

GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA: UNA EXPLORACIÓN DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS GOBIERNOS ESTATALES DE MÉXICO

RODRIGO SANDOVAL-ALMAZÁN
Universidad Autónoma del Estado de México, México
rsandovala@uamex.mx

J. RAMÓN GIL-GARCÍA
Centro de Investigación y Docencia Económicas, México
joseramon.gil@cide.edu

RESUMEN

La influencia de la tecnología en la administración pública ha marcado una nueva etapa para los gobiernos del mundo. La estrategia conocida como Gobierno Electrónico, ha impactado en distinta medida la forma de organizar las oficinas públicas, la relación con los ciudadanos y la estructura de la administración pública en sus distintos niveles. Sin embargo, este impacto no se ha medido suficientemente y existe escasa evidencia a este respecto. Uno de los elementos más innovadores en esta transformación del gobierno es el uso de redes sociales. El impacto de estas plataformas – como Twitter y Facebook– en la comunicación y operaciones del gobierno ha dado un giro en la manera en que las Tecnologías de Información y Comunicación han modificado la relación ciudadano-gobierno. El objetivo de este artículo es entender qué tanto se utilizan dichas plataformas en los 32 portales estatales mexicanos y observar de qué forma ha evolucionado su uso entre 2010 y 2011.

Palabras clave: Redes sociales, Internet, Gobiernos locales, Gobierno electrónico, México.

TECHNOLOGY MANAGEMENT: AN EXPLORATION ON THE USE OF SOCIAL NETWORKS BY THE STATE GOVERNMENTS IN MEXICO

ABSTRACT

The influence of technology in public administration has marked a new stage for the governments of the World. The strategy, known as e-Government, has to varying degrees impacted the way public offices are organized, the relationship with the citizens and the structure of public administration at its different levels. However, this impact has not been sufficiently measured and there is little evidence in this regard. One of the most innovative elements in this government transformation is social networking. The impact of these platforms –such as Twitter and Facebook– in communication and government operations has shifted the way in which information and communication technologies have changed the citizen-government relationship. The aim of this paper is to understand to what extent both these platforms are used in the 32 Mexican state portals and see how this use has evolved between 2010 and 2011.

Keywords: Social networks, Internet, Local governments, E-Government, Mexico.

INTRODUCCIÓN

El uso de la tecnología en la administración pública no es nuevo. La administración de sistemas de información como ciencia ha estado cerca de las oficinas de gobierno y de la toma de decisiones por varias décadas (Bozeman y Bretschneider 1986, Rubin 1986). Ya McDonough (1996) preveía el uso de la tecnología para brindar servicios a los ciudadanos. De forma similar, Brown y Brudney (1998) explicaban las ventajas que podría tener el usar tecnología en los procesos gubernamentales (inteligentes, rápidos y baratos). Sin embargo, la tecnología de información y comunicación (TIC's) en particular trajo consigo una serie de importantes innovaciones en la administración pública (Garson 1999, Seneviratne 1999) hasta llegar a la concepción de lo que se ha denominado gobierno electrónico. Según Gil-García y Luna-Reyes (2003), el gobierno electrónico es:

...la selección, desarrollo, implementación y uso de tecnologías de información y comunicación en el gobierno para proveer servicios públicos, mejorar la efectividad administrativa y promover valores y mecanismos democráticos, así como el rediseño y desarrollo de marcos legales y reglamentarios que faciliten ajustes organizacionales para el desarrollo de iniciativas orientadas a mejorar el uso de la información, así como el desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento (Gil-García y Luna-Reyes 2006).

Esta tendencia del gobierno electrónico ha traído consigo nuevas formas de organizar la administración pública y un gran número de temas más específicos y aspectos clave han surgido y se han venido estudiando en los últimos años: interoperabilidad (Dos Santos y Reinhard 2007, Dos Santos y Reinhard 2010, Fernández 2002, Guijarro 2004, Scholl 2005, Svein 2010), gobernanza (Costake 2007, Fountain 1999, Janssen y Joha 2006, Misra y Dhingra 2002), intercambio de información (Dawes, 1996, Dawes, Gharawi y Burke 2011, Estevez, Fillottrani, y Janowski 2010, Gant 2003, Gil-García, Chun y Janssen 2009), ciudadano céntrico (Chen 2010, King 2009, Taylor y Lips 2008), e-servicios (Janssen y Pries-Heje 2010, Axelsson 2010, Röstlinger y Cronholm 2009, Stamoulis, Gouscos, Georgiadis y Martakos 2001, Todorovski, Kunstelj y Vintar 2007), medición del gobierno electrónico (Al-Solbi y Mayhew 2005, Rahman 2007, Shareef, Ojo y Janowski 2008) y transparencia gubernamental (Chandler 1998, Dawes y Helbig 2010, Nam 2011, Taylor, Lipsy y Organ 2006).

El gobierno electrónico o digital como se ha dado en llamar, está modificando la forma en que se ejerce la gestión pública (Ficarra 2004), a partir de la Nueva Gerencia Pública y de la manera de organizar la

operación del gobierno para aumentar la legitimidad de los gobernantes. En este contexto, Castells (2009) indica: “el poder es relacional, la dominación es institucional” (p. 39). Las fuentes de legitimación y de poder han cambiado en los estados, sigue diciendo Castells: “El poder no puede reducirse al estado...los estados nación a pesar de su crisis multidimensional, no desaparecen, se transforman para adaptarse a este nuevo contexto” (p. 68-69). Bajo esta óptica, el poder ahora es de las redes, tanto por la construcción de redes que lo controlen y lo administren, como por la fuerza de redes externas que influyen en el poder de manera no vista anteriormente.

...El terreno en el que operan las relaciones de poder ha cambiado de dos formas principales: (1) se ha construido principalmente alrededor de la articulación entre lo global y lo local, y (2) está organizado principalmente en redes, no en unidades individuales (Castells 2009: 81).

De tal forma que nuevas concepciones del Estado han surgido a partir de esta idea, vinculados con la tecnología (Fountain 1999). Como dice Dutton (2009: 2):

In the twenty-first century, a new institution is emerging with some characteristics similar to the Fourth Estate, but with sufficiently distinctive and important features to warrant its recognition as a new Fifth Estate. This is being built on the growing use of the Internet and related information and communication Technologies (ICTs) in ways that are enabling ‘networked individuals to reconfigure access to alternative sources of information, people and other resources.

En este sentido, se justifica la necesidad de aportar datos e investigar el uso de las redes sociales que utilizan tecnologías de información, y que están impactando la forma de organizar y de interrelacionarse con la administración pública. Se hace necesario investigar el uso de las redes sociales con tecnología que utilizan las nuevas plataformas sociales, y su impacto en el gobierno. En México, recientemente la página web de la Presidencia de la República se transformó para crear un blog donde los funcionarios de Seguridad Pública y la Procuraduría General de la República, justifican sus acciones contra el crimen organizado y analizan las críticas a dicha estrategia. En el mismo sitio existe una sección que contiene todas las cuentas de Twitter de los miembros del gabinete federal, para que cualquiera pueda seguir sus comentarios.

Algunos medios de comunicación –impresos y electrónicos– toman los comentarios –posts– de los secretarios de Estado como declaraciones

tácitas y las reproducen como si fueran entrevistas personales. En el 2010, un diputado del partido mayoritario (Guerrero et al. 2010) en el Congreso Federal publicó una foto de uno de sus colegas durmiendo en la sesión, usando la plataforma Twitter, lo cual le valió el escándalo pero también reconocer el uso de esta herramienta (Freeman 2004). Siguiendo esta lógica, el líder del PRI en el Congreso gastó más de un millón de pesos en comprar 237 ipads para sus colegas argumentando que serían analfabetas aquellos que no supieran utilizar dicha tecnología (Guerrero et al. 2010). Desde septiembre del 2010, los 500 diputados y senadores en el Congreso Federal, pueden acceder al orden del día, seguir las sesiones de la cámara, recibir una sinopsis de los dictámenes agendados y consultar las versiones estenográficas vía teléfono celular, su Ipad o su Iphone, mediante una aplicación que costó 120.000.000 de pesos mexicanos.

En el año 2009, el debate en la Cámara de Senadores del Congreso de la Unión, tuvo que tomar en cuenta a un importante grupo de ciudadanos quienes convocados mediante la red social de Twitter, (#InternetNecesario) logran detener un impuesto a Internet que había sido aprobado por la cámara baja y que los senadores detuvieron en su momento. Al colocar el tema, después de más cien mil mensajes en esta red, los twitteros mexicanos, presionaron para ser recibidos por los senadores y lograr su cometido (Sandoval-Almazán y Alonzo 2011). En un esfuerzo similar aunque controvertido, algunos ciudadanos de la capital mexicana lograron evadir los retenes policíacos del alcoholímetro usando la red social de Twitter enviando la ubicación exacta para poder ser evadidos, mismos que posteriormente fueron amenazados y sancionados por la autoridad, aunque exista la laguna legal para detenerlos. Por otro lado, un estudiante de una de las universidades privadas más reconocidas de México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, envía en Twitter mensajes relatando la intromisión de los militares en el Campus Monterrey, así como dando a conocer la muerte de dos estudiantes, mismos que fueron calificados en un inicio como sicarios, y posterior a la revelación de este Twitter se reconocieron como estudiantes de dicha institución. Desafiando así a los medios de comunicación y a los reportes de prensa de la procuraduría estatal y federal (Cepeda 2010).

