

Procesos de digitalización, seguimiento de la información política y cambios en la cultura política de América Latina

Digitization processes, monitoring of political information and changes in political culture in Latin America

Processos de digitalização, monitoramento de informações políticas e mudanças na cultura política na América Latina

**Razón
y Palabra**

e-ISSN: 1605 -4806

VOL 26 N° 115 septiembre - diciembre 2022 Monográfico pp. 152-172

Recibido 12-07-2022 Aprobado 14-12-2022

Ángel Cazorla Martín

Universidad de Granada

acazorla@ugr.es

Marina Rebollo Merino

Universidad de Granada

marinarebollo@correo.ugr.es

Marc Jarque Gibert

Universidad de Valencia

markiuscb@correo.ugr.com

Resumen

El presente trabajo analiza los procesos de digitalización en América Latina a lo largo de los últimos años, al mismo tiempo que su relación con los cambios en las dinámicas de seguimiento de la información y participación política. En primer lugar se realiza una caracterización de los cambios en la cultura política de la región, teniendo en cuenta tanto sus factores estructurales como condicionantes subjetivos y cognitivos, prestando especial atención a la confianza y satisfacción política e institucional. En segundo lugar se presenta el estado de la cuestión sobre los medios de comunicación en la región y su relación con la cultura política para así profundizar en algunas de las dinámicas de participación política ciudadana y sus cambios a partir de los nuevos medios digitales. Posteriormente se analizan los resultados del trabajo de campo, obtenidos a

partir de la recopilación de datos de sucesivas oleadas del Latinobarómetro¹. En relación a los procesos de digitalización y al uso de medios digitales para la información política, los resultados muestran el gran avance que ha tenido la región, al mismo tiempo que pone de manifiesto las grandes diferencias entre países, encontrando como principal variable explicativa el desarrollo económico. En cuanto a la relación entre los componentes de cultura política tenidos en cuenta y el uso de medios digitales para la información política, los resultados muestran el papel que tanto la confianza institucional como la satisfacción democrática juegan en el uso político de medios digitales.

Palabras clave: Comunicación política, medios digitales, Internet y redes sociales, cultura política, América Latina.

Abstract

This paper analyzes the digitization processes in Latin America over the last few years, as well as its relationship with the changes in the dynamics of information monitoring and political participation. First, a characterization of the changes in the political culture of the region is carried out, taking into account both its structural factors and subjective and cognitive conditioning factors, paying special attention to political and institutional trust and satisfaction. Second, the state of the art about the media in the region and its relationship with political culture are presented in order to deepen some of the dynamics of citizen political participation and its changes based on the new digital media. Subsequently, the results of the field work, obtained from the data collection of successive waves of the Latinobarometer, are analyzed.

In relation to the digitization processes and the use of digital media for political information, the results show the great progress that the region has made, at the same time that they highlight the great differences between countries, finding development as the main explanatory variable. economic. Regarding the relationship between the components of political culture taken into account and the use of digital media for political information, the results show the role that both institutional trust and democratic satisfaction play in the political use of digital media.

Keywords: Political communication, digital media, Internet and social networks, political culture, Latin America.

1 Se ha realizado el análisis de las series del Latinobarómetro en las cuales se indaga al respecto del seguimiento de la información política a través de medios digitales, Internet y Redes Sociales. La última oleada del Latinobarómetro (referente al año 2020 y publicada en noviembre de 2021) ha eliminado las variables referidas a esta cuestión, condicionando por ello el fin de la serie al año 2018.

Resumo

Este artigo analisa os processos de digitalização na América Latina nos últimos anos, bem como sua relação com as mudanças na dinâmica de monitoramento da informação e participação política. Em primeiro lugar, realiza-se uma caracterização das mudanças na cultura política da região, tendo em conta tanto os seus fatores estruturais como os condicionantes subjetivos e cognitivos, dando especial atenção à confiança e satisfação política e institucional. Em segundo lugar, o estado da arte sobre a mídia na região e sua relação com a cultura política são apresentados a fim de aprofundar algumas das dinâmicas da participação política do cidadão e suas mudanças com base nas novas mídias digitais. Posteriormente, são analisados os resultados do trabalho de campo, obtidos a partir da coleta de dados de ondas sucessivas do Latinobarômetro.

Em relação aos processos de digitalização e ao uso dos meios digitais para informação política, os resultados mostram os grandes avanços que a região tem feito, ao mesmo tempo em que destacam as grandes diferenças entre os países, tendo o desenvolvimento como principal variável explicativa. No que diz respeito à relação entre os componentes da cultura política considerados e o uso das mídias digitais para informação política, os resultados mostram o papel que tanto a confiança institucional quanto a satisfação democrática desempenham no uso político das mídias digitais.

Palavras chave: Comunicação política, mídia digital, Internet e redes sociais, cultura política, América Latina.

Introducción

La expansión de la industria de las telecomunicaciones y tecnologías de la información han renovado completamente lo que entendemos por comunicación política, proceso que tradicionalmente se ha dado desde los medios de comunicación de masas como espacio mediático privilegiado para la formación de la opinión pública. No obstante, con la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación el panorama ha cambiado radicalmente, dando lugar a una renovación en los procesos de comunicación política y de acción colectiva. Los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los nuevos medios digitales, influyen inevitablemente en todas las áreas de la vida social. Ahora bien, para poder comprender mejor la manera en cómo estos afectan a las actitudes, expectativas y comportamiento de todos los actores en sociedad, debemos preguntarnos qué caracteriza a la industria mediática en un contexto determinado, en este caso, América Latina, en qué contexto social, político y cultural se desenvuelve la industria mediática en la región y cómo afecta ese contexto a la cultura política del país y al uso que hacen los actores de ese espacio mediático.

