una herramienta que les permite externar ideas y opiniones sobre temas políticos, económicos y sociales lo que las lleva a ganar popularidad y así posiciones importantes en el ámbito político

## VIII.- Pruebas empíricas o cualitativas de la hipótesis: Desarrollo de la investigación:

El auge que tienen las redes sociales como medio de comunicación y publicidad en México es indudable, así como el papel que juegan las mujeres como usuarias y espectadoras del contenido que se comparte.

Esto podría darnos como conclusión que las mujeres pueden utilizar las redes sociales como un medio para posicionar su liderazgo político tal como lo plantea nuestra hipótesis. Para comprobar esta afirmación es necesario analizar los gustos y preferencias de los contenidos que revisan los usuarios en México.

### 1. Contenido Facebook

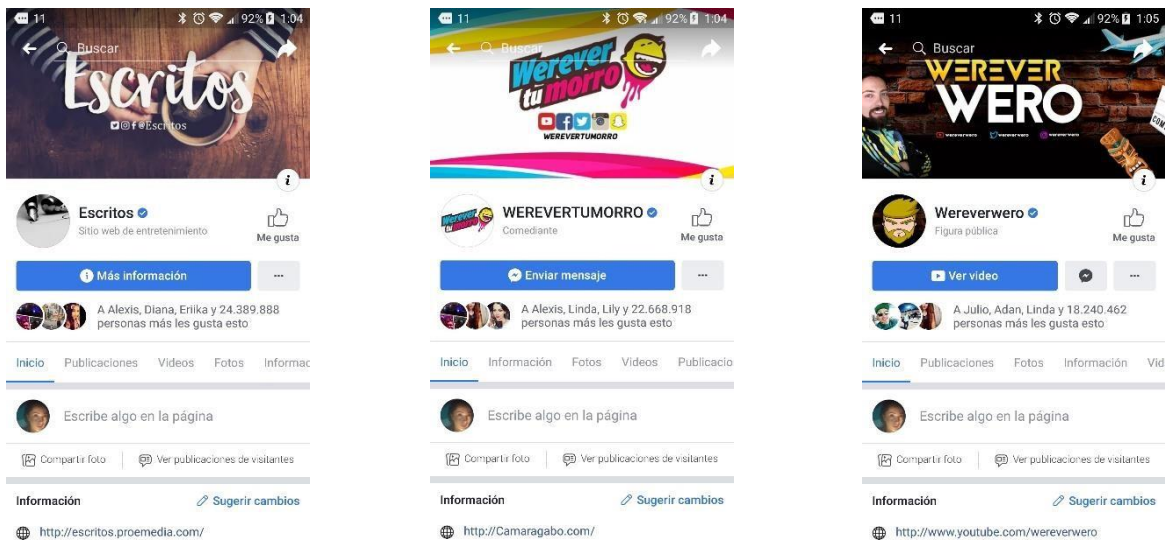


Figura 3 Páginas de Facebook más visitadas en México

Fuente: Capturas de pantalla de Smartphone

En La figura 2 se encuentra el top 3 de las páginas de Facebook con más seguidores en México en 2017. El contenido de las tres páginas es clasificado como entretenimiento; la primera recaba frases motivacionales o de autores populares; mientras que las 2 siguientes se tratan de la página de figuras públicas dedicadas a la comedia.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL



comunicar. (Ver Figura5)

En la figura 4 está la contraparte; la página oficial de uno de los medios de información seria y veraz sobre temas sociales en México más populares entre los mexicanos.

El top 3 de páginas favoritas por los mexicanos va desde 24 hasta 18 millones de seguidores; mientras que esta última supera por poco los 4 millones.

*Figura 4* Página de Facebook *El Universal* Fuente: Captura de pantalla de Smartphone

Sobre la segunda red más popular; YouTube nuevamente aparece Yuya, se encuentra en la posición número uno de seguidores en su canal con 22 millones de suscriptores; donde comparte tutoriales de maquillaje y estilo de vida para la mujer con un peculiar tono de voz y una forma divertida y jovial de



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL



El contenido que ofrece la youtuber más popular de México es sobre tips de belleza dirigidos a la mujer mexicana. Actualmente su popularidad ha sido tal que tiene su propia línea de productos de belleza; es imagen de marcas de productos para el cuidado de la mujer y posee su propia estrella en el paseo de Hollywood en Estados Unidos.