Estos ejemplos demuestran el uso de las de redes sociales que están presionando, colaborando, promoviendo sus intereses en la política y en la administración pública, digitalizando procesos y obligando a la toma de decisiones basada en estos aparatos. Estos ejemplos nos llevan a explorar esta tendencia social. ¿Qué variables se deben identificar para analizarlo? ¿Cómo entender el concepto del llamado social media bajo el contexto de gobierno? Para responder a estas preguntas se necesita de una investigación

más profunda sobre el tema. El objetivo de este artículo es revisar el uso de estas novedosas plataformas tecnológicas en los sitios web de los gobiernos estatales, y extraer de ahí algunos elementos que permitan explicar su uso y posterior aplicación. Como resultado de recolectar datos durante 2010 y 2011 se presentan aquí los comparativos en cuanto al uso de Twitter y Facebook. Para tal fin hemos dividido este artículo en cinco secciones. La primera sección, es esta introducción que ubica la problemática y justifica la investigación. La segunda sección que presenta el marco teórico de las redes sociales y estudios similares que se vinculen con los cambios en la gestión pública. La tercera sección describe la metodología utilizada para la recolección de los datos, la muestra y las variables elegidas. La cuarta sección discute los hallazgos obtenidos. La quinta y última sección describe las limitaciones del estudio y las líneas de investigación futura.

MARCO TEÓRICO

El estudio de las redes sociales podría dividirse en dos momentos: antes y después de Internet. El primer momento –antes de Internet– indica que las redes sociales se comenzaron a estudiar desde el siglo XVIII y que la conceptualización viene desde Durkheim y Ferdinand Tonnies. Posteriormente en el siglo XIX, fue Simmel –de acuerdo con Freeman (2004)– quien utilizó por vez primera el término de redes sociales. A partir de ese momento varias escuelas se dedicaron a investigar sobre el impacto de las redes sociales en las organizaciones, las empresas, las escuelas y los movimientos sociales (Freeman 2004).

El segundo momento, las redes sociales que usan tecnología son el resultado de un proceso evolutivo de formas de organización social, en las cuales se conectan grupos de individuos para poder coordinarse y actuar en conjunto (Martínez 2011). Esta forma tradicional en la que trabaja la sociedad ha adquirido mayor fuerza por las nuevas tecnologías de información, utilizando plataformas en Internet que permiten recrear las redes sociales existentes en el mundo físico hacia un mundo virtual y expandir sus redes sociales o construir nuevas. Ya que potencializa el manejo y control de múltiples redes y contactos a través de una plataforma de información tecnológica fácil de administrar. Las redes sociales electrónicas han cambiado el enfoque de las relaciones humanas y han potencializado su característica más importante: la facilidad de encontrar y entablar relaciones con otros miembros con intereses similares (Gallupe 2007).

REDES SOCIALES Y SITIOS EN INTERNET

Los sitios Web han dinamizado esta interacción entre personas y grupos. Las páginas web que ofrecen servicios de redes sociales han proliferado –Froggle, Hi5, LinkedIn, Myspace– y muchas están dirigidas a gente en regiones geográficas específicas o con ciertos intereses étnicos, religiosos, sexuales o políticos. Mientras que el objetivo para algunos sitios es impulsar el crecimiento exponencial de su membresía, otros, buscan audiencias explícitamente más específicas (Boyd y Edison 2007, Ellison, Steinfield y Lampe 2007). Los estudios sobre redes sociales electrónicas han cobrado auge en la última década. Los estudios de Katz, Lazer, Arrow y Contractor (2004) son los primeros en analizar la teoría de redes y grupos sociales con el uso de la tecnología. Kavanaugh, Carrol y Perez-Quinones (2006) analizan una de las primeras herramientas los blogs, para intercambiar información, resolver problemas e interactuar con grupos. Su análisis en líderes de opinión es uno de los primeros estudios serios sobre el impacto de estas nuevas herramientas y su interacción con los ciudadanos.

Kumar y colegas (2006) hacen una recopilación sobre la evolución y las distintas estructuras de las redes sociales en línea. Por otro lado, Boyd y Edison (2007), hacen una recopilación de los estudios de redes sociales, su cronología y plantean una definición sobre estos sitios como medios de comunicación. Hargittai (2007) y Liu (2007) hacen investigación sobre las diferencias entre los distintos perfiles de usuarios de las redes sociales. Liccardi (2007) se enfoca en cómo se organizan los estudiantes con las redes sociales en una clase de computación. Krishnamurthy y Wills (2008) se enfocan a la privacidad en línea de las llamadas Online Social Networks (OSN), investigando cómo se comparte información entre los usuarios y cómo terceros sitios evalúan el desempeño de dicha interacción. Williams y Durrance (2008) analizan a las redes sociales bajo el concepto del capital social que planteó Putnam.

Investigaciones más generales como la de Siegel (2009) por ejemplo, investiga las redes sociales electrónicas y su impacto en la acción colectiva. Sylvie (2008) analiza las redes sociales a partir de una comunidad que se está gestando en torno al uso de la tecnología, tratando de desarrollar perfiles de uso de tecnología. Poco a poco, se han ido desarrollando más estudios relacionados con la administración pública y el uso de redes sociales. El caso de Reynolds et al. (2010), quien analiza datos obtenidos de Twitter y blogs a partir de una metodología de ciencias sociales y las investigaciones de Bertot, Jaeger y Grimes (2010) recopilando datos e información del uso que le da el gobierno a las tecnologías de web 2.0, como blogs, wikis, microblogging para aumentar la transparencia, son ejemplos más claros de ellos. Varias direcciones ha tomado la investigación de redes sociales en

la administración pública. Una de ellas es la seguida por Kavanaugh et al. (2011); la otra dirección es sobre transparencia o gobiernos transparentes con investigaciones de Chun, Shulman, Sandoval y Hovy (2010) y de Bertot, Jaeger y Grimes (2012).

Para el caso mexicano, las investigaciones relacionadas con el uso en la administración pública, van desde el estudio de los *Chief Information Officers*, directores de informática (Sandoval-Almazán y Gil-García 2011b); el uso de tecnología en los congresos locales (Sandoval-Almazán y Gil-García 2011a), hasta la investigación directa en los portales de Internet de los gobiernos estatales y el uso de herramientas de web 2.0 (Sandoval-Almazán, Diaz-Murillo, Gil-García, Luna-Reyes y Luna-Reyes 2011) y la investigación de portales municipales (Sandoval-Almazán y Gil-García 2010). Este conjunto de estudios enmarcan un tema que por su novedad aún no se encuentra claramente definido y establecido; ya que todavía no existe una definición absoluta sobre social media, tampoco se conocen los límites del campo de estudio –si estos abarcan sólo sitios de redes, aplicaciones o blogs– y mucho menos existen datos sobre su penetración en el gobierno, la comunicación y la sociedad en general.

Estas redes sociales han impactado el mundo laboral, los trabajadores tanto de las empresas como del gobierno han cambiado su forma de trabajo alentados por el uso de la tecnología de información y comunicación (Zhao y Rosson 2009). Este tipo de trabajadores que defienden el uso de su correo electrónico, su cuenta de Twitter o el uso de Facebook para comunicarse, y que sus jefes pretenden controlar o restringir (Vázquez y Méndez 2009), son el mismo grupo de empleados innovadores que están haciendo cientos de transacciones al día para sus jefes generando información y reduciendo costos a través del uso de la tecnología. Los ciudadanos que están “conectados” o enlazados con otros empleados de otras organizaciones son los que mueven al mundo. Sus “relaciones interpersonales” crecen y se reproducen a través de las redes sociales, dado que se pueden comunicar diariamente con sus proveedores, sus clientes, y sus amigos o familiares que los recomiendan para hacer crecer su red de contactos. Estas “redes políticas” de contactos humanos, aún no se han contabilizado. Desconocemos su impacto y trascendencia en la sociedad, apenas tenemos una idea primaria de a donde pueden llegar. Un grupo consultor español, N-Economía, ha realizado un estudio de tendencias de cómo las redes sociales impactarán a las empresas y pronostican para el 2012 el uso de micro-blogging, mientras para el 2015 se harán análisis de redes sociales y el uso de telefonía inteligente con aplicaciones personalizadas para hacer negocios (Durán 2010).

Esta preferencia es producto de una tendencia social cada vez más

profunda que está emergiendo en las sociedades oprimidas políticamente, que buscan una manera alternativa de expandir sus libertades. En el 2008, los estudiantes opositores al gobierno recién electo en Irán enviaron mensajes de texto al mundo para alertar sobre la represión que estaban sufriendo todos los días de parte de su gobierno. En los Estados Unidos, el presidente Barack Obama llega al poder producto del uso de redes sociales –Hi5, Facebook, entre otras– para difundir y debatir su propuesta de campaña. Generando y alentado redes de seguidores que convencieran a los electores de salir a votar por él (Harfoush 2009). Actualmente ha implementado en su gobierno tecnologías de social media para mejorar los procesos internos de su gobierno¹.