Para responder a estas preguntas debemos considerar la complejidad de rasgos que caracterizan la realidad regional objeto de estudio. Cuando hablamos de las caracte-

rísticas de un sistema político concreto, es necesario tener en cuenta cómo percibe la ciudadanía el funcionamiento del mismo, cuánto confían en sus instituciones y cuál es su comportamiento político dentro de él. Esto es, las actitudes, percepciones, expectativas, valores y comportamiento que la sociedad civil tiene hacia su sistema político, sus instituciones y actores. Estos elementos, en los que intervienen factores tanto de índole objetivo como subjetivo, permiten conocer en mejor profundidad la cultura política de una determinada sociedad (Millán la Rivera, 2008).

Las características y el contexto propio de la región latinoamericana han llevado a que, en lugar de hablar de una sola cultura política, se hable de varias, señalando así lo diverso, lo pluricultural y lo divergente como principales rasgos de la región. Esto viene a llamar la atención sobre la coexistencia y síntesis, a veces contradictoria, de numerosas configuraciones socio-políticas, actitudes, valores y expectativas que caracterizan a los distintos grupos sociales y sujetos políticos tanto en la región como dentro de un mismo país (Millán la Rivera, 2008), dando lugar a una pluralidad de realidades socio-políticas diferenciadas, cada una con sus propios discursos y significados.

Marco referencial

Cambios en la cultura política y en la participación política de América Latina.

Para profundizar en los rasgos de la cultura política latinoamericana es necesario tener en cuenta también ciertos factores estructurales que afectan el comportamiento de los ciudadanos en la vida política y en la sociedad en general.

América Latina es, según datos de la CEPAL (2018), la región más desigual del mundo, caracterizada así por la asimetría en los procesos económicos, políticos y sociales, los cuáles inevitablemente conllevan de igual modo a la inequidad en el acceso a la conectividad y a los medios digitales. No obstante, y como consecuencia de esto, se vienen dando en los últimos años una serie de transformaciones sociopolíticas y culturales que dejan vislumbrar el surgimiento de nuevos actores sociales y culturales que intentan superar las deficiencias de desigualdad a partir de una lógica cultural identitaria propia opuesta a la hegemónica.

En este sentido, al hablar de cambio cultural en América Latina, tenemos que tener en cuenta tanto los efectos del proceso globalizador –especialmente contradictorios en la región- como los cambios en sus dinámicas y procesos internos. Algunas de las transformaciones que han tenido y tienen lugar, y que afectan a las culturas políticas regionales son, siguiendo a Sardiñas Iglesias (2020): el rápido proceso de urbanización que hace sus estragos en los modos de vida campesina e indígena, el debilitamiento de estructuras tradicionales del Estado como consecuencia de la globalización, el progresivo cuestionamiento a cosmovisiones hegemónicas tales como el patriarcado y el modelo neoliberal y la introducción de las tecnologías de la información y comunicación con todos los cambios en los patrones comunicacionales y simbólicos que estas conllevan. Al mismo tiempo, la dinámica globalizadora amenaza en cierto modo la amenaza a la diversidad

y heterogeneidad cultural propia de la región, de sus localismos (Pineda Valera, 2006). Es por esto que al carácter de las luchas de resistencia que están teniendo lugar resalta la importancia de las identidades culturales para el propio reconocimiento y afirmación de las mismas. Esta irrupción de la lucha cultural en la reivindicación política de los movimientos sociales en la región supone una transformación de la propia cultura política regional al introducir una epistemología contra hegemónica contraria a la lógica neoliberal globalizadora y a la racionalidad occidental.

Kaltmeier (2019) llama la atención sobre un proceso que se está dando en la región actualmente y al que él ha denominado “refeudalización”. A rasgos muy generales, a partir de este proceso encontramos una estructura social cada vez más polarizada, la intromisión de la élite económica y la aristocracia monetaria en el poder político (Kaltmeier, 2019). Del mismo modo, encontramos otras investigaciones que parecen concordar en que un proceso de autocratización está teniendo lugar en la región latinoamericana (LAPOP, 2018).

Este proceso de refeudalización amenaza todos los avances de corte democrático que se consiguieron durante la etapa de gobiernos más progresistas en la región –lo que se conoce como la “marea rosa” latinoamericana”-durante la primera década del siglo XXI en materia de reconocimiento de la pluriculturalidad y de inclusión de aquellos grupos que normalmente eran excluidos de la escena política y participativa. Sin embargo, y al margen de estos avances en la esfera social y política, Assusa & Kessler (2021) señalan como la estructura jerárquica de clases en la región se vio poco modificada debido a la falta de medidas verdaderamente redistributivas en esferas importantes como la productiva y fiscal. La desigualdad de ingresos sigue siendo así especialmente acusada entre los ciudadanos de un mismo país y entre los distintos países de América Latina, desigualdad que se ve doblemente acentuada por la fuerte presencia en la región de discriminación por razones de raza, género y área geográfica (Muñoz-Pogossian, 2018).

Estas asimetrías en la estructura social y económica se reproducen también en la esfera política y en las posibilidades de participación política; es decir, no todo el mundo encuentra las mismas oportunidades de acceder al sistema político y de participar en él, dándose así un gran déficit en los criterios de representatividad del sistema político. (Muñoz-Pogossian, 2018). Y por supuesto, esto también se reproduce en la ya destacada inequidad a la hora de acceder a las tecnologías de la información y comunicación.

Los más afectados por este viraje hacia la derecha, por los procesos de exclusión y por la entrada de la élite económica al poder político son los mismos que ahora se configuran como principales protagonistas de los movimientos sociales de lucha y resistencia frente a la cultura política dominante en favor de una realmente enfocada en lo diverso, en la multiculturalidad y en el reconocimiento de todas las identidades socio-políticas y culturales que coexisten en la región : los movimientos indígenas, afrodescendientes, feministas y populares (Sardiñas Iglesias, 2020).