Figura 5 Canal más popular de Youtube en México

Fuente: Captura de pantalla de smartphone

¿Qué ha hecho que esta persona sea tan popular y reciba contratos con marcas?

La respuesta es que ha creado contenido creativo y atractivo para la población mexicana lo que la posiciona como una de las mujeres más conocidas del país.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

¿Es entonces este un medio que utilizan las mujeres en el ámbito político para ganar popularidad?



Figura 6 Josefina Vazquez Mota

Fuente: Instagram

Andrea Legarreta es una conductora mexicana, popular por su larga participación en el programa hoy del canal de las estrellas con la Televisa.

Ha participado en telenovelas del gusto mexicano lo que le ha permitido ganar fama entre los mexicanos, pero con especial popularidad entre las mujeres.

Ante sucesos económicos y políticos del país ha emitido públicamente su opinión; siendo el alza en el precio de la gasolina su más controversial declaración ya que entre Fuente: Instagram las amas de casa y seguidoras fieles su opinión había sido muy inteligente y apropiada mientras que para

Josefina Vazquez Mota fue candidata a la presidencia de México en el proceso electoral de 2012. Cuenta con 10,700 seguidores en su página oficial de Instagram.

Haber contendido por la dirección de una nación es sin duda alguna una posición importante y de reconocimiento entre la población al menos del país en el que fue candidata; sin embargo, el numero está lejos de alcanzar el millón de personas.



Figura 7 Andrea





# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

los expertos en la materia no tuvo lugar alguno y fue objeto de burlas y memes entre las redes sociales que continúan circulando después de años del evento.

Margarita Zavala es una mujer mexicana popular en la política del país por su cargo como Primera Dama en el periodo de 2006 – 2012 cuando su esposo Felipe Calderon ocupó la posición de Presidente de la Republica.

Además, fue candidata independiente a la Presidencia en el proceso electoral de 2018 donde renunció a su candidatura poco antes de llevarse a cabo las votaciones oficiales.

Es popular entre las mujeres, sobre todo empresarias y con cargos directivos en el sector público y privado. Cuenta con 54,400 seguidores en su cuenta de Instagram.





# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL



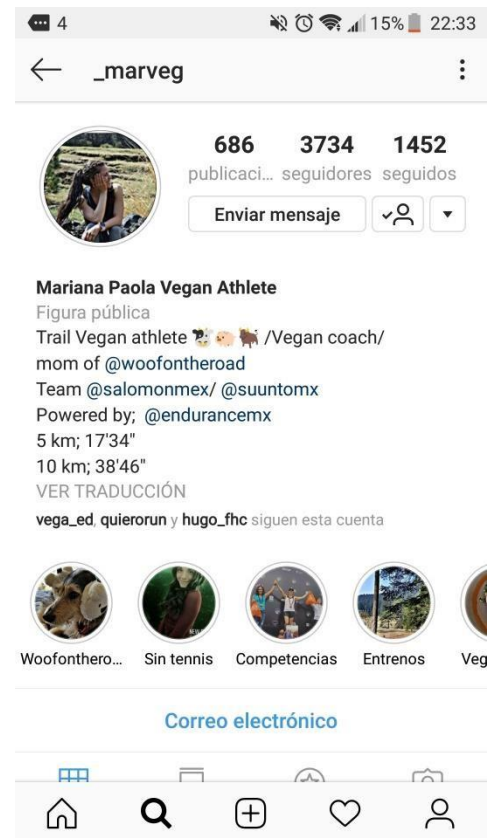
Dolores Padierna es la actual vicepresidenta de la Cámara de Diputados, cargo que ocupa como signo de inclusión de la mujer en la política mexicana. Es poco conocida y me atrevería a declarar que muchas personas desconocen de su posición.

Cuenta con 1,143 seguidores en Instagram.

