

¿La arquitectura discursiva de las plataformas digitales influye en la participación política? Un estudio nacional diferenciado

Does platform's discursive architecture influence political participation? A national differentiated study

A arquitetura discursiva das plataformas digitais influencia a participação política? Um estudo nacional separado

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8498>

MARTÍN ECHEVERRÍA¹

<https://orcid.org/0000-0001-6071-8725>

ADALID BRINGAS RAMÍREZ²

<https://orcid.org/0000-0001-9330-5046>

ALEJANDRA RODRÍGUEZ-ESTRADA³

<https://orcid.org/0000-0001-9963-2654>

Investigamos el efecto de las redes sociodigitales en los tipos de participación cívica, política y en línea, tomando en cuenta la arquitectura discursiva y consecuente deliberatividad de cada plataforma, que hipotéticamente incrementa la participación. Primero analizamos la deliberatividad de las plataformas Facebook, Twitter y YouTube, y segundo, la medida en que estas predicen la participación, mediante una encuesta nacional (N = 1 750). Encontramos un efecto de las redes en su conjunto y efectos diferenciados de cada una en aquellos tipos de participación, pero sin vinculación con su grado de deliberatividad.

PALABRAS CLAVE: Redes sociodigitales, efectos de los medios, participación política, participación en línea, deliberación, plataformas digitales.

We examined the impact of social media on political, civic, and online participation, taking into account the discursive architecture and deliberative nature of each platform, which was hypothesized to enhance these forms of engagement. Initially, we assessed the deliberative aspects of the Facebook, Twitter, and YouTube platforms. Subsequently, we investigated whether these aspects predicted participation through a national survey involving 1 750 participants. Our findings reveal a general influence of the platforms on participation and specific effects for each platform within each type of participation. However, these effects do not align with their respective levels of deliberativeness.

KEYWORDS: Social media, political participation, online participation, deliberation, discursive architecture.

Investigamos o efeito das redes sociodigitais nos tipos de participação cívica, política e online, tendo em conta a arquitetura discursiva e a consequente deliberatividade de cada plataforma, o que hipoteticamente aumenta a participação. Primeiro, analisamos a deliberatividade das plataformas Facebook, Twitter e YouTube e, segundo, até que ponto prevêem a participação, utilizando um inquérito nacional (N = 1 750). Encontramos um efeito das redes como um todo e efeitos diferenciados de cada uma nesses tipos de participação, mas sem ligação ao seu grau de deliberatividade.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociodigitais, efeitos midiáticos, participação política, participação online, deliberação, plataformas digitais.

Cómo citar este artículo:

Echeverría, M., Bringas Ramírez, A. & Rodríguez-Estrada, A. (2023). ¿La arquitectura discursiva de las plataformas digitales influye en la participación política? Un estudio nacional diferenciado. *Comunicación y Sociedad*, e8498. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8498>

¹ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.

echevemartin@yahoo.com.mx

² Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.

adybringas29@gmail.com

³ Universidad Autónoma de Baja California, México.

alejandra.rodriguez33@uabc.edu.mx

Los autores agradecen al Dr. Carlos Muñiz, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, su generosa autorización para utilizar los datos de su proyecto “Análisis de la cobertura mediática de las campañas electorales y su impacto en la desafección política y el compromiso democrático ciudadano” (clave 280739, financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT) en la elaboración de este artículo.

Fecha de recepción: 31/05/22. Aceptación: 16/03/23. Publicado: 30/08/23.

INTRODUCCIÓN

Ya en su adolescencia, la literatura académica ha demostrado que, en determinadas circunstancias, las redes sociodigitales (RSD, en adelante) son capaces de facilitar la participación política de sus usuarios, sobreponiéndose tanto a sus efectos de despolitización, al ser utilizadas primordialmente como espacios de entretenimiento, como de activismo de mínimo compromiso (Casteltrione, 2017; Gil de Zúñiga et al., 2012; Halpern et al., 2017).

Por la facilidad y rapidez que proporciona Internet para recolectar información, las RSD pueden generar una sensación de seguridad en las opiniones y conocimientos ante temas de interés, lo que puede traducirse a su vez en la participación en discusiones políticas. Ello sucede particularmente en los usuarios con poco conocimiento político o en los más jóvenes, quienes no suelen consultar medios tradicionales (Gil de Zúñiga et al., 2016; Rodríguez-Estrada et al., 2020). La evidencia indica que, a medida que los ciudadanos pasan más tiempo libre en línea, se presentan consecuencias involuntarias respecto a la participación y discusión de temas políticos. Así, una conversación cotidiana en línea a menudo puede llegar a una forma estratégica de comunicación y acción (Gil de Zúñiga et al., 2016; Halpern et al., 2017). No obstante, uno de los aspectos menos explorados es el tipo de plataforma que tiene un mayor efecto, en términos de sus disponibilidades tecnológico-comunicativas, y cuyos algoritmos posibilitan determinados tipos y grados de profundidad en cuanto a intercambios comunicativos.

Una manera teórica y normativamente rica de abordar estos problemas es a través del concepto de *deliberación*, entendido como un intercambio informado y razonado de argumentos entre individuos acerca de un tema que les concierne. Como un proceso que propiamente implica y potencia la participación (Gastil, 2008), los teóricos de la deliberación en línea afirman que cada plataforma digital contiene determinadas características estructurales que la fomentan o inhiben, según los algoritmos que las gobiernan (Friess & Eilders, 2015). Esta llamada *arquitectura discursiva* habilitaría determinado potencial deliberativo o grado de deliberatividad, que a su vez influye de manera diferenciada en la participación de los usuarios.

Por su parte, en los últimos años, las RSD se han popularizado para uso político en México al disminuir los costos de difusión de las campañas y permitir que las propuestas políticas alcancen a públicos despolitizados. No obstante, su vinculación con la participación política es incierta, en medio de un entorno político reticente a esta, que opone barreras lo mismo mediante lagunas jurídicas desde las instituciones del Estado, que a través de la indiferencia de los representantes populares hacia sus representados en la toma de decisiones (Serrano, 2015). Se trata también de un entorno caracterizado por una cultura política pasiva; la mayoría de los mexicanos no participa en peticiones, manifestaciones o dentro de partidos políticos (Temkin & Ivich, 2013). El voto sigue siendo la primordial y casi única forma de participación ejercida por los ciudadanos.

Con todo, se reporta un uso importante de Internet en su dimensión política: la búsqueda de información es la tercera actividad en la que los ciudadanos invierten más tiempo (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020) mientras que las formas de participación más frecuentes son leer o compartir información política en RSD (Somuano & Nieto, 2017). Los estudios de caso, particularmente aquellos en la línea del activismo digital, constatan una extraordinaria apropiación política de las RSD por parte de ciertos grupos ciudadanos, lo mismo durante elecciones, para fines de vigilancia o defensa de libertades (Zires, 2014), como en los movimientos sociales (Slimovich & Lay Arellano, 2018), aunque sus conclusiones están delimitadas a poblaciones específicas.