La entrada de la élite económica al poder político y la imposición de sus intereses sobre el mismo sistema, excluye cada vez más a la ciudadanía de los procesos de ne-

gociación política, así como limita el acceso a determinados canales de comunicación, copados por estas élites y que deberían tener lugar en la esfera pública. Ahora bien, este fenómeno de apropiación del sector político por parte del mercado necesita de una cierta legitimación, y es aquí donde una vez más los medios de comunicación juegan un papel protagonista. Debido al alcance de estos y de las nuevas tecnologías de la información, resulta fundamental para esta élite económica su control sobre los mismos, para así ejercer influencia en el escenario mediático, y por tanto, en la opinión pública, intentando legitimar así su posición en el sistema político. De este modo la sociedad civil y los distintos actores sociales se convierten en sujetos de manipulación de los medios (Kaltmeier, 2019), a la vez que han introducido lo comunicacional como un pilar fundamental para su acción política (Gómez de la Torre, 2012), aprovechando así la potencialidad de los medios digitales para la información, la comunicación, la organización, la participación y la movilización.

Sociedad civil y cultura política: confianza y participación ciudadana

Si damos por supuesto este proceso de refeudalización, ¿cómo esperamos que sean las percepciones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos hacia y dentro de su sistema político. Para profundizar en la cultura política de una determinada sociedad y de sus ciudadanos, encontramos que tanto la confianza que los ciudadanos depositan en su sistema político como los niveles de participación política de los mismos dentro de él, son buenos indicadores para adentrarnos en la materia (Rivera, 2019).

Se entiende que cuánto más confianza tengan los individuos en su sistema político, mejor valorarán su funcionamiento, y por tanto, más querrán participar activamente en él. Además, para que los ciudadanos de una sociedad confíen en las instituciones políticas de su país, estos deben percibir que las mismas operan sin irregularidades y sin sesgos. Así, las sociedades latinoamericanas, al igual que muchas otras, atraviesan lo que se ha venido a llamar como “fatiga de la democracia”, fenómeno que se da en gran parte por el auge y rápida implantación de las nuevas tecnologías de la comunicación e información. Y es que estas, si bien dan lugar a nuevas formas de participación en la vida política de la sociedad y de resistencia mediática, también pueden facilitar la polarización y tensión entre los distintos actores sociales y políticos (Alcántara, 2021).

No obstante, en el caso de América Latina, las condiciones objetivas de desigualdad y asimetría juegan también un papel importante en el descontento, la desconfianza y la creciente pérdida de legitimidad que actualmente atraviesan las instituciones políticas de la región. La ciudadanía percibe la inequidad con la que son distribuidos los bienes económicos, políticos y sociales en sus países y responsabiliza a las instituciones políticas estatales, de ahí la creciente falta de apoyo a estas instituciones en los últimos años y el descenso en los niveles de satisfacción con la democracia y el sistema político. Así, se encuentra que cuanto mayor es la desigualdad percibida, mayor será la desconfianza o la falta de apoyo hacia el sistema político y sus instituciones.

Tanto la satisfacción con la democracia como la confianza en las distintas instituciones del sistema político presentan sus niveles más bajos en comparación a una década anterior (LAPOP, 2018). No obstante, tenemos que tener en cuenta una vez más las diferencias contextuales entre los países de la región, ya que la diferencia porcentual entre los indicadores de satisfacción y confianza suelen variar significativamente: mientras que Uruguay y Costa Rica presentan en la mayoría de ocasiones los niveles más altos de satisfacción y confianza, en el extremo opuesto encontramos también con la misma frecuencia a países como Bolivia y Honduras, tal y como se comentará más adelante en el análisis de resultados.

Sin embargo, a rasgos generales y teniendo en cuenta el país promedio, es indudable que todos los indicadores de apoyo y confianza hacia el sistema político en América Latina han sufrido una caída considerable: la confianza en los partidos, en el Congreso, en el ejecutivo y en las elecciones presentan su cifra más baja desde 2004 (LAPOP, 2018).

Ahora bien, que nos encontremos con unos niveles bajos de confianza política no significa necesariamente que haya una menor participación de la sociedad civil en la vida política de su sociedad. Por el contrario, se ha dado un auge de nuevas formas de acción política que se alejan de la vía convencional y configuran nuevas dinámicas de participación política, las cuáles son cada vez más relevantes en la región como reflejo de una nueva subjetividad política y donde el acceso a los medios digitales se convierte en uno de los principales componentes explicativos.

Cultura política y medios de comunicación en América Latina

El impacto tan significativo que tiene la industria mediática sobre la cultura política de un país se explica por el poder institucionalizado que tienen los medios de comunicación para producir y transmitir contenido simbólico (Salzman, 2015). Los medios se convierten así en un potente agente socializador y en el espacio público ideal desde el que influir en la opinión pública. Y, por tanto, en el comportamiento político y actitudes de los ciudadanos.

Debido a esto, los medios de comunicación deben cumplir una serie de condiciones que en último término vengán a garantizar su desempeño en función del interés público colectivo, al mismo tiempo que deben ser objetivos en cuanto al gobierno y su gestión, lo que incluye en cierto modo una labor de vigilancia (Echeverría y Bañuelos, 2016). Esto es, deben también transmitir cuando el gobierno hace uso de su poder para fines ilegítimos.

Los medios de comunicación deben cumplir así tanto un criterio de diversidad como de objetividad con la intención de asegurar que todos los actores sociales y políticos estén representados en el escenario mediático. Esto significa que las facciones de oposición políticas y cívicas al gobierno deben estar incluidas en este espacio de opinión pública y asegurar la no manipulación de sus discursos (Echeverría Victoria & Bañuelos-Ramírez, 2016). Ahora bien, y en lo que respecta a nuestra realidad objeto de estudio, ¿qué caracteriza a los medios de comunicación en América Latina?

En la región latinoamericana, al igual que en muchas otras, las industrias de la cultura se han regido por la lógica capitalista de máxima ganancia, lo que en último término supone que la elección de aquello que se produce y se transmite a través de los medios no responde necesariamente a intereses públicos. Esta privatización de los medios de comunicación se explica por las políticas neoliberales, y en el caso de América Latina, estas políticas neoliberales privatizadoras estuvieron muy condicionadas – o impuestas – por EEUU, especialmente en el área de las telecomunicaciones (Toussaint, 2017). Así, la historia de los medios de comunicación en la región parece haber estado poco caracterizada por los criterios de objetividad y diversidad y más por el clientelismo mediático, el control corporativo y la utilización de los medios como instrumento de invisibilización de ciertos sectores sociales.