A inicios del 2011, en Egipto, Túnez y Libia ocurrieron manifestaciones que utilizaron las redes sociales como vehículo para canalizar sus expresiones, organizar marchas y protestas, para terminar con viejos gobiernos totalitarios, en lo que se ha dado en llamar la Revolución 2.0 (Attia, Aziz, Friedman y Elhusseiny 2011). Si bien falta mucho por estudiar el impacto que tuvieron las nuevas tecnologías y las plataformas de redes sociales en todos estos eventos históricos, es un hecho que el uso de la tecnología favoreció la comunicación y la organización. Estos cambios demuestran la necesidad de investigar a las redes sociales y su vinculación con el gobierno, en este sentido, a partir de los sitios web.

En el caso de Latinoamérica y específicamente México, el pionero es sin duda Hi5, que al encontrar un mercado estadounidense ya ocupado, buscó mercados emergentes donde se hizo popular (Guerrero et al. 2010). El otro caso de éxito en su nueva versión en español es Facebook que, a pesar de haber sido creado para un ambiente universitario, se expandió a todo tipo de usuarios e incluso motivó el surgimiento de grupos bajo el nombre: "... después de entenderle al Facebook, no he vuelto a checar mi Hi5", que claramente muestran la competencia entre ambas plataformas.

REDES SOCIALES EN MÉXICO

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) revela en su séptimo estudio sobre los hábitos de los internautas en México (AMIPCI 2012) que acceder a las redes sociales se convirtió en la cuarta actividad online de los internautas mexicanos con 61% del total y es la principal actividad de entretenimiento. Otro dato de esta asociación es que seis de cada diez internautas mexicanos utilizan redes sociales, además el 60% lo hacen

¹ El blog de Implementación de Transparencia es un ejemplo de ello (http://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment/), así como el uso de tecnología para publicar el uso de los fondos públicos: (www.data.gov).

diariamente. La red más utilizada es Facebook teniendo el 39%, mientras que Twitter ocupa la tercera posición con un 20%, después de YouTube. Un estudio reciente publicado en internet sobre el uso de Twitter indica que en agosto de 2009 habían 32.000 cuentas y sólo 8.500 estaban activas. De acuerdo con Mente Digital, el crecimiento ha sido exponencial (en cuentas de Twitter) desde entonces ya para 2010 la cifra se elevó a 140.000 y en 2011 dio un brinco importante de 4.1 millones". Consistente con esta idea, el número de usuarios de internet en México creció durante el último año (2011) un 14% y se situó en los 40.600.000. De acuerdo con (Martínez 2011) una persona con acceso a Internet y redes sociales puede influenciar hasta nueve personas fuera de línea.

El uso de Internet en México ha crecido de manera acelerada en los últimos años. Actualmente, según el último estudio de la AMIPCI (2012), existen 40.600.000 de internautas en el 2012, los cuales 92% visita las redes sociales. De ellos, el 90% utiliza Facebook, la red más popular, el 60% utiliza YouTube, el 60% utiliza Twitter, el 34% utiliza Google Plus y el 25% utiliza Hi5. En otro estudio, realizado por la AMIPCI, más del 77% de los mexicanos ha leído un blog y 66% participa en una red social.

Un estudio complementario es del World Internet Project (WIP 2009) del 2011, que realiza una encuesta nacional de dos mil entrevistas, con un intervalo de confianza de 95%, indica que son 40.000.000 de usuarios de Internet en México. Entre las actividades analizadas por este estudio, menciona que el 97% revisa su correo electrónico, que existe una disminución en el uso de Messenger del 85% en el 2010 a 82% este año, y un incremento en el acceso a redes sociales que pasó del 55% en 2010 a un 70% en este año. De acuerdo con WIP, el 64.4% de los entrevistados en este estudio, piensa que por medio de Internet la gente tendría más poder político (WIP 2009). La tabla 1 muestra los hogares con conexión a Internet por estado. Se puede observar la escasa penetración que tiene esta herramienta a nivel nacional; ya que sólo en cinco estados rebasa el 30% de hogares. El resto tiene escaso impacto, y no depende de la región –centro, norte o sur– ni tampoco de la población, sino más bien pareciera que es la falta de políticas públicas que impulsen el uso de estas tecnologías.

Tabla 1: Hogares con conexión a Internet por Estado

Estado	Población total	Porcentaje de conexión a internet	Número de hogares con internet
Aguascalientes	1.184.996	25,20	71.148
Baja California	3.155.070	37,20	320.908
Baja California Sur	637.026	28,70	50.851
Campeche	822.441	20,50	44.551
Chiapas	2.748.391	25,30	180.826
Chihuahua	650.555	26,40	46.432
Coahuila	4.796.580	5,10	52.574
Colima	3.406.465	26,40	267.209
Distrito Federal	8.851.080	36,10	942.495
Durango	1.632.934	18,50	71.796
Estado de México	5.486.372	15,70	196.106
Guanajuato	3.388.768	10,90	83.246
Guerrero	2.665.018	13,00	80.414
Hidalgo	7.350.682	26,40	487.522
Jalisco	15.175.862	23,80	903.562
Michoacán	4.351.037	13,30	136.803
Morelos	1.777.227	26,70	119.734
Nayarit	1.084.979	21,30	55.496
Nuevo León	4.653.458	35,30	439.343
Oaxaca	3.801.962	8,40	75.217
Puebla	5.779.829	13,70	189.174
Querétaro	1.827.937	22,00	97.070
Quintana Roo	1.325.578	31,10	121.103
San Luis Potosí	2.585.518	16,50	103.442
Sinaloa	2.767.761	25,90	180.592
Sonora	2.662.480	31,40	214.751
Tabasco	2.238.603	13,90	74.107
Tamaulipas	3.268.554	24,70	214.584
Tlaxcala	1.169.936	9,80	26.532
Veracruz	7.643.194	14,70	292.161
Yucatán	1.955.577	20,50	104.034
Zacatecas	1.490.668	13,00	45.960

Fuente: INEGI (2010).

Según Jasna Seguí de la empresa de investigación en línea Comscore: "El crecimiento de la audiencia mexicana de Twitter se multiplicó seis veces el año pasado, para lograr el tercer lugar en penetración en Latinoamérica y el octavo lugar a nivel mundial" (Aguayo 2010); Datos de esta misma empresa indican que el crecimiento de Twitter en México ha sido del 935% y de Facebook del 145% en el 2010 (Comscore y Marchant 2010). Un estudio sobre el uso de twitter indica que en agosto de 2009 habían 32.000 cuentas y sólo 8.500 estaban activas. Para enero de 2010 la cantidad de cuentas totales creció cuatro veces su tamaño, mientras que las cuentas activas creció un total de ocho veces. En el caso de Facebook, este crecimiento fue del 154% en el 2011, alcanzando los 20.000.000 de usuarios mexicanos (Comscore y Marchant 2010). Por otra parte, actualmente se estima que hay 4.103.000 personas inscritas en Twitter, pero sólo la mitad usa sus cuentas (Comscore y Marchant 2010). El 95% del total de twittereros en México publica apenas entre 0 y 1 post al día; 3% publica de dos a cinco, y sólo el 2% publica seis o más veces. México es el primer país hispanohablante en número de cuentas de Twitter y el séptimo a nivel mundial. Estos datos del caso mexicano demuestran los alcances que tienen estas dos plataformas de redes sociales, y su impacto en la vida de los mexicanos. Por ello, este estudio pretende ser una primera aproximación a este fenómeno desde el punto de vista político.

El estudio más reciente sobre redes sociales en México patrocinado por la AMIPCI revela que el 29% de la publicidad en redes sociales es del gobierno federal, estatal o municipal, según los 503 entrevistados en el estudio. De esta, el 42% de la publicidad es de política (Partidos políticos y candidatos). En cuanto a los partidos, el PRI tiene 21.666 seguidores en Facebook, contra 2.662 de Twitter; en cambio el PAN tiene 1.341 amigos en Facebook, contra 23.663 seguidores de Twitter; el PRD se encuentra más equilibrado, tiene 5.213 seguidores en Facebook y 7.000 en Twitter. Otra variable que se evaluó fue el grado de comunicación. Tanto PRI como PAN comunican mensajes claros (17% cada uno), pero el que brinda información más clara sobre sus actividades es el PAN (11%) contra un 7% del PRI y un 6% del PRD (Juarez y Marchant 2011). No resulta sorprendente que al preguntar sobre la congruencia de los contenidos en los medios sociales contra los tradicionales, el 18% dice que el PRI no es congruente con sus mensajes, y el 17% opina lo mismo del PAN. De igual forma, sólo un 9% de los entrevistados aprecia los contenidos generados por el PAN y el 6% aprecia los del PRI (Juarez y Marchant 2011).

METODOLOGÍA

La investigación de las redes sociales es un tema igual de novedoso que

investigar acerca de Internet. Dado que se trata de un campo de estudio cambiante y veloz la mejor forma de investigar esta área, no es a través de la investigación típica y tradicional usada para las ciencias naturales o exactas (Galliers y Myers 2002). Los métodos de investigación de sistemas de información o del uso de tecnología están más preocupados en definir el “cómo” investigar, en lugar de definir el qué o el por qué desarrollar cierta investigación. Esta tiranía de metodologías en Sistemas de Información (Gallupe 2007), ha tenido distintas repercusiones, al impedir desarrollar investigaciones consistentes y profundas sobre distintos temas.