Frente a estos prometedores atisbos y en medio de las limitaciones político-estructurales previamente comentadas, el objetivo de este artículo es indagar el efecto de las redes sociales en la participación política, pero a partir de una consideración específica del potencial deliberativo de distintas plataformas en dicho efecto.

PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y REDES SOCIODIGITALES

La copiosa investigación empírica acerca de la posibilidad de que las RSD eleven los niveles de participación política (ver Boulianne (2020) para un análisis de 320 estudios al respecto), supone que esta última es

importante para la democracia, al tiempo que reconoce implícitamente que las modalidades de participación predigitales tienen limitaciones que las redes pueden compensar. Con todo, se considera necesario desentrañar estos supuestos, así como particularizar el caso mexicano, en donde dicha relación cobra un significado específico debido a los obstáculos culturales e institucionales que limitan la participación.

La participación se define como el poder y la capacidad de toda persona de actuar sobre el mundo en el que vive con el fin de mejorar la calidad de la vida pública (Valenzuela et al., 2009). En el terreno político, la participación se puede desarrollar tanto en el plano de la política institucional (participación política), como en la esfera ciudadana de los derechos, por vías no institucionales (participación cívica). La primera implica la intervención de los ciudadanos para designar a sus gobernantes e influir en el desarrollo o implementación de políticas públicas. Generalmente es conducida por instituciones e instrumentos formales del Estado, e incluye acciones convencionales y a menudo reglamentadas, tales como el acto de votar, militar en partidos políticos, participar en manifestaciones y mítines, entre otras actividades, así como mecanismos de democracia directa que vinculan a los ciudadanos con la administración pública, tales como las iniciativas de ley, referéndum, o consultas ciudadanas (Aguirre, 2013).

Por su parte, la participación cívica remite a la influencia de la ciudadanía en los asuntos de interés público o político, por métodos ajenos a los político-institucionales. Aquí es más manifiesta la “toma” del espacio público, que pretende influir en el Estado para ampliar esferas de acción política, reivindicar derechos existentes o exigir el reconocimiento de nuevos, lo que en ocasiones implica acciones no convencionales, más duras o coercitivas, tales como el boicot, las manifestaciones, los bloqueos o las marchas, y que tienen como máxima expresión a los movimientos sociales (Aguirre, 2013).

Respecto a la participación política en línea, esta incluye varios de los aspectos ya mencionados, de tal suerte que se puede considerar tanto cívica como política. Definida como toda actividad política que se distingue de una participación fuera de la red (offline) y que se realiza tanto en un entorno de Internet como de las redes sociales (Gil de Zúñiga et al., 2016), se distingue por ser una actividad fundamentalmente

comunicativa o discursiva. No obstante, por las características de conectividad de las RSD que vinculan usuarios con otros usuarios o contenidos (van Dijck & Poell, 2013), puede posibilitar la organización de la acción política más allá de Internet, con consecuencias en el mundo real.

Diversas actividades son contempladas bajo este concepto en un repertorio cada vez más amplio de modalidades de uso tanto pasivas como activas: para las primeras, recibir involuntariamente correos, propaganda y opiniones; para las segundas, buscar, reenviar y difundir contenidos sobre temas políticos, sea esta información obtenida de fuentes periodísticas escritas o visuales (fotos o videos) o de terceros: comentar, opinar o discutir sobre asuntos políticos en las plataformas propias –como blogs–, de otros contactos o de grupos cerrados e ideológicamente afines, donar dinero a grupos o movimientos a través de medios digitales, escribir un correo electrónico a un representante público u organizar protestas, boicots y votaciones alrededor de diversas causas (Gil de Zúñiga et al., 2012).

Como democracia relativamente joven, la participación en México es contrastante. Por un lado, las cifras de participación electoral en las elecciones federales demuestran una relativa estabilidad: mientras que en 2006 la participación electoral fue del 58.2%, en el 2012 fue de un 63.1%, para 2018 de 63.4% (Instituto Nacional Electoral [INE], 2018) y para 2021 de 52.6% (INE, 2021). Sin embargo, más allá del voto, otras formas de participación son más bien tenues y decrecientes, como pone de manifiesto el estudio de Nieto y Somuano (2020) quienes revisan varios indicadores de 1994 a 2014 como firmas de petición (31% a 18%, respectivamente), boicot (6% a 2.5%), manifestación (10% a 2%), huelga (6.6% a 5.5%) y ocupación de edificio público (4.6% a 4.2%). Estas cifras son significativamente inferiores a las de países desarrollados e incluso de otras naciones latinoamericanas como Argentina, Brasil y Chile. Con todo, aquellos indicadores de participación ciudadana comunitaria, como ayudar a resolver problemas en la comunidad, asistir a reuniones de padres de familia o grupos de mujeres, presentan frecuencias similares a las de países latinoamericanos e incluso democracias avanzadas. Este contraste sugiere que en México, antes que apatía, hay una participación cívica alienada o excluida de los canales e instancias institucionales (Nieto & Somuano, 2020).

En ese contexto, en los dos últimos lustros se ha visto una activación de la ciudadanía en términos de participación en las RSD. Como se mencionó anteriormente, la búsqueda de información en general es la tercera actividad en la que el ciudadano invierte más tiempo (INEGI, 2020), mientras que otros investigadores encontraron que las formas de participación política más frecuentes en el país, independientemente de los estratos socioeconómicos, son leer o compartir información política en redes sociales y colaborar en las actividades de algún partido político (Somuano & Nieto, 2017). Estos datos, así como algunos estudios de corte interpretativista o de poblaciones específicas, dan indicios sobre el potencial de Internet para activar la participación de ciudadanos. El siguiente apartado proporciona sustento empírico a esta afirmación, al tiempo que discute las modalidades tecnológicas preferentes para llevarlo a cabo.

USOS POLÍTICOS Y DELIBERATIVOS DE LAS RSD. SUPUESTOS DE PARTIDA

Como fue originalmente conceptualizada, la participación en línea contempla todos los recursos de Internet al servicio de la actividad política. Sin embargo, una porción de esta que ha crecido exponencialmente en términos de socialización de información y actividad pública son las RSD, una tecnología gestada específicamente para la participación, una vez superada la Web 1.0 centrada en la disponibilidad ilimitada de información. Respecto a un uso específicamente político de las RSD, una parte de la literatura destaca la disponibilidad amplia y a nulo costo de información política en ellas, de modo que reducen a su vez el costo que significa para los ciudadanos el adquirir, ampliar y profundizar su conocimiento acerca de los asuntos públicos, en términos de tiempo y esfuerzo. Por consiguiente, este hecho podría generarles interés en lo político y otorgarles la autoconfianza necesaria para disponerlos a participar, de manera modesta, tan solo comentando u opinando, o más articulada, como en el activismo digital (Farrell, 2012; Intyaswati & Fairuzza, 2023).