De este modo, podemos afirmar que la industria mediática en la región latinoamericana se caracterizaría históricamente: (1) por su sujeción al Estado, el cual hace uso de ellos según intereses particulares y (2) por su sujeción al mercado y a los intereses lucrativos y comerciales (Becerra, 2014). Es decir, encontramos una fuerte concentración de la propiedad de la industria, su sujeción a los intereses de las elites, ya sean económicas o políticas y una oferta cultural muy limitada y sesgada. La sociedad civil pasa a ser considerada cliente, ya sea comercial o político. Al mismo tiempo, este carácter clientelista de los medios se ha intentado legitimar con un discurso de neutralidad e imparcialidad (Becerra, 2014), cuando en la práctica la realidad era otra muy distinta.

Estos medios encarnan lo que se ha denominado “dispositivo mediático de gubernamentalización” (Salazar, 2018), que a rasgos generales viene a señalar la existencia de una red de poder global que ejerce una función de control sobre la ciudadanía, y que si bien es sutil, en último término lo que pretende es conducir y modular el comportamiento y las acciones de la sociedad a partir de representar y emitir ciertos discursos, tecnologías, epistemes, prácticas y racionalidades (Salazar, 2018). Por tanto, influye inevitablemente en la manera en la que nos comportamos políticamente. La industria mediática no está interesada así en mostrar otras realidades sociales que puedan llevar a algún tipo de transformación socio-cultural que atente contra el orden vigente. Rara vez los medios tradicionales dan voz de una manera verdaderamente representativa a colectivos sociales de oposición o considerados subalternos, ya que si aparecen en estos medios, normalmente es de manera fortuita, tergiversada o anecdótica (Salazar, 2018).

Con esta caracterización de la industria mediática en América Latina y el reconocimiento del poder que tienen los medios de comunicación en la formación de opinión pública y su influencia en el comportamiento político de los ciudadanos, cabe preguntarnos como afecta el consumo de estos medios a las actitudes y el comportamiento de los ciudadanos. ¿Son movilizados para la acción política o por el contrario desmotivan la participación ciudadana? ¿Influyen en el tipo de acción política elegida por la ciudadanía?

El contexto regional de América Latina muestra como el consumo de noticias a través de los medios incrementa en general las posibilidades de participación política (Salz-

man (2015). No obstante, se encuentra una excepción relevante en relación al consumo de noticias a través de Internet (LAPOP, 2018). Los usuarios de redes sociales muestran un mayor nivel de tolerancia política y de apoyo al sistema democrático que aquellos que no son usuarios o las usan con muy poca frecuencia. Sin embargo, al mismo tiempo, también presentan unos niveles de confianza y de satisfacción instituciones más bajos que aquellos que no hacen un uso activo de las redes sociales.

Del mismo modo, es preciso señalar como en los últimos años se han impulsado ciertas regulaciones en algunos países de la región, con la intención de establecer medios de carácter público que no estén sujetos ni al gobierno ni al mercado para así garantizar el reconocimiento mediático de todos los sectores sociales de la población, incluidos aquellos actores más críticos con el desempeño político del gobierno. Un ejemplo de esto es la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina. Una de las causas de este auge de regulaciones en los países de la región en relación a las industrias mediáticas es la propia convergencia tecnológica, la cual presiona a los medios tradicionales de masas a actualizarse (Becerra, 2015). Hay así número muy significativo de actores que no se encuentran satisfechos con la producción de contenidos que se transmiten en los medios, abogando por un escenario informacional y comunicacional más abierto, diverso, libre, democrático y participativo (Toussaint, 2017) que no invisibilice otras realidades sociales, culturales políticas. en la esfera pública.

Redes sociales y comunicación política

Por último, todo poder conlleva un contrapoder y esta pugna se decide en el espacio de los medios de comunicación. Castells (2015) menciona que para que emerja un movimiento social o una acción colectiva de contrapoder en la red son necesarias varias condiciones. En primer lugar, una identidad compartida, haciendo referencia a la construcción de significados a partir de ciertos atributos culturales compartidos. No obstante, esta identidad, en la actualidad, se da desde el plano comunicativo de internet y de las redes sociales, no tanto desde un territorio. Ahora bien, esta no puede por sí sola llevar a la movilización de los actores sociales en la red, sino que se hace necesario también que estos tengan unos objetivos compartidos y por tanto unos reclamos también compartidos y específicos, los cuáles se exponen en las redes sociales como plataforma clave para la comunicación entre estos actores, de ahí la importancia de la extensión de los procesos de digitalización y acceso a redes sociales como precondition para esta “democracia virtual”.

Un siguiente paso nos llevaría a identificar cuáles son las identidades políticas que se desarrollan dentro de estas redes y cuáles son los significados que configuran estas prácticas políticas digitales (Salazar Rendón, 2018).

Algunas de las conclusiones que podemos avanzar a partir de diversos estudios de caso (Alvarado & Luzuriaga, 2019; Salazar Rendón, 2018) sobre el comportamiento y estrategias políticas de comunicación de los ciudadanos en las redes sociales (Facebook y

Twitter) son las siguientes: el uso considerable de la sátira política como modo de participación en el debate político y de crítica hacia los dirigentes políticos, especialmente a partir del meme; las redes sociales se convierten en importantes instrumentos de crítica contra los gobiernos y se detecta una gran originalidad y creatividad de los usuarios a la hora de exponer sus discursos o críticas políticas al mismo tiempo que se comprueban los altos niveles de interacción entre los mismos a través de las herramientas que ofrecen las plataformas (Alvarado & Luzuriaga, 2019).