Por ello, lo importante es definir el sujeto de investigación y las razones que lo justifiquen, además de precisar las limitaciones que lleva este tipo de investigación, por ejemplo tomar en cuenta el cambio tan rápido de la tecnología que impediría comprobar cualquier prueba bajo las “mismas circunstancias” ya que estas cambian rápidamente (Palvia et al. 2004). Dicen Sudweeks y Jones (1999: 38) “This lack of replication is a violation of the initial assumptions for the application of statistical analysis”. Otro elemento que debe considerarse, es que la investigación por Internet tiene que realizarse en estructuras socioeconómicas y culturalmente heterogéneas –como es el caso de municipios, urbanos o rurales, oficinas estatales y federales, etc. – lo cual genera diversos problemas en el diseño e implementación del estudio. Finalmente, es necesario decir que los sistemas de información es una ciencia aplicada no una ciencia pura, por lo tanto, el querer utilizar el método de estudio idéntico a las ciencias puras no ofrecería resultados óptimos (Boudreau, Gefen y Straub 2001, Galliers y Myers 2002). Estas razones diferencian a la investigación por Internet a través de un método cualitativo o cuantitativo.

El enfoque de esta investigación es de carácter descriptivo. De acuerdo con Sampieri (2010), un estudio descriptivo es un segundo nivel que brindan soporte a investigaciones correlacionales y buscan especificar propiedades, características y perfiles de grupos, personas u objetos. Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables) con la intención de poder describir lo que se investiga, lo cual implica que no se busca demostrar ninguna hipótesis, sino encontrar elementos que permitan establecer conceptos, líneas de investigación e incluso que se puedan llegar a proponer algunas explicaciones que ayuden a construir teoría (Hakim 1987). Al ser una investigación de carácter descriptivo no presenta hipótesis por comprobar. Sin embargo, si una pregunta de investigación que dirija el estudio. En este caso es: ¿qué características tienen actualmente las redes sociales en los sitios web de los gobiernos estatales de México? Las preguntas específicas serían: ¿Cómo están usando estos gobiernos las herramientas de social media en la actualidad? ¿Qué

gobiernos estatales utilizan Facebook y Twitter para interactuar con los ciudadanos? En este caso no habrá una muestra, ya que se eligieron los treinta y dos sitios Web de los gobiernos estatales de México. Las redes sociales a investigar serán Twitter y Facebook. La recolección de los datos fue durante marzo y octubre del 2010 y 2011. Usando Internet Explorer y Firefox. El proceso que se siguió llevar a cabo el estudio, fue el siguiente:

Se visitó cada una de las plataformas para encontrar si las páginas Web de los gobiernos analizadas tenían cuenta vigente –Twitter o Facebook– se validó la cuenta accedando a ella y verificando que en efecto fuera del gobierno elegido y no un nombre ficticio o equivocado o de otro país.

Con esta validación de la información, se tomaron los datos que proporcionan los sitios, tales como: seguidores, personas que sigue el Twitter y mensajes enviados para el caso de Twitter, y número de “amigos” para el caso de Facebook. Los sitios visitados tanto en Facebook como en twitter se encuentran en la tabla 1.

Análisis con estadística descriptiva de los resultados encontrados en cada uno de los estados analizados.

El anexo muestra las direcciones URL de cada uno de los estados analizados; a partir de ahí se puede observar que 16 estados cuentan con Twitter y Facebook, esto es el 50%. No se está considerando la página de presidencia que también tiene ambas plataformas. Tres estados (9%) sólo cuentan con sitio de Facebook y cinco estados sólo cuentan con cuenta de Twitter. Ocho estados (25%) no cuentan con ninguna de estas plataformas de redes sociales.

HALLAZGOS PRINCIPALES

Esta sección muestra los principales hallazgos de esta investigación. Está dividida en dos principales secciones, cada una de ellas relacionada con las dos herramientas que hemos analizado: 1) Facebook, y 2) Twitter.

FACEBOOK

El uso de Facebook ha crecido en todo el mundo un 220% (Comscore y Marchant 2010). En el caso de los sitios web de los gobiernos estatales mexicanos, puede observarse que diez estados (31%) carecían de una cuenta de Facebook en el 2010. Esto cambió en el 2011 cuando sólo seis estados no cuentan con ella. En cambio 26 estados (81%) ya cuentan con sitio de Facebook activo. Los estados que han tenido un crecimiento en el número de “amigos” o seguidores en esta plataforma son: Aguascalientes, Estado de México y Veracruz; con crecimientos que van de cero a más de 20.000

usuarios (Aguascalientes) en doce meses. También existen los que han perdido usuarios, como el caso de Coahuila, que paso de marzo de 2010 con 292 usuarios a 119 usuarios en septiembre del 2011. No obstante, la tendencia consistente de todos los estados es tener un crecimiento mayor al 150%, e incluso crecimientos mayores al 1.000% en menos de doce meses.

Tabla 2: Evolución de amigos en Facebook de los sitios web estatales

Estado	Marzo 2010	Septiembre 2010	Marzo 2011	Septiembre 2011	Incremento porcentual entre marzo 2010 y septiembre 2011
Aguascalientes	0	0	1.097	20.148	2.014.800
Estado de México	0	2.155	3.893	10.472	1.047.200
Veracruz	0	0	8.592	10.315	1.031.500
Colima	0	2.299	4.053	5.307	530.700
Morelos	0	3.801	4.996	5.000	500.000
Durango	0	2.701	4.988	4.986	498.600
Baja California	0	143	1.978	3.756	375.600
Hidalgo	0	1.054	2.770	3.623	362.300
Sinaloa	0	1.737	2.373	3.298	329.800
Sonora	0	0	500	1.690	169.000
Oaxaca	0	0	530	1.528	152.800
Quintana roo	0	62	219	679	67.900
Tamaulipas	0	0	0	655	65.500
Tlaxcala	0	0	0	542	54.200
Campeche	0	0	311	518	51.800
Jalisco	13	3.155	4.451	5.619	43.123,08
Puebla	0	0	74	167	16.700
Guerrero	46	2.665	3.094	4.023	8.645,65
Michoacán	211	819	2.160	2.802	1.227,96
Chihuahua	543	0	2.158	3.795	598,90
Guanajato	182	402	633	1.190	533,85
Distrito Federal	1.121	2.370	3.744	6.536	483,05
Querétro	2.628	5.952	9.056	11.693	344,94
Nueva León	2.150	4.593	5.662	7.919	268,33
Zacatecas	882	2.298	2.470	2.581	192,63
Baja California Sur	0	0	0	0	0
Chiapas	0	0	0	0	0
Nayarit	0	0	0	0	0
San Luis Potosí	0	0	0	0	0
Tabasco	0	0	0	0	0
Yucatán	0	0	0	0	0
Coahuila	292	0	313	119	-59,25
Promedio	252,12	1.131,43	2.191,09	3.717,53	2.288,68

Fuente: Elaboración propia.

Un crecimiento en el número de amigos y seguidores se observa que ha ocurrido en dos sentidos: por un lado, un crecimiento desmedido,

exponencial y por el otro, un crecimiento sostenido. En el primer caso, este crecimiento desmedido puede explicarse por una intensa campaña publicitaria sobre el sitio de Facebook del gobierno, o bien por alguna campaña mediática que lo lanzara. Es necesario un estudio más a fondo para determinar qué tipo de estrategias están siguiendo los gobiernos en este sentido. En el segundo caso, de una estrategia sostenida, en general se explica cómo un crecimiento normal del sitio, que puede complementarse con el número de visitas del sitio Web en general, pero habría que analizarse más a fondo determinando qué elementos produjeron un crecimiento sostenido en el número de usuarios. Estos elementos permiten afirmar que el uso de la plataforma de Facebook en el gobierno está ocurriendo en México en forma incipiente. No obstante, hacen falta estudios más detallados sobre el hecho, para determinar la forma de interacción y las características de las campañas mediáticas o de Internet que siguen los gobiernos para impulsar estas herramientas. Finalmente, el número de “amigos” no determina la interacción gobierno-ciudadanos. Por ello es difícil medir el uso de Facebook en el gobierno, a menos que una investigación posterior analice los mensajes que se envían y las respuestas que dan a los ciudadanos, para observar si existe algún tipo de comunicación e interacción que pueda medirse.

TWITTER

El caso de Twitter, puede dividirse en tres componentes: 1) ¿A quienes sigue en Twitter? 2) ¿Quiénes lo siguen en Twitter? 3) ¿Cómo organiza sus contactos en la plataforma? La tabla 3 muestra el número de usuarios seguidos. Destacan los casos de Veracruz, Chiapas y Oaxaca porque al ser estados del sur y sureste del país donde el acceso a Internet es limitado, el uso de esta plataforma ha crecido rápidamente. También son notorios los casos de Querétaro, Nuevo León, Estado de México y Guerrero con un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo en las cuatro mediciones. El Distrito Federal es un ejemplo interesante, al dejar de seguir personas y perder hasta el 100% de sus seguidores; habría que analizar con cuidado las causas de este seguimiento. Por otro lado, es evidente que entre mayor sea el número de personas a quienes sigan tendrán una mayor retroalimentación y podrán generar tráfico hacia sus sitios. Aunque este fenómeno no está registrado aún por la literatura, es parte del uso de la plataforma de Twitter y que vale la pena analizar con mayor detalle su impacto en la relación con los seguidores.

Tabla 3: Twitter ¿A cuántos siguen los gobiernos estatales?