Asimismo, es más probable que se consuma esa información dado que se comparte entre contactos previamente conocidos y en quienes la

gente confía; ello puede implicar que dicho consumo se realice de forma inadvertida, es decir, que el usuario no la busque y en principio no le interese, pero que, a partir de estas circunstancias, pueda cobrar relevancia (Boulianne, 2015). Este rasgo de familiaridad con los miembros de la red fomenta el comentario e intercambio continuo de opiniones a partir de la información, además de que incrementa paulatinamente el flujo de información para el usuario a medida que aquella se expande, como suele suceder (Gil de Zúñiga et al., 2012). Además de estos procesos desencadenados por la amplia distribución de información, las RSD pueden proveer una plataforma de debate y discusión, en donde el intercambio de información, ideas y comentarios cristalice en un espacio público de deliberación (Lilleker & Vedel, 2013).

A pesar de estas ventajas, las RSD no están exentas de usos políticamente desfavorables. Están pobladas, en buena medida, por usuarios pasivos (merodeadores) o de bajo compromiso que ejercen una participación tan solo periférica —ciertas investigaciones sugieren que el 90% del contenido está producido por un 1% de usuarios— (Jenkins et al., 2015). Otros estudios comprueban que los usos recreativos de Facebook, que ocupan una buena parte del tiempo de exposición de los usuarios —sobre todo los apolíticos— presentan una correlación negativa con la participación política y cívica, de manera que más bien los alejan de los temas de relevancia política (Casteltrione, 2017; Intyaswati & Fairuzza, 2023). Pero, sobre todo, existe evidencia acerca de la baja calidad del diálogo que se suscita en esos espacios y, en función de ello, dudas respecto a su potencial real para estimular una participación de tipo democrático (Strandberg, 2008). Dicho fenómeno se constata, por ejemplo, en los espacios de comentarios de los periódicos digitales mexicanos, mayormente orientado a falsedades e invectivas (Frankenberg, 2015).

Una explicación culturalista de dicho hallazgo atribuiría los rasgos de polarización, conflicto o incivilidad a la cultura política de los usuarios, en una comprensión orientada a la manera en que la cultura o la sociedad moldean el uso de la tecnología. En contraparte, una perspectiva de “moldeo tecnológico”, mas no determinismo, enfatiza la manera en la que una determinada tecnología constriñe, pero también habilita a determinados actores y prácticas sociales (Kim & Ellison, 2022;

Schroeder, 2018). Esta última posición ha sido desarrollada por los académicos de la deliberación online, quienes postulan el concepto de *arquitectura discursiva*, que se define como paquetes de características tecnológicas que trabajan en su conjunto para ofrecer disponibilidades de expresión e interacción, así como posibilidades y oportunidades de acción política online. Tales disponibilidades permiten, o bien limitan, la materialización de normas democráticas en el plano comunicativo y, en consecuencia, los alcances de la deliberación pública en el entorno digital (Chekunova et al., 2016; Freelon, 2015; Halpern et al., 2017; Vaast et al., 2017; Zhang & Pérez-Tornero, 2022).

Se sostiene que la anterior es una posición prometedora para explicar los determinantes tecnológicos de la participación en línea, no solo porque se ha demostrado empíricamente que la experiencia de la deliberación convencional en pequeños grupos incrementa sostenidamente las actividades cívicas (Gastil et al., 2002), sino porque permite postular determinadas propiedades suficientes y necesarias en las plataformas que den paso a una participación más o menos frecuente y sofisticada. Definido como un ejercicio colectivo que “examina cuidadosamente un problema y arriba a una solución bien razonada después de un periodo de consideración respetuosa e incluyente de diversos puntos de vista” (Gastil, 2008, p. 9), la deliberación pudiera estar fuertemente mediada por la arquitectura discursiva de las plataformas sociodigitales, cuyos algoritmos introducen una diferencia en la forma de comunicación entre los participantes.

Así, por ejemplo, existen diferencias respecto a la capacidad de cada red para distribuir información relevante y compleja, y propiciar interacción deliberativa. Twitter, al ser creado originalmente como una plataforma de microblogging, únicamente permite 280 caracteres, con lo que acota la amplitud de los argumentos, mientras que YouTube, por su parte, favorece contenidos audiovisuales, lo cual aparentemente dificulta el razonamiento verbal; ambos inconvenientes están ausentes en la red Facebook. De igual manera, esta red potencia la interacción entre los usuarios y la expansión de las redes de contactos, incluso en círculos no cercanos, pues su algoritmo favorece el posicionamiento de las publicaciones que generen conversación entre los usuarios y amplíen la red de contactos. Por el contrario, esta última característica

está ausente en YouTube, que enfatiza las preferencias personales de contenido por sobre la actividad de la red de contactos. En suma, por la especificidad en las características tecnológico-discursivas de las plataformas sociales, se puede considerar que cada RSD tiene un potencial deliberativo distinto y, por ende, generaría efectos diferenciados en la participación política del ciudadano.

Por su parte, las condiciones tecnológicas necesarias para que las plataformas sociales potencien la deliberación en redes son sintetizadas en cinco atributos elaborados por Friess y Eilders (2015). En primer lugar, si la comunicación se puede suscitar de forma sincrónica (simultánea) o asincrónica (en tiempos distintos), puesto que la primera, si bien atrae más participación, hace que las interacciones sean incoherentes, frívolas o poco incluyentes; a diferencia de la segunda, que permite que las personas reflexionen y justifiquen más sus argumentos, al tiempo que propicia que los participantes interactúen a su conveniencia, en lugar de centrarse en un tema específico. La comunicación asincrónica responde en mayor medida a las dimensiones deliberativas de racionalidad, civilidad e inclusividad.

En segundo lugar, se encuentra el anonimato, en oposición a la identificación de los usuarios, puesto que el primero puede permitir que los participantes expresen su opinión de manera libre y auténtica, sin temor a ser ridiculizados, aunque podría motivar a una conducta irrespetuosa y reducir la calidad de la discusión.

En tercer lugar, está la moderación de las plataformas, que puede incluir la censura —cuando estas borran comentarios inapropiados— o la promoción del diálogo, como cuando, por ejemplo, se proporciona una síntesis de la discusión o se destacan las opiniones de una minoría, lo cual atiende a los principios de racionalidad e inclusión deliberativas. En detrimento de ello, la presencia de un moderador, percibido como censor, pudiera disminuir la motivación de los usuarios a participar.

En cuarto lugar, se encuentra el empoderamiento de la comunicación, que se refiere a la disponibilidad de herramientas que favorezcan al diálogo y donde el usuario reconozca su impacto en la discusión. Ello se manifiesta a través de chats grupales, videoconferencias, respuestas a comentarios de forma directa y el conocimiento de la opinión de los usuarios a través del uso de encuestas o la selección del botón de “emociones” predeterminadas por las redes.