Mariana Paola es una ultracorredora, actualmente patrocinada por la marca de equipo deportivo Salomón por sus sorprendentes resultados, disciplina y ejemplo de estilo de vida.

Es nutrióloga de profesión y se dedica a dar clases de comida vegana a niños y subir tutoriales en su página de Instagram donde aconseja sobre el estilo de vida saludable.

Cuenta con 3,734 seguidores en su cuenta de Instagram.







# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL



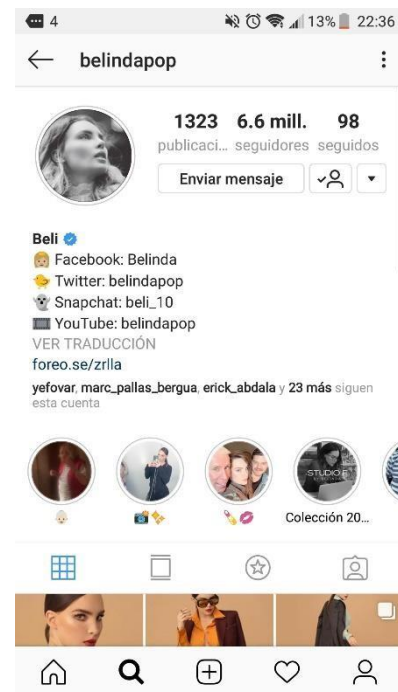
Adela Micha es una periodista mexicana conocida por su peculiar estilo de conducción y la forma natural de dirigirse en las entrevistas que realiza a diferentes figuras de la política y el espectáculo.

Ha participado en su propio programa de televisión, radio y es columnista en revistas y periódicos de circulación nacional. Cuenta con 432,000 seguidores en Instagram.

Belinda, cantante y actriz española con residencia en México desde su infancia. Participó en telenovelas de transmisión a nivel nacional con producción de Televisa desde que era una niña y ganó fama por su carisma y talento.

Ha sido relacionada sentimentalmente con futbolistas, artistas y actualmente se ha dejado saber seguidora del actual Presidente de México Andrés Manuel López

Obrador. Tiene 6,600,000 seguidores.





# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

Elba Esther Gordillo es una de las mujeres más importantes en la política mexicana. Independientemente de los escándalos en los que se ha visto envuelta y su estadía en la cárcel de mujeres; esta mujer es una figura conocida y con un poder indiscutible en México, mismo que debe a su posición como presidenta del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación. Elba Esther Gordillo no es activa en redes sociales.



Galilea Montijo es una actriz y conductora originaria de Jalisco. Cuenta con 5.2 millones de seguidores y es popular por su participación en la conducción de programas para toda la familia.

En el proceso electoral a la presidencia de 2018 gano fama con sus declaraciones sobre abandonar el país si Andrés Manuel Lopez Obrador era elegido Presidente de la Republica.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL



Michelle Obama fue Primera Dama de los Estados Unidos durante el periodo que su esposo ocupó la Presidencia de los Estados Unidos.

Es una mujer carismática e inteligente que ha ganado fama por su impecable participación en eventos sociales y los discursos que ha dado y que han logrado tocar al público que la escucha.

Cuenta con 24.4 millones de seguidores.



Como referencia de popularidad política y en redes sociales; Enrique Peña Nieto ex presidente de la República Mexicana cuenta con 707,000 seguidores después de haber gobernado una nación por 6 años.

Para concluir con los datos de referencia algunos personajes el dominio público a nivel internacional, lo que robustece la muestra para llegar a una conclusión más objetiva.

- Britney Spears, Cantante Estadounidense, 21.5 millones de seguidores
- Oprah, Conductora Estadounidense, 15.3 millones de seguidores



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

- Angélica Rivera, Ex primera Dama de la República Mexicana 86,400 seguidores
- Leo Messi, Futbolista Argentino, 103 millones de seguidores
- Shakira, Cantante Colombiana, 55.5 millones de seguidores
- Iridia Salazar, Medallista olímpica mexicana, 111,000 seguidores
- Rosario Robles, Política mexicana, 4,971 seguidores
- Alejandra Barrales, Política mexicana, 5,920 seguidores
- Thalía, Cantante mexicana, 12.1 millones de seguidores



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

## IX.- Conclusiones y nueva agenda de investigación.

Con las evidencias presentadas comparando el número de seguidores en Instagram como medida de popularidad entre la población podemos concluir que las redes sociales no son una herramienta relevante para las mujeres que buscan posicionarse como líderes en la política.