Estado	Marzo 2010	Septiembre 2010	Marzo 2011	Septiembre 2011	Incremento porcentual entre marzo 2010 y septiembre 2011
Veracruz	0	0	2.301	4.082	408.200
Chiapas	0	2.264	2.327	2.912	291.200
Oaxaca	0	0	657	2.776	277.600
Morelos	0	749	870	985	98.500
Puebla	0	284	487	476	47.600
Tamaulipas	0	0	395	469	46.900
Yucatán	0	0	441	449	44.900
Baja California	0	2	37	209	20.900
Durango	0	24	41	111	11.100
Nayarit	0	65	67	71	7.100
Tlaxcala	0	0	0	48	4.800
Colima	0	79	118	47	4.700
Hidalgo	0	15	16	31	3.100
Querétaro	811	7.343	15.135	21.452	2.545,13
Sonora	7	0	949	178	2.442,86
Aguascalientes	0	0	125	19	1.900
Quintana roo	0	0	19	19	1.900
Nueva León	921	2.496	3.562	6.353	589,79
Jalisco	41	70	71	169	312,20
Guanajato	1		1	4	300
Sinaloa	13	22	28	45	246,15
Estado de México	2.006	3.113	4.424	6.633	230,66
Michoacán	1	1	2	3	200
Guerrero	563	1.432	1.487	1.493	165,19
Baja California Sur	0	0	0	0	0
Zacatecas	0	0	0	0	0
San Luis Potosí	0	0	0	0	0
Campeche	0	0	0	0	0
Chihuahua	0	0	0	0	0
Coahuila	0	0	0	0	0
Tabasco	0	0	0	0	0
Distrito Federal	1.804	1.795	1.774	1.783	-1,16
Promedio	192,75	617,34	1.119,81	1.588,03	399,19

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla 3 puede observarse que seis estados no siguen a nadie. Esto significa que si bien alguno de ellos se encuentran utilizando la plataforma

–tienen una cuenta activa– aún no han utilizado esta opción como parte de su estrategia mediática. El segundo componente de Twitter es quienes lo siguen. Sin duda ésta es una de las categorías más interesantes, debido a que es el número de personas o de instituciones que desean tener un vínculo con el gobierno usando esta herramienta tecnológica. La tabla 4 muestra los resultados de este seguimiento. Los casos de Hidalgo, Yucatán y Colima, cuyos crecimientos rebasan más del 1.000% contrastan con el caso de Sonora, Aguascalientes, que han perdido seguidores de manera importante en seis meses. En los estados más poblados –Estado de México y Distrito Federal– destacan crecimientos superiores al 400%. El resto de los estados muestran crecimientos sostenidos a lo largo del tiempo de la medición.

Tabla 4: Seguidores de Twitter de sitios web de los gobiernos locales en México

Estado	Marzo 2010	Septiembre 2010	Marzo 2011	Septiembre 2011	Incremento porcentual entre marzo 2010 y septiembre 2011
Hidalgo	0	6.205	14.712	31.010	3.101.000
Yucatán	0	0	13.308	28.072	2.807.200
Colima	0	4.559	10.881	24.144	2.414.400
Baja California Sur	0	3.893	9.531	22.244	2.224.400
Veracruz	0	0	5.230	10.776	1.077.600
Morelos	0	681	1.441	2.795	279.500
Oaxaca	0	0	633	2.711	271.100
Tamaulipas	0	0	409	2.670	267.000
Coahuila	0	0	0	2.385	238.500
Nayarit	0	1.213	1.584	2.099	209.900
Puebla	0	384	724	902	90.200
Quintana roo	0	20	156	740	74.000
Tlaxcala	0	0	0	414	41.400
Guanajato	127	6.276	14.341	30.556	23.959,84
Durango	273	4.923	11.492	26.138	9.474,36
Sinaloa	329	6.245	14.070	30.234	9.089,67
Chiapas	448	6.651	15.355	34.125	7.517,19
Querétaro	910	8.214	16.953	33.954	3.631,21
Zacatecas	46	453	1.236	1.597	3.371,74
Nueva León	928	7.275	13.778	25.974	2.698,92
Sonora	20	0	2.162	461	2.205
Jalisco	502	2.360	5.659	10.481	1.987,85
Michoacán	219	833	2.296	3.717	1.597,26
Guerrero	346	1.243	2.671	4.955	1.332,08
Baja California	426	1.092	2.361	4.090	860,09
Aguascalientes	0	0	725	8	800
Distrito Federal	6.605	15.036	27.120	45.482	588,60
Estado de México	2.781	5.400	8.550	14.733	429,77
Campeche	0	0	0	0	0
Chihuahua	0	0	0	0	0
San Luis Potosí	0	0	0	0	0
Tabasco	0	0	0	0	0
Promedio	436,25	2.529,37	6.168,06	12.420,84	411.429,49

Fuente: Elaboración propia.

La disminución de seguidores puede deberse a varios factores: 1) falta de estrategia mediática para dar a conocer el Twitter; 2) disminución de contenidos; 3) falta de contenidos interesantes; 4) seguidores temporales o por evento; y 5) seguidores virtuales y no personas que sigan la cuenta de Twitter. Además este cambio depende del efecto viral (Boynton 2009), al reproducir y contagiar el vínculo entre los ciudadanos y los funcionarios gubernamentales que estén promoviendo la página y que puede llevar a una explosión importante en el número de seguidores en unos cuantos días o bien a su caída. La última característica son las listas en que organizan los contactos –seguidores– en Twitter. El número de listas depende de la capacidad de jerarquización que tenga el emisor, pero también es una referencia para observar qué tanto interés tienen en esta herramienta. Si no tienen listas definidas con claridad o un aumento de ellas, significa que está enviando constantemente sus mensajes sin ninguna estrategia y que no agrupan a sus seguidores para enviar mensajes de acuerdo a perfiles específicos. En la tabla 5 se muestran las listas encontradas para el caso de los sitios web de los gobiernos locales. También observamos que la mayoría de los estados con Twitter mantienen un crecimiento sostenido tanto en el número de contactos como en su capacidad de organizarlos en listas concretas. Aunque la mayoría de los estados con cuenta de Twitter tienen un crecimiento sostenido en esta característica, existen casos muy representativos como Hidalgo, Yucatán, Colima y Baja California Sur, cuyos aumentos duplican o triplican el número de listas que tienen. De igual forma, destaca el Estado de Aguascalientes que deja de utilizar la herramienta, aunque tenía un crecimiento en la misma.

Tabla 5: Listas de Twitter de sitios web de los gobiernos locales en México

Estado	Marzo 2010	Septiembre 2010	Marzo 2011	Septiembre 2011	Incremento porcentual entre marzo 2010 y septiembre 2011
Hidalgo	0	77	163	271	27.100
Veracruz	0	0	173	248	24.800
Yucatán	0	0	136	242	24.200
Colima	0	42	105	226	22.600
Baja California Sur	0	26	68	145	14.500
Morelos	0	31	63	103	10.300
Coahuila	0	0	0	64	6.400
Nayarit	0	38	50	58	5.800
Oaxaca	0	0	11	56	5.600
Tamaulipas	0	0	8	43	4.300
Quintana roo	0	3	9	26	2.600
Guanajato	11	87	155	283	2.472,73
Puebla	0	10	19	24	2.400
Tlaxcala	0	0	0	19	1.900
Nueva León	49	274	423	620	1.165,31
Sinaloa	278	99	186	326	1.107,41
Durango	21	77	128	77	1.080,95
Jalisco	30	114	214	114	910
Chiapas	38	124	226	124	844,74
Michoacán	13	52	87	52	807,69
Querétaro	55	213	311	213	744,55
Zacatecas	5	22	34	22	620
Guerrero	29	71	101	71	410,34
Baja California	31	89	118	89	409,68
Distrito Federal	358	860	1216	860	346,37
Estado de México	106	228	310	228	283,02
Sonora	2	0	83	0	100
Campeche	0	0	0	0	0
Chihuahua	0	0	0	0	0
San Luis Potosí	0	0	0	0	0
Tabasco	0	0	0	0	0
Aguascalientes	0	0	0	0	0
Promedio	24,21	79,28	183,03	206,65	51,19

Fuente: Elaboración propia.

Uno de los componentes más importantes de twitter es precisamente el envío de mensajes, mejor conocido como tweets. En el ámbito de microblogging se le conocería como post o mensaje corto. A través de estos mensajes se pueden enviar vínculos –ligas– fotografías, o simplemente ideas clave como encabezados o referencias que después pueden consultar los lectores. Los gobiernos estatales la han implementado con relativo éxito. En la tabla 6 se muestra el comportamiento de este elemento, en esta medición de mensajes sólo existen datos del 2011 que es cuando se comenzó a medir este elemento. Destacan los estados de Oaxaca, Tamaulipas, Colima, Morelos y Durango, que han duplicado al menos el número de mensajes que envían. En contraparte, los estados de Puebla y Aguascalientes han dejado de enviar mensajes en los últimos meses. Cada estado puede tener una estrategia definida para comunicarse con sus usuarios, el envío de muchos mensajes no garantiza una interacción o relación con los ciudadanos. Para ello, habría que analizar otra herramienta de twitter que es el retweet, o reenvío de mensajes a sus contactos, así como el DM (Direct Message) que pueden enviar los seguidores a la cuenta de Twitter.