En quinto lugar, se encuentra la división del trabajo, donde la plataforma permite separar los temas complejos en pequeños grupos a elección del usuario para facilitar su discusión. Finalmente, son relevantes los mecanismos para proveer información y motivar a los usuarios a colocarla, lo cual incrementa el conocimiento y la racionalidad de la discusión.

Los supuestos teóricos y posibles relaciones previamente descritas aún carecen de constatación empírica en el caso mexicano. Los estudios acerca de la vinculación entre el uso de redes sociales y la participación están orientados mayormente al activismo digital, destacadamente los movimientos #YoSoy132 o el de Ayotzinapa (Meneses, 2015; Slimovich & Lay Arellano, 2018), y no es posible formular generalizaciones a partir de ello. Otro conjunto de estudios cuantitativos se centra en poblaciones de universitarios, en las que se encuentra una baja apropiación política de las tecnologías por parte de los mismos, poco consecuente en términos de acciones y resultados concretos (Padilla, 2015; Ruelas, 2016), así como bajos niveles de participación online (Torres et al., 2020). Asimismo, las formas mayoritarias de participación en esta población son pasivas, relacionadas en buena medida con el entretenimiento político (de la Garza et al., 2019). Con todo, otras investigaciones sí encuentran relaciones positivas entre el consumo de medios digitales y la participación online (de la Garza & Pineda, 2018; Rodríguez-Estrada et al., 2019).

Aunque algunos estudios nacionales constatan una relación positiva, pero modesta, entre el consumo de medios tradicionales y la participación política (Díaz, 2017; Muñiz & Echeverría, 2020; Temkin & Ivich, 2013), únicamente los estudios de Echeverría y Meyer (2017) y de Moreno y Mendizábal (2015) demuestran la falta de asociación entre la participación política y el uso de redes sociales –para poblaciones juveniles en el primer caso–, y un efecto movilizador offline muy modesto de estas últimas. Por lo demás, no conocemos un estudio de escala nacional que se centre en la relación entre el uso de las RSD y la participación política y que tenga como un componente importante la arquitectura discursiva de cada red.

En función de ello, esclarecemos dicha laguna mediante dos preguntas de investigación, a las que damos respuesta empírica en el resto del artículo:

- P1. ¿Cuál es el efecto del uso de las redes sociales en los niveles de participación política, cívica y online en México?
- P2. ¿Existe una relación entre el grado de deliberatividad de las redes Facebook, Twitter y YouTube, y su efecto en la participación política, cívica y online en México?

METODOLOGÍA

Una primera parte de la investigación comparó las redes sociales Facebook, Twitter y YouTube, las más investigadas en la literatura, para identificar la ausencia o presencia de las características de deliberación online y mostrar con ello su potencial deliberativo. En función de los criterios descritos líneas arriba (Friess & Eilders, 2015), se estableció una lista de cotejo para verificar tales atributos y se registró su presencia (1) o ausencia (0), bajo la cual se obtuvo un índice de potencial deliberativo o deliberatividad de cada plataforma (Tabla 1). Este último sirve para observar qué red tendría, hipotéticamente, un mayor efecto de participación, aunque únicamente de manera ordinal.

Posteriormente, se utilizó una encuesta que pretende explicar si el uso de las plataformas tiene efectos en la participación de los ciudadanos, en sus manifestaciones online y offline. Para la aplicación de la misma, se contrató a la empresa QuestionPro, que contaba con un panel de participantes a nivel nacional. El trabajo de campo se realizó entre los días 10 y 16 de abril de 2021, durante la campaña correspondiente a las elecciones legislativas federales.

La muestra (N = 1 750) quedó integrada por participantes que fueran mayores de edad (≥ 18 años) y censados como votantes en la República Mexicana, en todos los estados. Un 44.7% de la misma estaba constituida por hombres (n = 782), por un 55.3% de mujeres (n = 986), con edades comprendidas entre 18 y 80 años (M = 40.40, DE = 14.36). En la muestra se contemplaron participantes con diferentes niveles educativos, siendo el grupo mayoritario el correspondiente a aquellos que tenían estudios profesionales (n = 919, 52.5%) y de preparatoria (n = 551, 31.5%). En esta encuesta, y de acuerdo a la metodología del proveedor, se midieron niveles socioeconómicos en lugar de ingresos, con la siguiente distribución: AB (n = 26, 1.5%), C+ (n = 315, 18%),

TABLA 1
DIMENSIONES DE DELIBERACIÓN ONLINE EN LAS PRINCIPALES REDES
SOCIALES USADAS EN CAMPAÑA, E ÍNDICE DE DELIBERATIVIDAD

Dimensiones	Facebook	Twitter	YouTube
Comunicación sincrónica	1	0	0
Comunicación asincrónica	1	1	1
Anonimato	0	1	1
Identificación	1	0	0
Moderación	1	1	1
Empoderamiento de la comunicación	1	0	0
División del trabajo	1	0	1
Información	1	1	1
Índice de deliberatividad	0.88	0.50	0.63

Fuente: Elaboración propia con base en Friess y Eilders (2015).

C (n = 346, 19.8%), C- (n = 266, 15.2%), D+ (n = 707, 40.4%) y D (n = 90, 5.1%). Respecto a las variables y reactivos, se utilizó el instrumento de Rodríguez et al. (2014). Como variables independientes, se solicitó a los participantes que indicaran con qué frecuencia habían utilizado Facebook, Twitter y YouTube para informarse de la campaña electoral, a través de una escala que oscilaba entre nunca (1) y muy frecuentemente (5). Como variables dependientes, se midieron los constructos *participación política offline* (seis reactivos), *participación cívica offline* (ocho reactivos) y *participación política online* (12 reactivos), descritos en la Tabla 2. Se contemplaron también las variables de control de género, edad, nivel socioeconómico, educativo y consumo de medios tradicionales (prensa impresa, digital, radio y televisión).

Como método de estimación estadística se realizó una regresión jerárquica múltiple, que busca predecir el efecto del uso de las redes sociales en la participación online y offline de los usuarios. Corrimos tres modelos, uno por cada tipo de participación, arrojando pruebas satisfactorias Durbin Watson de no autocorrelación por cada una (2.012 para la modalidad en línea, 1.961 para la cívica y 1.972 para la política).