Si los medios de comunicación tradicionales construyen discursos, significados y cosmovisiones hegemónicas, que se señala además siguen una lógica capitalista y colonial (Salazar, 2018), es inevitable que surjan también colectivos contrahegemónicos de resistencia mediática. Y es aquí donde cobra protagonismo el papel de las plataformas y de las redes sociales. Así, las redes sociales se han convertido en un nuevo espacio de opinión pública en el que todo el mundo tiene la misma posibilidad técnica de participar (Cazorla Martín, Jarque Gibert & Rebollo Merino, 2021) y dónde la dinámica comunicacional tiene el verdadero potencial de ser horizontal y democrática. Esta cultura alterna de resistencia que se canaliza a través de las plataformas de redes sociales alberga numerosas subjetividades tanto individuales como colectivas en la región, cuya acción colectiva y participativa parte de la cotidianidad, característica propia de la tradición latinoamericana que desborda las formas convencionales de “hacer política”. Esa apropiación que hacen los sujetos de las tecnologías de la información muestra como han surgido actores regionales con una nueva subjetividad política que renuevan la acción colectiva local a partir de estrategias comunicativas y participativas en los medios digitales (Sierra Caballero & Gravante, 2016). En consecuencia, se hacen visibles finalmente realidades que habían sido excluidas del panorama mediático y comunicacional de los medios.

De igual modo, los actores otorgan significado al espacio mediático de los medios de los que se apropian, en este caso los digitales, a partir de su identidad y su propia cultura política (Sierra Caballero & Gravante, 2016). En este sentido, los usuarios no solo utilizan los medios con fines utilitarios, sino que cargan de sentido a las interacciones que se dan dentro del espacio mediático, reinventando el espacio digital en sí e influyendo en la reconfiguración de su propia cultura política. Si entendemos esta relación, vemos que los nuevos medios digitales, y más concretamente las redes sociales, suponen el surgimiento de nuevas expresiones políticas y nuevos actores sociales con dinámicas propias de este siglo (Velasco, 2013).

Objetivos

Partiendo de la interconexión entre componentes estructurales, culturales, políticos y de comunicación nos proponemos:

- Analizar la relación entre cultura política y desarrollo político, económico e institucional en América Latina, así como las diferencias entre países y áreas geográficas.

- Trazar la relación que se establece entre estas tipologías de países y la participación política a través de medios digitales y RRSS en América Latina.

Metodología

En el presente trabajo hemos optado por el análisis individual de datos, utilizando para ello la información de las sucesivas oleadas del Latinobarómetro², en concreto las oleadas correspondientes a los años 2008 a 2018. Para dar respuesta a los objetivos de nuestra investigación, hemos realizado el análisis evolutivo de algunas variables relacionadas con la cultura política, tales como los elementos cognitivos afectivos y evaluativos de tipo político (en concreto, el interés por la información política, los sentimientos políticos y la valoración y satisfacción con la democracia)

De igual modo, se ha realizado un seguimiento de la información política a través de Internet para el total de la región, a la vez que, en una segunda fase hemos analizado de manera comparada el seguimiento de la información política a través de redes sociales, en concreto a través de las tres más usuales, Facebook, Twitter y Youtube, primero para América Latina y, posteriormente, para cada uno de los países en la edición de 2018, la última en la que se recogían datos relativos al seguimiento de información política a través de estos medios.

Por último, hemos agrupado los países por áreas geográficas³, con el objetivo de realizar un análisis de componentes principales en el cual interrelacionar los componentes de cultura política y el uso de medios digitales para cada una de las zonas. En este último caso el análisis se ha realizado exclusivamente para la edición del Latinobarómetro correspondiente al año 2018.

Hallazgos

1.- Procesos de digitalización en América Latina

El uso de los nuevos medios digitales y de las tecnologías de la comunicación por parte de la sociedad civil en América Latina se encuadra dentro de la lucha por la visibilidad en un sistema mediático que ofrece una realidad limitada, sesgada y que ha estado sujeto más a intereses lucrativos o de poder antes que al interés público. Las plataformas de redes sociales constituyen así un lugar de resistencia y de lucha mediática para los

2 Latinobarómetro es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 20.000 entrevistas en 18 países de América Latina, representando a más de 600 millones de habitantes. Su banco de datos comienza en 1995, siendo su última publicación el latinobarómetro correspondiente al año 2020. Como se ha explicado con antelación, en esta última edición de 2020 se han suprimido las preguntas relativas a seguimiento de información política y participación política a través de Internet y Redes Sociales.

3 Con el objeto de analizar las características culturales y el seguimiento de la información política a través de medios digitales y redes sociales se han recodificado el total de 18 países que forman parte de la muestra del Latinobarómetro en tres zonas:

1.- Países del Cono Sur: Argentina, Uruguay, Chile, Brasil y Paraguay

2.- Países Andinos: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela

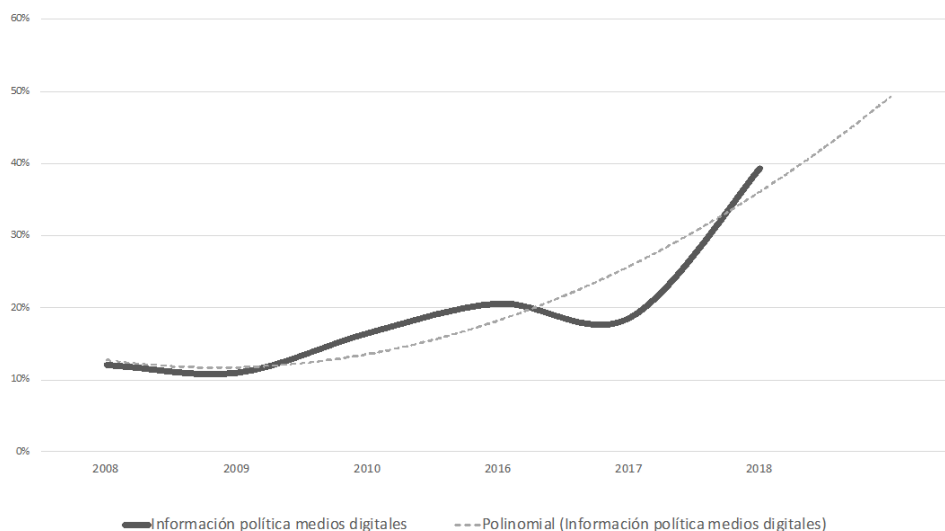
3.- Países de América central: México, Costa Rica, Rep. Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

actores y/o colectivos sociales frente a los medios de comunicación tradicionales y lo relevante de esta convergencia tecnológica es la apropiación que de las nuevas tecnologías hacen los movimientos sociales ciudadanos (Sierra Caballero & Gravante, 2016).