Tabla 6: Tweets de sitios web de los gobiernos locales en México

Estado	Marzo 2011	Septiembre 2011	Incremento porcentual entre marzo 2011 y septiembre 2011
Tlaxcala	0	776	77.600
Chiapas	38	6.551	17.139,47
Guanajuato	17	773	4.447,06
Yucatán	0	25	2.500
Oaxaca	415	5.458	1.215,18
Tamaulipas	198	1.678	747,47
Colima	1.046	4.024	284,70
Sonora	284	802	182,39
Morelos	3.214	7.656	138,21
Quintana roo	101	223	120,79
Durango	8.844	18.895	113,65
Baja California	964	1.989	106,33
Coahuila	0	1	100
Distrito Federal	4.625	9.092	96,58
Jalisco	2.699	5.110	89,33
Nueva León	3.015	5.632	86,80
Sinaloa	3.916	7.123	81,89
Querétaro	3.744	5.733	53,13
Hidalgo	1.457	2.089	43,38
Guerrero	3.302	4.575	38,55
Estado de México	5.363	7.292	35,97
Veracruz	1.861	2.116	13,70
Michoacán	431	475	10,21
Nayarit	4.280	4.425	3,39
Baja California Sur	1	1	0
Zacatecas	0	0	0
Campeche	0	0	0
Chihuahua	0	0	0
San Luis Potosí	0	0	0
Tabasco	0	0	0
Puebla	101	89	-11,88
Aguascalientes	236	0	-100
Promedio	1.567,25	3.206,34	32,85

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de los cuatro componentes de Twitter –tweets, seguidores, listas y a quienes siguen– permiten afirmar que el avance de Twitter en las páginas web de los gobiernos locales apenas comienza. Una tercera parte no tiene cuenta, y el uso que ocurre en el resto de los estados permite suponer que carecen de una estrategia –que se puede ver en el número

de listas— dado que el crecimiento exponencial en el número de usuarios puede deberse tanto a la moda en la que se encuentra la plataforma en México, como a las estrategias mediáticas para dar a conocer su sitio web.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de esta investigación fue responder la interrogante: ¿qué características tienen actualmente las redes sociales en los sitios Web de los gobiernos estatales de México? Con los datos obtenidos mediante esta investigación, se observó que tanto Twitter como Facebook han permeado gran parte de los sitios web de los estados. Tanto por el número de usuarios como de seguidores y a quienes siguen es claro que estas herramientas están siendo usadas por las instituciones gubernamentales. Las redes sociales en los gobiernos estatales mexicanos a partir de las plataformas de Twitter y Facebook tienen las siguientes características: la mayoría tiene una cuenta lo cual habla de la importancia de la herramienta, sin embargo se encuentran con bajo aprovechamiento, debido a que carecen de estrategia para emitir sus mensajes o bien para atraer más usuarios. Por el contrario, algunos de ellos han perdido usuarios.

Esta caracterización puede comprobarse con estudios más detallados que permitan establecer relaciones de causalidad, que nos lleven a comprender el uso que les están dando a estas herramientas. En cuanto a las preguntas específicas de investigación serían: ¿cómo están usando estos gobiernos las herramientas de social media en la actualidad? Se observa un uso todavía sin estrategia, a juzgar por el número de listas y la forma en que han crecido sus usuarios. ¿Qué gobiernos estatales utilizan Facebook y Twitter para darse a conocer? De acuerdo a los datos recabados en esta investigación, dos estados carecen de Twitter y Facebook; cuatro estados tienen sólo una de estas herramientas, y el resto (26 estados) cuentan con Twitter y Facebook. Todos los estados con mayor penetración de hogares con acceso a Internet —ver tabla 1— cuentan con ambas plataformas (Baja California, Distrito Federal, Nuevo León, Quintana Roo y Sonora). En cambio, Tabasco y San Luis Potosí, que carecen de ella, tienen una penetración de 13,9% y de 16,5%, respectivamente, sin ser los más bajos. Coahuila con 5,90% y Oaxaca con 8,4% de hogares con acceso a Internet, ambos cuentan con plataformas de redes sociales y al menos Oaxaca es uno de los estados que más actividad tienen al enviar mensajes de Twister, por lo que no es clara la influencia de la penetración de Internet en la decisión de los gobiernos estatales en cuanto a su uso de redes sociales.

En este sentido habría que preguntarse: ¿para que debe twittear un estado? En sí mismo, Twitter es un microblog de 140 caracteres. La posibilidad que tiene esta herramienta es la formación de comunidades

de usuarios que se pueden conectar entre ellos (Java, Song, Finin y Tseng 2007). Hay quienes han combinado Twitter para medir el desempeño de programas televisivos (Diakopoulos y Shamma 2010), o solamente como un canal de noticias adicional de noticias, tal como lo midiera (Kwak, Lee, Park y Moon 2010) explorando los 41.700.000 de cuentas de Twitter para llegar a la conclusión de que los titulares de noticias es lo que más se intercambia. Otros investigadores han propuesto herramientas como las multitudes inteligentes que usando el microblogging, el etiquetado social, el uso de wikis, impulsen la transparencia y rendición de cuentas de sus estados (Bertot et al. 2010). El uso de redes sociales, esa interacción más estrecha entre ciudadano-gobierno, también puede ayudar para transmitir mensajes en situaciones críticas o de emergencia y funcionar como un canal de comunicación más veloz y como soporte a los canales tradicionales (Kavanaugh et al. 2011).

Una siguiente etapa en el uso de redes sociales para los estados mexicanos que se han conectado usando estas herramientas, es que pueda existir una conversación (D. Boyd, Golder y Lotan 2010) –intercambio de tweets y retweets– entre los usuarios para que ocurra una colaboración ciudadano-gobierno (Honeycutt y Herring 2009). En realidad, el Twitter puede ayudar tanto para el intercambio de información como para recomendar noticias, datos o información relevante (Phelan, McCarthy y Smyth 2009). Recientemente se ha investigado sobre el impacto de Twitter en el gobierno. Por ejemplo, Wigand (2010) hizo un esfuerzo al analizar la participación de twitter en el gobierno usando cuatro teorías: difusión de innovación; influencia social, presencia social y teorías de inteligencia colectiva, a través de las cuales las herramientas de redes sociales pueden interactuar con el gobierno. En nuestro caso podemos concluir que los estados mexicanos evaluados están comenzando a utilizar las herramientas de redes sociales de manera básica. Es necesaria más investigación para recomendar políticas o ideas que mejoren la interacción con los ciudadanos, así como utilizarlas para fomentar conductas de cooperación y colaboración con el gobierno, lo cual permita generar valor en la sociedad.

REFERENCIAS

- Aguayo, O. (2010). Es México Octavo Lugar Twitteando. *Reforma*, 23 de agosto.
- Al-Solbi, A., y Mayhew, P. J. (2005). Measuring E-Readiness Assessment in Saudi Organizations: Preliminary Results From A Survey Study. Ponencia presentada en 1st European Mobile Government Conference (Euro mGov 2005), julio. Brighton.
- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). (2012). *Hábitos de Usuarios de Internet en México*. México: AMIPCI.
- Attia, A. M., Aziz, N., Friedman, B. y Elhusseiny, M. F. (2011). Comentario: The Impact of Social Networking Tools on Political Change in Egypt's "Revolution 2.0". *Electronic Commerce Research and Applications*, 10 (4), 369-374.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T. y Grimes, J. M. (2010). *Crowd-Sourcing Transparency: ICTs, Social Media and Government Transparency Initiatives*. Ponencia presentada en 11th Annual International Digital Government Research Conference on Public Administration Online: Challenges and Opportunities, mayo, Puebla.
- _____. (2012). Promoting Transparency and Accountability through ICTs, Social Media, and Collaborative E-government. *Transforming Government: People, Process and Policy, Forthcoming*, 6 (1), 78-91.
- Boudreau, M. C., Gefen, D. y Straub, D. W. (2001). Validation in Information Systems Research: A state of the Art Assessment. *MIS Quarterly*, 25 (1), 1-16.
- Boyd, D., Golder, S. y Lotan, G. (2010). *Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter*. Ponencia presentada en 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, enero, Honolulu, Hawaii.
- Boyd, D. M. y Edison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210-229.
- Boynton, G. R. (2009). Going Viral. Ponencia presentada en You Tube and the 2008 Election Cycle in the United States, abril, en línea.
- Bozeman, B. y Bretschneider, S. (1986). Public Management Information

- Systems: Theory and Prescriptions. *Public Administration Review*, 46 (Special issue), 475-489.
- Brown, M. M. y Brudney, J. L. (1998). A "Smarter, Better, Faster, and Cheaper" Government: Contracting and Geographic Information Systems. *Public Administration Review*, 58 (4), 335-345.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Cepeda. (2010). Relatan en Tiempo Real: Hieren a Alumnos. *Diario Reforma*. Disponible en <http://www.reforma.com/nacional/articulo/1091590/> [22-03-2011].
- Chandler, H. E. (1998). Towards Open Government: Official Information on the Web. *New Library World*, 99 (6), 230-237.
- Chen, Y. C. (2010). Citizen-Centric E-Government Services: Understanding Integrated Citizen Service Information Systems. *Social Science Computer Review*, 28 (4), 427-442.
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R. y Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making Connections between Citizens, Data and Government. *Information Polity*, 15 (1), 1-9.
- Marchant, V. (2010). *State of the Internet with Focus on Mexico and Latin America*. México: ComScore.
- Costake, N. (2007). From E-Government to E-Governance. En Anttiroiko A. V. y Mälkiä M. (Eds.), *Encyclopedia of Digital Government*, Vol. 1. Hershey: Idea Group Reference.
- Dawes, S. S. (1996). Interagency Information Sharing: Expected Benefits, Manageable Risks. *Journal of Policy Analysis and Management*, 15 (2), 377-394.
- Dawes, S. S., Gharawi, M. y Burke, B. (2011). Knowledge and Information Sharing in Transnational Knowledge Networks: A Contextual Perspective. Ponencia presentada en 44th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-44), enero, Kauai, Hawaii.
- Dawes, S. S. y Helbig, N. (2010). Information Strategies for Open Government: Challenges and Prospects for Deriving Public Value From Government Transparency. En Wimmer M. A., Chappellet, J. L., Janssen M. y Scholl H. J. (Eds.), *Electronic Government: 9th IFIP WG 8.5 International Conference, EGOV 2010, Lausanne, Switzerland, August/September 2010: Proceedings*. Berlin/ Heidelberg: Springer-Verlag.