TABLA 2
EFECTO DE LAS PLATAFORMAS EN PRÁCTICAS ESPECÍFICAS DE PARTICIPACIÓN

Dimensiones de la participación política e ítems utilizados para construir sus índices	Facebook	Twitter	YouTube
Participación política			
Asistir a reuniones de partidos políticos	0.17 *	0.064 *	0.077 **
Trabajar para algún candidato o partido político en campañas políticas	0.083 **	0.000 ***	0.07 **
Colaborar o trabajar en una causa política	0.033	0.080 **	0.109 ***
Participar en manifestaciones por alguna causa política	0.042	0.067 *	0.075 **
Participar en acciones de presión o boicot de actos públicos al no estar de acuerdo con alguna decisión política	0.101	0.0259 **	0.067 **
Movilizar a otras personas para que se sumen a alguna causa política	0.018	0.078 **	0.100 ***
Participación cívica			
Trabajar en algún proyecto comunitario	0.025	0.043	0.092 ***
Asistir a reuniones de algún club o agrupación social	0.023	0.064 *	0.100 ***
Realizar algún tipo de trabajo voluntario	0.017	0.041	0.087 **
Asistir a las juntas de vecinos convocadas	-0.028	0.084 *	0.098 ***
Hacer solicitudes (cartas, llamadas de teléfono, visitas, peticiones, etc.) a políticos o funcionarios públicos.	0.003	0.065 **	0.104 ***
Participar en plantones, colocación de mantas o bloqueo de calles al no estar de acuerdo con alguna decisión política	0.004 *	0.073 *	0.086 *

Dimensiones de la participación política e ítems utilizados para construir sus índices	Facebook	Twitter	YouTube
Intentar resolver los problemas del barrio, la colonia o la comunidad	0.023	0.053 *	0.093 ***
Trabajar en apoyo de alguna causa o grupo social	0.039	0.055 *	0.073 **
Participación online			
Consultar información política	0.018	0.113 ***	0.159 ***
Comentar las noticias y columnas de opinión sobre política que aparecen en los medios	0.087 ***	0.159 ***	0.147 ***
Expresar su opinión personal acerca de asuntos sociales o de la comunidad	0.052 *	0.189 ***	0.06 **
Expresar su opinión personal acerca de asuntos políticos	0.082 **	0.181 ***	0.111 ***
Movilizar a sus contactos en torno a alguna causa social o comunitaria	0.029	0.109 ***	0.126 ***
Movilizar a sus contactos en torno a causas políticas	0.065 **	0.115 ***	0.09 ***
Intentar resolver los problemas del barrio, la colonia o la comunidad usando las redes sociales	0.049	0.122 ***	0.118 ***
Iniciar o ser parte de un grupo político en una red social	0.027	0.129 ***	0.093 ***
Iniciar o ser parte de un grupo social o comunitario en una red social	0.014	0.134 ***	0.101 ***
Apoyar protestas o movilizaciones políticas	0.027	0.12 ***	0.084 **
Crear peticiones a partir de plataformas como change.org	0.005	0.166 ***	0.087 **
Firmar peticiones de otros en plataformas como change.org	0.023	0.212 ***	0.048

Fuente: Elaboración propia.

HALLAZGOS

En primer lugar, es notorio que prácticamente no se registra diferencia entre el promedio, en una escala de cinco, entre la participación cívica offline (2.56) y la participación online (2.36), mientras que ambas sí se despegan considerablemente de la participación política offline (1.84). Por otro lado, el efecto del seguimiento de redes sociales (SRS), de manera agregada, en los tipos de participación es relativamente fuerte. Controlando los datos sociodemográficos y la atención a medios tradicionales, el SRS tiene un impacto alto en la participación en línea ($\beta = .259$, $p = .000$), y moderado en la participación política ($\beta = .209$, $p = .000$) y en la cívica ($\beta = .162$, $p = .000$), con ganancias de la varianza en cada modelo que incrementan 5%, 3% y 2%, respectivamente.

No obstante, el desglose de estos elementos por plataforma específica presenta resultados diferenciados, que en principio no corresponden al orden esperado de acuerdo al grado de deliberatividad de cada una de ellas. Corrimos un modelo por cada tipo de plataforma y participación, integrando en cada uno de ellos las variables sociodemográficas y mediáticas de control (Tabla 3). Así, respecto al efecto del uso de las plataformas en la participación en línea, el modelo revela una influencia importante en primera instancia de Twitter ($\beta = .151$, $p = .000$), seguido de YouTube ($\beta = .102$, $p < .000$) y Facebook ($\beta = .180$, $p = .842$), aunque este último sin significatividad estadística. Cabe mencionar que estos resultados son un tanto inferiores a los efectos de los medios tradicionales, pues resultaron significativas las variables de atención a noticias por prensa impresa ($\beta = .204$, $p = .000$) y digital ($\beta = .145$, $p = .000$). El modelo en su conjunto registra un incremento de la varianza del 4% a partir de las variables de redes sociales.

Las relaciones son similares en el modelo de participación cívica. El efecto de YouTube sigue siendo el más relevante ($\beta = .082$, $p < .001$), seguido por Twitter ($\beta = .037$, $p = .000$), y Facebook, cuyo impacto no resultó estadísticamente significativo. De nuevo, estos resultados son similares a los medios tradicionales, con la prensa impresa a la cabeza ($\beta = .189$, $p = .000$), seguido de los periódicos digitales ($\beta = .153$, $p = .000$) y la radio ($\beta = .085$, $p < .001$). Aquí el bloque de variables de redes sociales aporta un 0.8% a la varianza.

TABLA 3
EFECTOS DE MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES EN LOS TIPOS DE PARTICIPACIÓN. MODELO AGREGADO

Variable independiente	Participación online			Participación cívica			Participación política		
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
	b	B	b	b	b	b	b	b	b
Edad	-.101 **	-.101 **	-0.088 **	-0.070 *	-0.078 **	-0.72 *	-.129 **	-.120 **	-.110 **
Género	-.102 **	-.084 **	-0.066 *	-0.048	-0.034	-0.027	-.058	-.044	-.037 *
Ingreso	-0.004	-0.010	0.006	0.031	-0.038	-0.036	0.021	0.022	0.020
Nivel de estudios	.232 **	-0.157 **	0.142 **	.215 **	.145 **	0.142 **	0.103 **	0.052 *	0.049 *
Noticias									
Periódicos en papel		.243 **	0.204 **		.203 **	.189 **		.305 **	.287 **
Periódicos digitales		.212 **	0.145 **		.180 **	.153 **		0.081 *	0.044
Radio		.087 *	0.065		.093 *	.085 *		.056 **	.046
Televisión		-.003	-0.012		0.052 *	0.048		-0.036	-0.047
Redes sociales									
Facebook			0.038			-0.005			0.036
Twitter			.151 **			.037 *			0.046
YouTube			.102 **			.082 *			.083 *
R ²	0.78 **	0.264 **	0.302 **	0.058 **	0.224 **	0.232 *	0.030 **	0.160 **	0.173 **
Cambio R ²	.078 **	.186 **	0.038 **	0.058 **	.166 **	.008 *	.030 **	.130 **	.013 **

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la participación política, los resultados son, desde el punto de vista ordinal, similares a los anteriores. YouTube es la red con el impacto más alto ($\beta = .083$, $p < .001$) aunque esta vez menos relevante que en otros tipos de participación, e incluso cercano al impacto de Facebook en la participación online. En el efecto le sigue Twitter ($\beta = .046$, $p = .265$) y posteriormente Facebook ($\beta = .036$, $p = .173$), aunque no resultaron estadísticamente significativos. Respecto a los medios tradicionales, resultan significativos los periódicos en papel únicamente ($\beta = .287$, $p = .000$). Las redes sociales aportan un 1% de la varianza en el modelo.