El análisis de los datos del uso de los medios electrónicos, Internet y redes sociales para la información ciudadana en temas políticos, para el caso de América Latina, se evidencia un enorme crecimiento en los últimos diez años. Si comparamos los datos evolutivos de 2008 a 2018 observamos como su uso se ha cuadruplicado (Gráfico 1), existiendo una distancia de 27'3 puntos porcentuales entre ambos años, pasando de un 12'1% en 2008 a un 39'4% en 2018.

Entendemos que el uso de plataformas digitales como medio de información y de comunicación coincide inevitablemente con el avance que ha tenido la región en lo que respecta al acceso a Internet y las infraestructuras tecnológicas de comunicación, a lo que también hay que añadir que, en América Latina, la tecnología móvil, desde sus comienzos, ha tenido una mayor penetración que la tecnología de Internet para otros dispositivos estáticos (Amado & Tarullo, 2015).

Gráfico 1. Evolución del uso de Internet y medios electrónicos para informarse sobre política (América Latina, periodo 2008-2018)



Fuente: Latinobarómetro, oleadas 2008 a 2018

La segunda idea tiene que ver con el evidente aumento en la preferencia de la población latinoamericana por el uso de medios digitales para mantenerse informado en asuntos políticos. Al mismo tiempo, esta coincide con las teorías expuestas respecto a los cambios en los patrones culturales, y en las formas de comunicarse e informarse dentro de la sociedad digital (Castells, 2008). Los medios de comunicación de masas tradicionales, si bien siguen teniendo un gran peso, especialmente la televisión, están perdiendo su

protagonismo como único espacio de comunicación y de opinión pública. Ahora bien, la utilización de Internet y de medios digitales para acceder a la información sobre asuntos políticos no tiene la misma intensidad en todos los países de la región. En este sentido, se presentan realidades diferenciadas que, a su vez, pueden ser explicadas por distintos factores, siendo el principal el desarrollo económico de estos países (Tabla 1).

Tabla 1. Evolución del uso de Internet y medios electrónicos para 18 países de América Latina en el periodo 2008-2018

	2008	2009	2010	2016	2017	2018	Incremento 2008-2018
Rep. Dominicana	13,3%	11,2%	17,7%	15,7%	13,9%	72,1%	58,8%
Costa Rica	9,6%	12,8%	17,0%	17,2%	13,2%	63,1%	53,5%
Guatemala	6,7%	5,9%	7,1%	12,4%	10,5%	54,7%	48,0%
Chile	19,4%	14,0%	20,2%	27,9%	29,4%	43,5%	24,1%
El Salvador	17,7%	13,5%	12,0%	9,9%	9,5%	43,5%	25,8%
Argentina	18,7%	20,3%	29,0%	27,3%	28,6%	41,7%	23,0%
Panamá	11,0%	9,9%	13,4%	8,8%	7,9%	41,4%	30,4%
Colombia	20,7%	15,3%	20,6%	23,8%	25,6%	40,8%	20,1%
Brasil	17,9%	19,6%	17,7%	24,7%	24,2%	39,8%	21,8%
Honduras	9,6%	7,7%	9,3%	8,6%	9,7%	39,1%	29,5%
Venezuela	25,9%	16,7%	18,8%	27,3%	26,2%	39,1%	13,2%
Ecuador	6,8%	9,2%	10,3%	24,6%	24,4%	34,7%	27,9%
Perú	15,3%	17,1%	16,4%	18,5%	26,8%	33,3%	18,1%
Uruguay	12,8%	14,5%	22,7%	25,1%	21,4%	32,4%	19,6%
México	13,8%	11,8%	16,3%	31,0%	19,3%	31,8%	18,0%
Nicaragua	5,1%	4,7%	8,5%	5,9%	7,8%	28,4%	23,3%
Paraguay	7,0%	4,9%	11,5%	32,1%	14,0%	22,8%	15,8%
Bolivia	10,3%	8,9%	10,8%	19,9%	12,4%	17,3%	7,0%
Total América Latina	12,1%	11,0%	16,5%	20,6%	18,6%	39,4%	27,3%

Fuente: Latinobarómetro, oleadas 2008 a 2018

El incremento en el uso de Internet para la búsqueda de información política es así evidente en todos los países, produciéndose un avance espectacular entre los años 2017-2018. No obstante, se observan variaciones significativas entre los países de la región:

En primer lugar, vamos a ofrecer una clasificación que permita observar las diferencias entre países según el porcentaje de uso que hacen de los medios: aquellos que se encuentran por debajo de 35 puntos porcentuales, los que están entre los 35 y los 50 puntos porcentuales, y aquellos que superan este porcentaje. Esta clasificación porcentual se ha hecho de acuerdo a los criterios de digitalización presentados por la CEPAL.⁴

Así, tenemos que entre aquellos países que hacen un menor uso de las plataformas digitales para informarse sobre asuntos políticos se encuentran Bolivia, Paraguay, Nicaragua, México, Uruguay, Perú y Ecuador. En el segundo bloque, el intermedio,

⁴ Se considera digitalización avanzada cuando el índice de digitalización supera el 50%, digitalización transicional la que se sitúa entre el 35% y el 50%, y emergente entre el 20%

encontramos a Venezuela, Honduras, Brasil, Colombia, Panamá, Argentina, Chile y El Salvador. Por último, los países de la región que hacen un mayor uso de estos medios con objeto de informarse políticamente son Guatemala, Costa Rica y República Dominicana. El nivel de ingresos, tanto a nivel inter-regional como dentro de un mismo país parecen ser buenos indicadores para explicar estas diferencias. En Bolivia, por ejemplo, país con un bajo nivel de ingresos, ni en el quintil de la población con mayores ingresos el uso de Internet alcanza el 50%. Lo mismo ocurre con Honduras, donde tomando ahora como referencia también al quintil más pobre de la población, el uso de internet no llega al 5%. Por el contrario, en países como Brasil y Uruguay, que sí tienen un nivel de ingresos superior, si tomamos como referencia al quintil de la población con mayores de ingresos el uso de internet alcanza el 80% (UNESCO, 2017).