- Diakopoulos, N. A. y Shamma, D. A. (2010). Characterizing Debate Performance Via Aggregated Twitter Sentiment. Ponencia presentada en Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems, abril, Atlanta, Georgia. Disponible en <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1753504> [01-12-2011].
- Dos Santos, E. M. y Reinhard, N. (2007). Setting Interoperability Standards for E-Government: An Exploratory Case Study. *Electronic Government: An International Journal*, 4 (4), 379-394.
- _____. (2010). Barriers to Government Interoperability Frameworks Adoption. Ponencia presentada en 16th Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2010), agosto, Lima.
- Durán, M. (2010). *Las Redes Sociales Corporativas como Soporte Profesional de las Empresas*. Madrid: N-Economía.
- Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks. *Prometheus*, 27 (1), 1-15.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. y Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), 1143-1168.
- Estevez, E., Fillottrani, P. y Janowski, T. (2010). Information Sharing in Government-Conceptual Model for Policy Formulation. Ponencia presentada en 10th European Conference on e-Government (ECEG 2010), junio, University of Limerick, Ireland.
- Fernández, A. (2002). Towards Interoperability amongst European Public Administrations. *Lecture in Notes in Computer Science*, 2456, 105-110.
- Ficarra, F. (2004). Internet en la Gestión Pública y Municipal. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 88, 74-79.
- Fountain, J. E. (1999). The Virtual State: Toward a Theory of Federal Bureaucracy in the 21st Century. En Kamarck, E. C. y Nye, J. S. J. (Eds.), *Democracy.com? Governance in a Networked World*. Hollis: Hollis Publishing.
- Freeman, R. J. (2004). The Los Angeles County Experience: A Field Study of Information Technology Issues Challenging Local Government. *Journal of E-Government*, 1 (2), 93-101.
- Galliers, R. A. L. F. y Myers M. A. D. (2002). *Choosing Appropriate*

Information Systems Research Methodologies. Londres: SAGE Publications.

Gallupe, R. B. (2007). The Tyranny of Methodologies in Information Systems Research. *Data Base For Advances In Information Systems*, 38 (3), 20-28.

Gant, J. P. (2003). *Information Sharing, Communications and Coordination in E-Government Collaborations*. Albany: Center for Technology in Government.

Garson, G. D. (Ed.). (1999). *Information Technology and Computer Applications in Public Administration: Issues and Trends*. Harrisburg: Idea Group Publishing.

Gil-García, J. R., Chun, S. A. y Janssen, M. (2009). Government Information Sharing and Integration: Combining the Social and the Technical. *Information Polity*, 14 (1-2), 1-10.

Gil-García, J. R. & Luna-Reyes, L. F. (2003). Towards a Definition of Electronic Government: A Comparative Review. En Méndez-Vilas, A. et al. (Eds.), *Techno-legal Aspects of the Information Society and New Economy: An Overview*. Badajoz: Formatex.

_____. (2006). Integrating Conceptual Approaches to E-Government. En Khosrow-Pour M. (Ed.), *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government and Mobile Commerce*. Hershey: Idea Group Inc.

Guerrero, C., Simonnet, C., Salazar, C. & Estrop, A. (2010). Le di mi Ipad a mi hija. *Reforma*, 2 de septiembre.

Guijarro, L. (2004). Analysis of the Interoperability Frameworks in e-Government Initiatives. *Lecture Notes in Computer Science*, 3184, 36-39.

Hakim, C. (1987). *Research Design. Strategies and Choices in the Design of Social Research*. Londres: Allen & Unwin.

Harfoush, R. (2009). *Yes We Did! An inside look at how social media built the Obama brand*. Nueva Jersey: New Riders Press.

Hargittai, E. (2007). Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 276-297.

Honeycutt, C. y Herring, S. C. (2009). Beyond Microblogging:

- Conversation and Collaboration via Twitter. Ponencia presentada en 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, enero, Honolulu, Hawaii.
- Janssen, M., y Joha, A. (2006). Governance of Shared Services in Public Administration. Ponencia presentada en 12th Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2006), agosto, Acapulco. Disponible en <http://aisel.aisnet.org/amcis2006/284> [01-12-2012].
- Janssen, M., Lamersdorf, W. y Pries-Heje, J. (2010). *E-Government, E-Services and Global Processes: Joint IFIP TC 8 International Conferences, EGES 2010 and GISP 2010, Held as Part of WCC 2010, Brisbane, Australia, September 20-23, 2010. proceedings*. New York: Springer.
- Java, A., Song, X., Finin, T. y Tseng, B. (2007). Why we Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities. Ponencia presentada en Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web Mining and Social Network Analysis, agosto, San José, California. Disponible en <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1348556> [01-12-2012].
- Juarez, R. y Marchant, I. (2011). *Redes Sociales en México y Latinoamérica*. México: AMIPCI.
- Karin Axelsson, U. M. y Lindgren, I. (2010). Exploring the Importance of Citizen Participation and Involvement in E-Government Projects: Practice, Incentives, and Organization. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 4 (4), 299-321.
- Katz, N., Lazer, D., Arrow, H. y Contractor, N. (2004). Network Theory and Small Groups. *Small Group Research*, 35, 1-15.
- Kavanaugh, A. et al. (2011). Social Media Use by Government: From the Routine to the Critical. Ponencia presentada en 12th Annual International Conference on Digital Government Research (dg.o 2011). Digital Government Innovation in Challenging Times, junio, College Park.
- Kavanaugh, A. T. Z. T., Carrol, J. M. y Pérez-Quiñones, M. (2006). When Opinion Leaders Blog: New Forms of Citizen Interaction. Ponencia presentada en 2006 International Conference on Digital Government Research, mayo, San Diego, California.
- King, S. (2009). Innovation and Citizen-Centric Local E-Government. En Reddick C. G. (Ed.), *Handbook of Research on Strategies for Local E-Government Adoption and Implementation: Comparative Studies*.

Hershey, Londres: Information Science Reference.

Krishnamurthy, B. y Wills, C. E. (2008). Characterizing Privacy in Online Social Networks. En Faloutsos, C., Karagiannis, T. y Rodríguez, P. (Eds.), *Proceedings of the First Workshop on Online Social Networks* Seattle: ACM.

Kumar, R., Novak, J. y Tomkins, A. (2006). Structure and Evolution of Online Social Networks. Ponencia presentada en Proceedings of the 12th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, agosto, Philadelphia.

Kwak, H., Lee, C., Park, H. y Moon, S. (2010). What is Twitter, a Social Network or a News Media? Ponencia presentada en Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web, abril, Raleigh, North Carolina.

Liccardi, E. A. L. (2007). The Role of Social Networks in Students' Learning Experiences. En Carter, J. y Amillo, J. (Eds), *Working Group Reports on ITiCSE on Innovation and Technology in Computer science education*. Nueva York: ACM.

Liu, H. (2007). Social Network Profiles as Taste Performances. *Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 252-275.

Martínez, C. (2011). Crecerán usuarios de Internet. Disponible en <http://notitelecom.iiec.unam.mx/node/3003> [21-10-2011].

McDonough, F. A. (1996). Previewing Government in the Year 2010. *Public Manager*, 25 (4), 56.

Misra, D. C. y Dhingra, A. (2002). E-Governance Maturity Model. *Electronics Information & Planning*, 29 (6-7), 269-275.

Nam, T. (2011). New Ends, New Means, but Old Attitudes: Citizens' Views on Open Government and Government 2.0. Ponencia presentada en 44th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-44), enero, Kauai, Hawaii.

Palvia, et al. (2004). Research Methodologies in MIS: An Update. *Communications of the Association for Information Systems*, 14 (1), 526-542.