Por otro lado, existen prácticas de participación que son estimuladas en mayor medida por las RSD. Respecto a la participación política, la “colaboración en una causa política” es la que incrementa más a partir de YouTube ($\beta = 0.109$, $p = .000$) y Twitter ($\beta = 0.08$, $p < .001$), seguido de “movilizar a otras personas a que se sumen a una causa política”, donde YouTube es más relevante ($\beta = 0.100$, $p = .000$) que Twitter ($\beta = 0.078$, $p < .001$) y “participar en acciones de presión o boicot por no estar de acuerdo en una decisión política” (YouTube, $\beta = .086$, $p < .001$; Twitter, $\beta = .073$, $p < .001$). En estas tres, la red Facebook no registra efectos significativos. No obstante, el seguimiento de Facebook para fines políticos sí se vincula con “trabajar para algún candidato durante campañas” ($\beta = .083$, $p < .001$) y sobre todo “asistir a reuniones de partidos políticos” ($\beta = 0.17$, $p < .05$).

A este nivel de impacto, de acuerdo al tamaño del coeficiente, se encuentra solamente una práctica de participación cívica, que es la de “asistir a juntas de vecinos”, relacionada con el seguimiento de política por YouTube ($\beta = .098$, $p < .001$) y Twitter ($\beta = .084$, $p < .001$). Otras dos registran un incremento moderado, concretamente “hacer solicitudes a las autoridades” (YouTube, $\beta = .104$, $p < .05$; Twitter, $\beta = .065$, $p < .000$) y “asistir a reuniones de alguna agrupación social” (YouTube, $\beta = .100$, $p = .000$; Twitter, $\beta = .064$, $p < .05$). En las otras seis formas de participación cívica se registran efectos estadísticamente significativos, pero casi nulos. Cabe señalar que Facebook no tiene impacto alguno en este tipo de formas de participación.

En el caso de la participación online, las prácticas que están influenciadas por las RSD se encuentran ampliamente diferenciadas entre platafor-

mas. De los efectos de Facebook, solo cabe resaltar aquellos vinculados con “comentar noticias o columnas” ($\beta = .087$, $p = .000$) y “expresar una opinión personal sobre asuntos políticos” ($\beta = .082$, $p < .05$). El resto de las expresiones tiene efectos marginales. Por su parte, YouTube impacta en mayor medida en otras prácticas. Las más relevantes son la “consulta de información política” ($\beta = .159$, $p < .000$) y “comentar noticias sobre política” ($\beta = 0.147$, $p = .000$). Otras prácticas son menores, pero siempre relevantes: “movilizar contactos en torno a alguna causa social” ($\beta = 0.126$, $p = .000$), “intentar resolver problemas de la colonia o comunidad” ($\beta = 0.118$, $p = .000$), “expresar su opinión sobre asuntos políticos” ($\beta = 0.111$, $p = .000$) y “ser parte de un grupo social o comunitario” (0.111 , $p = .000$).

Por su parte, Twitter tiene un impacto más significativo en ciertas prácticas, tales como la “firma ($\beta = .212$, $p = .000$) o creación ($\beta = .166$, $p = .000$) de peticiones en línea”, “expresar la opinión personal sobre asuntos de la comunidad ($\beta = .189$, $p = .000$) y sobre política” ($\beta = .181$, $p = .000$) y “comentar las noticias sobre política” ($\beta = .159$, $p = .000$). En el siguiente nivel de impacto se encuentran prácticas como “iniciar o ser parte de un grupo social ($\beta = .134$, $p = .000$) o político” ($\beta = .129$, $p = .000$), “intentar resolver problemas de la comunidad” ($\beta = .122$, $p = .000$), “movilizar a contactos en torno a causas políticas” ($\beta = .115$, $p < .001$), “consultar información política” ($\beta = .113$, $p = .000$), “apoyar protestas o movilizaciones” ($\beta = .12$, $p = .000$) y “movilizar a contactos en torno a una causa social” ($\beta = .109$, $p = .000$).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio fue constatar en el contexto electoral una posible relación entre el uso de RSD y los tipos de participación política, pero diferenciando el efecto por los tipos de plataforma, bajo el supuesto que cada una de ellas tienen una arquitectura discursiva más o menos propicia para la deliberación y, en consecuencia, para la participación política.

En primer lugar, es posible observar que las redes sociales en su conjunto y por cada plataforma tienen una consecuencia positiva, aunque modesta, en los distintos tipos de participación, sobre todo en las

de tipo online, luego en la política y finalmente en la cívica. Esto contradice hallazgos a escala nacional (Moreno & Mendizábal, 2015), respecto a la falta de asociación entre el uso de redes y participación y un efecto movilizador offline casi nulo, así como los hallazgos de trabajos realizados en poblaciones universitarias (Padilla, 2015; Ruelas, 2016; Torres et al., 2020). No obstante, nuestros resultados coinciden con los de la Garza y Pineda (2018) y Rodríguez-Estrada et al. (2019).

Con todo, resulta necesario admitir que la participación permanece como una práctica rezagada en México: por un lado, su frecuencia se manifiesta de manera moderada en los tres tipos de participación medidos y, por otro lado, la participación en línea no supera a la cívica tradicional —el tipo de participación comunitaria latente, descrita con anterioridad— a pesar de ser más accesible (Nieto & Somuano, 2020). Ello pudiera implicar que la apropiación política de esta tecnología es aún limitada, en continuidad con las inercias culturales y obstáculos legales descritos previamente. Asimismo, es importante resaltar que los efectos de las plataformas son similares y en ocasiones inferiores a los de los medios tradicionales, en particular la prensa impresa, la digital y la radio. En medio de un creciente uso y amplias posibilidades interactivas, las relativamente novedosas redes son un tanto menos efectivas que los “viejos” medios informativos para estimular la participación.

Por otro lado, existen diferencias sustantivas respecto a los efectos de cada plataforma en los tipos de participación y en las prácticas en específico. Facebook no registra efectos en los tres tipos de participación a nivel agregado, y tiene efectos muy pequeños únicamente en dos prácticas de participación política: las de tipo partidista y dos prácticas de comentario. Parece ser, como señalamos, una plataforma de usuarios mayormente pasivos que lo usan para fines de entretenimiento, o bien, de usuarios que gestionan grupos de partidos.