De hecho, la principal razón para no adoptar Internet sigue siendo económica, convirtiéndose el problema de la asequibilidad en la principal barrera para conectarse a Internet, como ya se mencionó anteriormente, aunque no la única. La ubicación geográfica de la población también es un factor determinante en el acceso y uso de Internet.

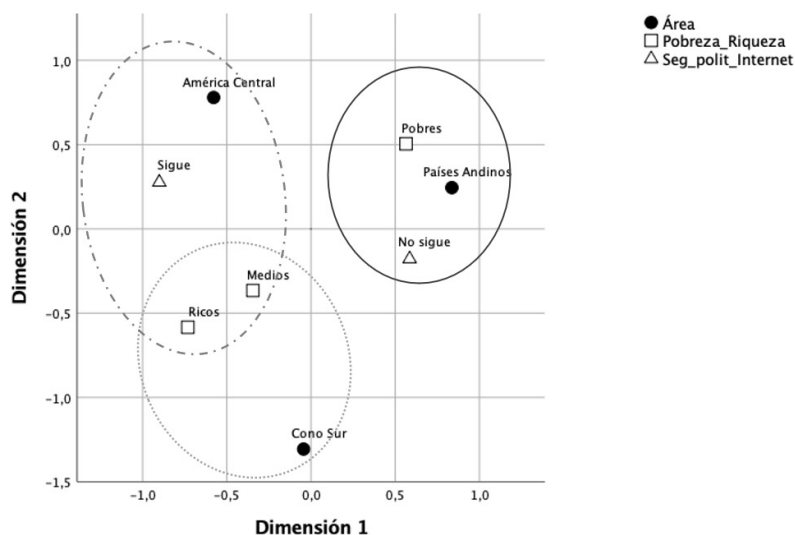
2.- Cultura política, participación y uso de medios digitales

Una vez delimitada la relación establecida entre digitalización y desarrollo económico nos interesa conocer si estas diferencias entre desarrollo, digitalización y uso de medios están relacionados con diferencias en los patrones de la cultura política de la ciudadanía de estos países. Con el objeto de facilitar el análisis comparado hemos agrupado los 18 países presentes en el Latinobarómetro por áreas geográficas, ateniéndonos a la clasificación más usual de Países de América Central y Caribe, Países Andinos y Países del Cono Sur.

En términos de análisis de la cultura política, vamos a focalizar en los componentes cognitivos, afectivos y evaluativos relacionados con la política, en tanto que se convierten en indicadores de alta robustez sobre las características definitorias de la cultura política de un territorio (Cazorla, 2017) y a este respecto debemos partir de la relación entre desarrollo material y uso de los medios digitales, a la vez que de la propia correlación entre digitalización, participación política y desarrollo material.

Como podemos observar (Gráfico 2), nos encontramos con una asociación significativa entre las variables desarrollo económico y seguimiento de información política a través de medios digitales, especialmente en las categorías relativas a “pertenecer a los estratos económicos más pobres” y “no utilizar Internet para la búsqueda de información política”. Esto se debe fundamentalmente a la propia incapacidad para acceder a las redes de conectividad digitales, las cuales son el requisito previo indispensable para cualquier uso que el ciudadano le pretenda dar a internet y las redes sociales, más que probablemente a factores relacionados con el interés político de la ciudadanía, el cual si está más relacionado con variables de la cultura política nacional.

Gráfico 2. Seguimiento de la información política a través de Internet y desarrollo material por zona



Fuente: Elaboración propia según datos del Latinobarómetro 2018.

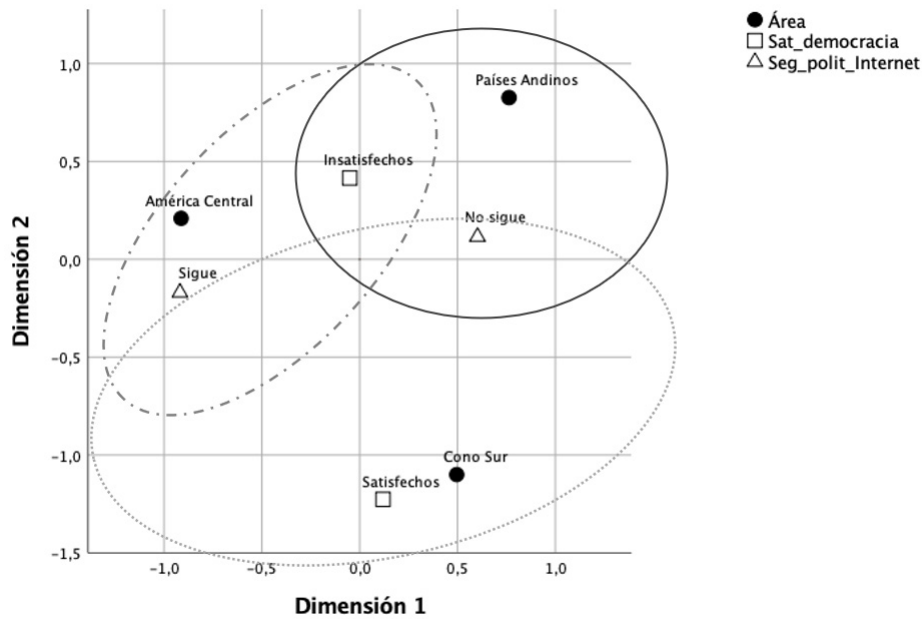
También observamos que los Países Andinos son los más cercanos a la categoría de pobreza, y por tanto, a no seguir información política en los medios digitales. En concreto, Bolivia presenta así tanto la cifra más baja de desarrollo económico, de acuerdo al indicador del PIB per cápita, y la cifra más baja de digitalización en la región. Nicaragua presenta datos similares al caso boliviano. En el otro extremo se encontraría Costa Rica, la cual presenta uno de los valores más altos en el PIB per cápita de la región y se encuentra en la segunda posición en el uso de Internet y plataformas digitales. Los indicadores de desarrollo económico se vuelven así fundamentales para explicar la diferencia en el uso de medios digitales para la información política entre los países de la región.