Mujeres con carreras vastas en la política mexicana no cuentan con un desempeño importante en redes sociales; lo que nos deja ver que para este ámbito la popularidad se gana por vías diferentes.

Es común escuchar noticias de mujeres políticas y su participación en eventos, congresos y reuniones de trabajo para toma de decisiones del rumbo del país en noticieros televisivos, radio, periódicos o revistas especializadas, no así en redes sociales.

De la muestra presentada las mujeres más populares son quienes tienen participación activa en programas de entretenimiento en la televisión y el espectáculo lo cual es de la misma forma en otros países (comparativa de datos en Estados Unidos).

Si bien las redes sociales son un medio de comunicación masiva de fácil acceso debido a que lo tenemos al alcance de un teléfono móvil para revisar o compartir contenido, no funciona de forma eficiente para las mujeres que se encuentran en la política.

Una teoría para explicar cuál es la razón de la falta de popularidad en redes presume que la falta de contenido e interacción en redes por parte de las dueñas de las cuentas es lo que hace que no sean atractivas para el público. Sin embargo, es fuertemente criticado cuando una persona con puesto público o político comete algún error en los medios de comunicación, los cuales comúnmente son revisados



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

y editados previo a su aparición al aire. En las redes sociales es muy rápido el proceso de publicación, existen transmisiones en vivo en las que no es posible editar por lo que es mejor mantenerse al margen de su uso y resguardar una imagen sobria y sin errores.

Figuras fuertes y conocidas como Enrique Peña Nieto, Elba Esther Gordillo e incluso Michell Obama tienen una participación entre nula y baja en redes sociales; sin embargo, su papel en el mundo de la política es de dominio internacional; con lo que podemos concluir que las redes sociales no son una herramienta para lograr el liderazgo político.

Cabe destacar que la popularidad de personas que han logrado posicionarse como influencers o líderes de opinión es un tema que debe tratarse con seriedad y mucha responsabilidad ya que al ser tan influyentes como imagen para muchas personas, pueden predisponer sus ideas y pensamientos al juicio y opinión de grandes masas; lo cual es peligroso cuando la única fuente de información son las redes sociales.

Es común ver actrices, cantantes, modelos y bloggers de moda emitir juicios y opiniones en público sobre asuntos políticos y económicos que afectan naciones enteras. Esto no significa que su opinión sea incorrecta por no ser personas expertas en la materia; el punto importante es que estos muy bien llamados influencers son capaces de cambiar la opinión de sus seguidores solo por fanatismo.



# PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

## X.- Bibliografía

1. Estadística de medios de comunicación más utilizados por los mexicanos

<https://www.merca20.com/cual-es-el-medio-de-comunicacion-preferido-por-loshttps://www.merca20.com/cual-es-el-medio-de-comunicacion-preferido-por-los-mexicanos/mexicanos/>

2. Artículo de participación política de las mujeres

<https://www.elheraldodechihuahua.com.mx/analisis/la-participacion-politica-dehttps://www.elheraldodechihuahua.com.mx/analisis/la-participacion-politica-de-la-mujer-2018-1849189.html>

3. Usos de la tecnología entre los mexicanos

<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2017/03/19/como-usamos-mexicanoshttp://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2017/03/19/como-usamos-mexicanos-technologie>

4. Redes sociales más utilizadas por los mexicanos

<https://www.internacionaldemarketing.com/blog/las-redes-sociales-mas-usadas-mexico-caracteristicas/>

<https://yiminshum.com/el-mundo-digital-en-mexico-parte-2/>

5. Penetración del uso de redes sociales en México

<https://www.forbes.com.mx/mexico-primer-lugar-en-penetracion-social-media/>