Por su parte, Twitter influye mínimamente en la participación cívica de manera agregada e influye débilmente en tres prácticas específicas de este tipo de participación (ver Tabla 3). Su influencia en la participación política es nula a nivel agregado y únicamente en tres prácticas tiene una influencia apenas marginal. Con todo, la plataforma estimula de manera importante las prácticas de expresión, adhesión a causas o

grupos y comentarios en línea; a nivel agregado es la que tiene un mayor efecto en la participación online, por un margen importante. Twitter parece estimular actividad política amplia en su propio entorno, pero muy poco fuera de ella.

También de manera agregada, YouTube es una plataforma con un efecto moderado en la participación cívica y la única plataforma con un efecto en la participación política (lo que sugiere que esta última, ejercida por vías institucionales, pudiera estar tan desacreditada que estas tecnologías no alcanzan a incrementarla) (ver Tabla 1). El consumo de información política en YouTube influye también en prácticas de asociacionismo en vecinos y agrupaciones. Es también notorio el impacto de la plataforma en prácticas de participación online, puesto que dos de ellas –consumo y comentario de información política– registran un efecto fuerte, y en cuatro es moderado.

En ese sentido, los datos descartan nuestro supuesto acerca de que las plataformas más deliberativas tendrían un mayor efecto en la participación. Aunque Facebook es por mucho la plataforma con mayor potencial deliberativo, su uso no incrementa la participación. Inesperadamente, es YouTube, con menores capacidades de interacción y deliberación, la que tiene un mayor efecto en la participación cívica, política y en particular online. De hecho, la jerarquía en el potencial de deliberatividad es distinta a su efecto en la participación real: al contrario de nuestra clasificación (Tabla 1), YouTube, Twitter (por la mitad del valor del coeficiente) y Facebook influyen en ese orden en la participación.

La explicación más parsimoniosa de estos hallazgos es que los usuarios no implementan las plataformas para fines de deliberación, de manera que el potencial de su arquitectura discursiva no es aprovechado. De ser así, el atributo que parece ser más relevante en los efectos detectados es la capacidad de distribución abundante, gratuita y reticular de información política por parte de las plataformas, antes que las características que habilitan interacciones, discusiones y movilización entre los usuarios, y que se traducirían en participación (Lilleker & Vedel, 2013; Zhang & Pérez-Tornero, 2022). YouTube, por ejemplo, es una plataforma capaz de distribuir copiosa información política con niveles altos de enganche, por su naturaleza audiovisual, a diferencia de Twitter, de naturaleza escrita principalmente.

Así, estaríamos ante un fenómeno de efectos mediáticos en la participación política muy similar al que se presenta en los medios tradicionales de prensa, radio y televisión, de acuerdo con la literatura internacional y los estudios nacionales previos (Díaz, 2017; Muñoz & Echeverría, 2020; Temkin & Ivich, 2013). Atributos de las plataformas como la comunicación activa, sincrónica o la compartimentalización temática no parecen ser rasgos más relevantes que la información mediática tradicional a la hora de estimular las distintas formas de participación, por lo menos en las condiciones culturales e institucionales del país. No obstante, no hay que descartar los efectos de determinadas plataformas en ciertas prácticas de participación, donde pudiera radicar su utilidad pública.

La presente investigación tiene algunas limitaciones. Como es evidente, no mide la actividad deliberativa de los usuarios de las redes y, en ese sentido, no puede vincular datos de uso con efectos, sino tan solo aproximarse a lo primero. En segundo lugar, la muestra está un tanto desequilibrada hacia los tipos de usuarios con mayor nivel educativo y socioeconómico, lo que matiza un poco el uso preferente de las redes. No obstante, pensamos que los hallazgos pueden ser relevantes para una agenda centrada, a nivel estructural, en cómo las RSD pueden acelerar rezagos históricos en procesos de participación política y, a nivel micro, cuáles son las características específicas de la arquitectura discursiva de las redes que incrementan dicha participación. En un país con los niveles de desafección y desconfianza políticas como México, se trata de una agenda al mismo tiempo pertinente y oportuna.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, F. (2013). Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales. *Culturales*, 1(2), 119-150. <https://culturales.uabc.mx/index.php/Culturales/article/view/159>
- Boulianne, S. (2020). Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation. *Communication Research*, 47(7), 947-966. <https://doi.org/10.1177/0093650218808186>
- Casteltrione, I. (2017). Facebook and political participation: Going beyond over-optimistic predictions. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 15(1), 131-148. https://doi.org/10.1386/nl.15.1.131_1

- Chekunova, M. A., Barabash, V. V., Trofimova, G. N. & Lenko, G. N. (2016). New media in political communication: general approaches. *SHS Web of Conferences*, 29. <https://doi.org/10.1051/shs-conf/20162901015>
- de la Garza, D., Peña, A. & Recuero, F. (2019). La participación política online de los jóvenes en México, España y Chile. *Comunicar*, (61), 83-92. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-07>
- de la Garza, D. & Pineda, M. (2018). Consumo de medios y participación política de los jóvenes universitarios en el contexto electoral mexicano del 2018. *Correspondencias & Análisis*, (8), 75-95. <https://doi.org/10.24265/cian.2018.n8.04>
- Díaz, O. (2017). Las campañas electorales, los medios y su impacto en el compromiso cívico de los mexicanos en la elección presidencial de 2012. *Comunicación y Sociedad*, 29, 113-152. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i29.6302>
- Echeverría, M. & Meyer, J. (2017). Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil. *Anagramas*, 15(30), 29-50. <https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a1>
- Farrell, H. (2012). The consequences of the internet for politics. *Annual Review of Political Science*, 1(15), 35-52. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-030810-110815>
- Frankenberg, L. (2015). Interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México. *Comunicación y Sociedad*, 23, 97-123. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i23.65>
- Freelon, D. (2015). Discourse architecture, ideology, and democratic norms in online political discussion. *New Media & Society*, 17(5), 772-791. <https://doi.org/10.1177/1461444813513259>
- Friess, D. & Eilders, C. (2015). A Systematic Review of Online Deliberation Research. *Policy and Internet*, 7(3), 319-339. <https://doi.org/10.1002/poi3.95>
- Gastil, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. Sage.
- Gastil, J., Deess, E. P. & Weiser, P. (2002). Civic Awakening in the Jury Room: A Test of the Connection between Jury Deliberation and Political Participation. *Journal of Politics*, 64(2), 585-595. <https://doi.org/10.1111/1468-2508.00141>