Phelan, O., McCarthy, K. y Smyth, B. (2009). Using Twitter to Recommend Real-Time Topical News. Ponencia presentada en Proceedings of the third ACM Conference on Recommender Systems, OCTUBRE New

- York. Disponible en <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1639794> [1-12-2012].
- Rahman, H. (2007). E-Government Readiness: From the Design Table to the Grass Roots. Ponencia presentada en 1st International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance (ICEGOV 2007), diciembre, Macao.
- Reynolds, W. N. et al. (2010). Social media and Social Reality. Ponencia presentada en Intelligence and Security Informatics (ISI), 2010 IEEE International Conference on, mayo, Vancouver.
- Röstlinger, A. y Cronholm, S. (2009). Design Criteria for Public E-Services. Ponencia presentada en 17th European Conference on Information Systems (ECIS 2009), junio, Verona.
- Rubin, B. M. (1986). Information Systems for Public Management: Design and Implementation. *Public Administration Review*, 46 (Special Issue), 540-552.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.
- Sandoval-Almazán, R. y Alonzo, M. A. G. (2011). Empowering People Using Twitter: The Case of Mexico Taxes. En Manoharan A. y Holzer, M. (Eds.), *E-Governance and Civic Engagement: Factors and Determinants of E-Democracy*. Hershey: IGI-Global.
- Sandoval-Almazán, R. et al. (2011). Web 2.0 on the Mexican State Sites: An Overview. Ponencia presentada en 11th European Conference on eGovernment, junio, Ljubljana.
- Sandoval-Almazán, R. y Gil-García, J. R. (2010). Assessing Local E-Government: An Initial Exploration of the Case of Mexico. Ponencia presentada en International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance, octubre, Beijing.
- _____. (2011a). Promises and Challenges of the Legislative. En Sobaci, M. Z. (Ed.), *E-Parliament and ICT-Based Legislation: Concept, Experiences and Lessons*. Hershey: Information Science Reference.
- _____. (2011b). The Role of the CIO in a Local Government IT Strategy: The Case of Merida, Yucatán, Mexico. *Electronic Journal of E-Government*, 9 (1), 1-14.
- Scholl, H. J. (2005). Interoperability in E-Government: More than Just

- Smart Middleware. Ponencia presentada en 38th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-38), enero, Hawaii. Disponible en [http://csdl2.computer.org/persagen/DLabsToc.jsp?resourcePath=/dl/proceedings/hicss/&toc=comp/proceedings/hicss/2005/2268/05/2268toc.xml&DOI=10.1109/HICSS.2005.336\[01-12-2012\]](http://csdl2.computer.org/persagen/DLabsToc.jsp?resourcePath=/dl/proceedings/hicss/&toc=comp/proceedings/hicss/2005/2268/05/2268toc.xml&DOI=10.1109/HICSS.2005.336[01-12-2012]).
- Seneviratne, S. J. (1999). Information Technology and Organizational Change in the Public Sector. En Garson G. D. (Ed.), *Information Technology and Computer Applications in Public Administration: Issues and Trends*. Hershey: Idea Group Publishing.
- Shareef, M., Ojo, A. y Janowski, T. (2008). A Readiness Assessment Framework for E-Government Planning: Design and Application. Ponencia presentada en 2nd International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance (ICEGOV 2008), diciembre, El Cairo.
- Siegel, D. A. (2009). Social Networks and Collective Action. *American Journal of Political Science*, 53 (1), 122-138.
- Stamoulis, D., Gouscos, D., Georgiadis, P. y Martakos, D. (2001). Revisiting Public Information Management for Effective E-Government Services. *Information Management & Computer Security*, 9 (4), 146-153.
- Sudweeks, F. S. S. y Jones, S. (1999). *Complementary Explorative Data Analysis*. California: SAGE Publications.
- Svein, L. (2010). Interoperability in Public Sector: How Use of a Lightweight Approach Can Reduce the Gap Between Plans and Reality. In Wimmer M. A., Chappelet J. L., Janssen M. & H. J. Scholl (Eds.). *Electronic Government: 9th IFIP WG 8.5 International Conference, EGOV 2010, Lausanne, Switzerland, August/September 2010: Proceedings*. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.
- Sylvie, R. A. (2008). Defining the Networked Community Movement. *Journal of Community Informatics*, 4 (3).
- Taylor, J. A. y Lips, A. M. B. (2008). The Citizen in the Information Polity: Exposing the Limits of the E-Government Paradigm *Information Polity*, 13 (3-4), 139-152.
- Taylor, J. A., Lips, A. M. B. y Organ, J. (2006). Freedom with Information: Electronic Government, Information Intensity and Challenges to Citizenship. En Chapman R. y Hun M. (Eds.), *Freedom of Information: Perspectives on Open Government in a Theoretical and Practical context*.

Aldershot: Ashgate.

- Todorovski, L., Kunstelj, M. y Vintar, M. (2007). Reference Models for E-Services Integration Based on Life-Events. *Lecture Notes in Computer Science*, 4656, 92-103.
- Vázquez, T. y Méndez., Á. (2009). Redes Sociales, Bienvenidos a la Era de la Colaboración. *Expansión y Empleo*. Disponible en http://archivo.expansionyempleo.com/2009/06/05/desarrollo_de_carrera/1244214407.html [01-12-2012].
- Wigand, F. D. L. (April 12-14, 2010). *Twitter in Government: Building Relationships One Tweet at a Time*. Paper presented at the Information Technology: New Generations (ITNG), 2010 Seventh International Conference on.
- Williams, K. y Durrance, J. C. (2008). Social Networks and Social Capital: Rethinking Theory in Community Informatics. *The Journal of Community Informatics*, 4 (3).
- World Internet Project (WIP). (2009). *Estudio 2009 de Hábitos y Percepciones de los Mexicanos sobre Internet y Diversas Tecnologías Asociadas*. México: WIP.
- Zhao, D. y Rosson, M. B. (2009). How and why People Twitter: The Role that Micro-Blogging Plays in Informal Communication at Work. Ponencia presentada en Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work, mayo, Sanibel Island, Florida. Disponible en <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1531710> [01-12-2012].

Recibido: 21-10-2011

Aceptación de la versión final: 30-06-2012

ANEXO

Gobierno	Facebook	Twitter
Baja California	http://www.facebook.com/pages/Baja-California-Mexico/Gobierno-de-Baja-California/120544204635995?ref=sgm	http://twitter.com/GobiernoBC
Colima	http://www.facebook.com/gobierno.colima?ref=ts	http://twitter.com/gobiernocolima
Distrito Federal	http://www.facebook.com/GobiernoDistritoFederal?v=wall	http://twitter.com/GobiernoDF
Durango	http://www.facebook.com/gobdgo	http://twitter.com/gobdgo
Estado de México	http://www.facebook.com/gobierno.edomex	http://twitter.com/#!/edomex
Presidencia de la República	http://www.facebook.com/presidentefelipecalderonhinojosa?v=wall	http://twitter.com/gobfed
Guanajuato	http://www.facebook.com/pages/Guanajuato-Gobierno-del-Estado/180533315991	http://twitter.com/gobiernogto
Guerrero	http://www.facebook.com/portal.guerrero	http://twitter.com/portalgue-rrero
Hidalgo	http://www.facebook.com/notes.php?id=335332698526&notes_tab=app_2347471856#!/gobhidalgo?v=wall	http://twitter.com/gobiernohidalgo
Jalisco	http://www.facebook.com/pages/Guadalajara-Mexico/Gobierno-de-Jalisco/27330528256?v=wall	http://twitter.com/Gobierno-Jalisco
Michoacán	http://www.facebook.com/pages/Morelia-Mexico/Gobierno-del-Estado-de-Michoacan-de-Ocampo/61924315868	http://twitter.com/gobmichoacan
Morelos	http://www.facebook.com/profile.php?id=100001032942146#!/profile.php?id=100001032942146&v=wall	http://twitter.com/Gobierno-Morelos
Nuevo León	http://www.facebook.com/gobiernonuevoleon	http://twitter.com/nuevoleon
Querétaro	http://www.facebook.com/GobQro	http://twitter.com/gobqro
Quintana Roo	http://www.facebook.com/pages/Chetumal-Quintana-Roo/Gobierno-del-Estado-de-Quintana-Roo/132174546800498	http://twitter.com/gobedoqroo
Sinaloa	http://www.facebook.com/gobsinaloa	http://twitter.com/gobsinaloa
Zacatecas	http://www.facebook.com/pages/Amalia-Garcia-Medina/6065488888#!/pages/Amalia-Garcia-Medina/6065488888?v=wall	http://twitter.com/gobzacatecas
Campeche	http://www.facebook.com/GobCampeche	-----

Chihuahua	http://www.facebook.com/gobiernochihuahua	http://twitter.com/#!/ChihuahuaGob/status/26179745905377281
Coahuila	http://www.facebook.com/profile.php?id=100000878487962	http://twitter.com/#!/GobdelaGente
Baja California Sur	----- ----	http://twitter.com/gobiernobcs
Chiapas	----- ----	http://twitter.com/gobierno-chiapas
Nayarit	----- ----	http://twitter.com/01800gobernay
Puebla	http://es-la.facebook.com/people/Pri-Puebla/100001759236453	http://twitter.com/PueblaPortal
Yucatán	----- ----	http://twitter.com/gobiernoyucatan
Aguascalientes	http://www.facebook.com/Gobierno-deAguascalientes	http://twitter.com/#!/metroags
Oaxaca	http://www.facebook.com/GobOax	http://twitter.com/GobOax
San Luis Potosí	----- ----	----- ----
Sonora	http://es-la.facebook.com/GobiernoSonora	http://twitter.com/#!/gobierno-sonora
Tabasco	----- ----	----- ----
Tamaulipas	http://www.facebook.com/pages/Gobierno-del-Estado-de-Tamaulipas/100739373337630	http://twitter.com/#!/gobtam/
Tlaxcala	http://www.facebook.com/GobiernodelestadodeTlaxcala	http://twitter.com/#!/@GobTlaxcala
Veracruz	http://twitter.com/gobiernover	http://www.facebook.com/GobiernodeVeracruz