- Gil de Zúñiga, H., Jung, N. & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gil de Zúñiga, H., Valenzuela, S. & Weeks, B. E. (2016). Motivations for Political Discussion: Antecedents and Consequences on Civic Engagement. *Human Communication Research*, 4(42), 533-552. <https://doi.org/10.1111/hcre.12086>
- Halpern, D., Valenzuela, S. & Katz, J. E. (2017). We Face, I Tweet: How Different Social Media Influence Political Participation through Collective and Internal Efficacy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(6), 320-336. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12198>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI. (2020). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH)*. INEGI.
- Instituto Nacional Electoral-INE. (2018, 8 de julio). *Cómputos Distritales 2018. Elecciones Federales*. Instituto Nacional Electoral. <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1/1>
- Instituto Nacional Electoral-INE. (2021, 11 de junio). *Cómputos Distritales 2021 Elecciones Federales*. Instituto Nacional Electoral. <https://computos2021.ine.mx/votos-distrito/mapa>
- Intyaswati, D. & Fairuzza, M. T. (2023). The Influence of Social Media on Online Political Participation among College Students: Mediation of Political Talks. *Southern Communication Journal*, 88(3), 1-9. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2023.2165703>
- Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa.
- Kim, D. H. & Ellison, N. B. (2022). From observation on social media to offline political participation: The social media affordances approach. *New Media & Society*, 24(12), 2614-2634. <https://doi.org/10.1177/1461444821998346>
- Lilleker, D. & Vedel, T. (2013). The Internet in Campaigns and Elections. En W. Dutton (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies* (pp. 401-420). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0001>

- Meneses, M. E. (2015). *Ciberutopías. Democracia, Redes Sociales, Movimientos-Red*. Editorial Porrúa.
- Moreno, A. & Mendizábal, K. (2015). El uso de las redes sociales y el comportamiento político en México. En H. Telles & A. Moreno (Eds.), *El votante latinoamericano. Comportamiento electoral y comunicación política*. CESOP.
- Muñiz, C. & Echeverría, M. (2020). Efectos del framing en diseños de realismo experimental. Consumo de encuadres y compromiso político en la campaña electoral mexicana de 2018. *Profesional de la Información*, 26(6), 1-17. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.13>
- Nieto, F. & Somuano, F. (2020). Participar o no participar: análisis tipológico de la participación ciudadana de los mexicanos. *Revista de Ciencia Política*, 1(40), 49-72. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020000100049>
- Padilla, R. (2015). Ciudadanía política en la red. Análisis de las prácticas políticas entre jóvenes universitarios. *Comunicación y Sociedad*, 21, 71-100. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i21.572>
- Rodríguez, K., Leyva, O. & Muñiz, C. (2014). Participación política y hábitos comunicativos de los jóvenes universitarios en Nuevo León, México. En E. Pastor-Seller (Ed.), *Gobernabilidad, ciudadanía y democracia participativa: análisis comparado España-México* (pp. 105-122). Dykinson.
- Rodríguez-Estrada, A., Muñiz, C. & Echeverría, M. (2019). Relación de la participación política online y offline en el contexto de campañas subnacionales. *Cuadernos.info*, (46), 1-23. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1712>
- Rodríguez-Estrada, A., Muñiz, C. & Echeverría, M. (2020). La relación longitudinal de la participación política online y offline en el contexto de una campaña presidencial. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 297-306. <https://doi.org/10.5209/esmp.67308>
- Ruelas, A. L. (2016). Redes sociales digitales y participación. El movimiento “No al alza del transporte urbano en Culiacán”. *Razón y Palabra*, 20(93), 279-299. <https://razonypalabra.net/index.php/ryp/article/view/18>
- Serrano, A. (2015). La participación ciudadana en México. *Estudios Políticos*, 9(34), 93-116. <https://doi.org/10.1016/j.espol.2015.05.001>

- Schroeder, R. (2018). *Social Theory after the Internet: Media, Technology, and Globalization*. UCL Press.
- Slimovich, A. & Lay Arellano, I. T. (2018). La reacción ciudadana en la sociedad hipermediática contemporánea. El caso de la movilización por los estudiantes mexicanos desaparecidos de Ayotzinapa. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 7, 1-20. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18381/pk.a7n13.303>
- Sommano, F. & Nieto, F. (2017). *Ciudadanía en México ¿Ciudadanía activa?* INE, Colegio de México.
- Strandberg, K. (2008). Public Deliberation goes On-line? *Javnost - The Public*, 15(1), 71-89. <https://doi.org/10.1080/13183222.2008.11008965>
- Temkin, B. & Flores-Ivich, G. (2013). Exposición a medios de comunicación y participación electoral. En G. Meixueiro & A. Moreno (Eds.), *El Comportamiento Electoral Mexicano en las Elecciones de 2012* (pp. 229-264). ITAM, CESOP.
- Torres, C., Cuevas, O., Angulo, J. & Lagunes, A. (2020). Incidencia y frecuencia de la participación en línea de estudiantes universitarios mexicanos. El caso de la Universidad Veracruzana. *Formación Universitaria*, 13(1), 71-82. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000100071>
- Vaast, E., Safadi, H., Lapointe, L. & Negoita, B. (2017). Social media affordances for connective action: an examination of microblogging use during the Gulf of Mexico oil spill. *MIS Quarterly*, 41(4), 1179-1206. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41.4.08>
- Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Zhang, W. & Pérez Tornero, J. M. (2022). Theorizing platformization from the perspective of the connection between mobile journalism and political participation. *Communication & Society*, 35(3), 173-190. <https://doi.org/10.15581/003.35.3.173-190>

Zires, M. (2014). Violencia, redes sociales y procesos de subjetivación política: El caso de #verfollow en Veracruz, México. *Argumentos*, 27(75), 119-144. <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/165>

SEMBLANZAS

Martín Echeverría, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Investigador del Centro de Estudios en Comunicación Política, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Sistema Nacional de Investigadores, Nivel II. Co director de la Sección de Comunicación Política de la IAMCR. Sus últimos libros: *Political Entertainment in a Post-Authoritarian Democracy: Humor and the Mexican Media* (Routledge, 2023), y *Decidir en la era de la (des)información. Comunicación política y elecciones* (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2023).

Adalid Bringas Ramírez, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Maestra en Opinión pública y Marketing Político por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Asesoró en temas de marketing político e imagen a la candidatura independiente conformada por la A.C. VAMOS en el 2018 en la ciudad de Puebla. Ha participado como editora en la creación de manuales de campaña política para IEXE Universidad. Actualmente desarrolla planes de estudio para la creación de nuevas instituciones educativas de nivel superior y posgrados.

Alejandra Rodríguez-Estrada, Universidad Autónoma de Baja California

Doctora en Ciencias Sociales por el Tecnológico de Monterrey (Campus Monterrey), realizó estancia posdoctoral (CONAH-CYT) dentro de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Ha recibido el nombramiento del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores Nivel I. Desde 2009 ha impartido cursos de licenciatura y posgrado en distintas universidades de prestigio del país. Se interesa en temáticas relacionadas con la sociología de la ciencia, educación para la recepción crítica de medios, procesos de ciudadanía, socialización política y participación política sobre todo en nuevos medios.