No obstante, hay que señalar también algunas excepciones que podrían explicarse a través de otros factores. Este sería el caso de Uruguay, el cuál a pesar de presentar el PIB per cápita más elevado de todos los países aquí analizados, al igual que uno de los coeficientes más bajos en la desigualdad de ingresos, se encuentra en el bloque inferior en cuanto a los procesos de digitalización regional. Aunque en este trabajo no se contempla, un indicador económico relevante que podría explicar esta asociación negativa sería el porcentaje del PIB que se destina anualmente a la financiación en el sector de las telecomunicaciones.

De igual modo, la asociación entre las variables “satisfacción con la democracia” y “el seguimiento de información política a través de medios digitales” se vuelve ligeramente más difusa y depende en mayor medida de la zona geográfica que tengamos en cuenta (Gráfico 3). Si nos detenemos en el caso de los Países Andinos vemos como estos están más cerca de presentar niveles más bajos de satisfacción con la democracia, al mis-

mo tiempo que utilizan en menor medida los medios digitales para buscar información política.

Gráfico 3. Seguimiento de la información política a través de Internet, satisfacción con la democracia por zona



Fuente: Elaboración propia según datos del Latinobarómetro 2018.

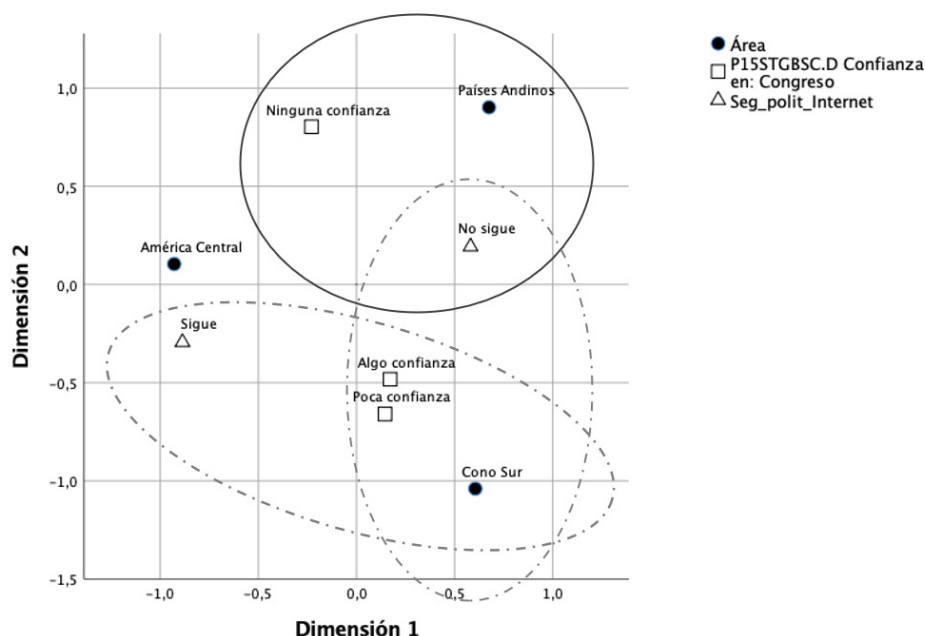
En el caso de América Central la relación se invierte, aunque la asociación es más baja; estos países presentan niveles también bajos de satisfacción política aunque en este caso también se encuentran más cerca del uso de Internet para la información política. No obstante, tal y como se ha presentado en el gráfico anterior, los países andinos se encuentran en el estrato más pobre en comparación con los otros grupos regionales, lo que vendría a explicar el poco seguimiento de información política en medios digitales al mismo tiempo que un nivel bajo de satisfacción con la democracia, al responsabilizar a las instituciones políticas de las deficiencias socioeconómicas nacionales.

Al mismo tiempo, en el caso de la asociación entre la insatisfacción con la democracia y el seguimiento político en Internet, recordamos que los usuarios de redes sociales que hacen más uso de ellas para la información y participación política suelen presentar niveles más bajos de satisfacción con la democracia y de confianza en sus instituciones (LAPOP, 2018), al mismo tiempo que presentan unos niveles de apoyo al sistema democrático en abstracto mayores que aquellos que no son usuarios de redes sociales.

Al respecto de la confianza institucional, podemos ver cómo los países Andinos siguen constituyéndose como aquellos que presentan tanto los niveles más bajos de satisfacción y confianza institucional como de seguimiento político en medios digitales (Gráfico 4). Así, en este caso encontramos una asociación positiva entre ambas variables.

Sin embargo, si nos fijamos en las categorías de respuesta “algo de confianza” y “poca confianza” en el congreso de su país, vemos como estas se encuentran ligeramente relacionadas tanto con seguir información política a través de Internet como de no seguirla a través de estos medios, aunque en el caso del no seguimiento de información política la correlación parece adquirir un valor más significativo.

Gráfico 4. Seguimiento de la información política a través de Internet, confianza en el congreso de su país y zona



Fuente: Elaboración propia según datos del Latinobarómetro 2018.

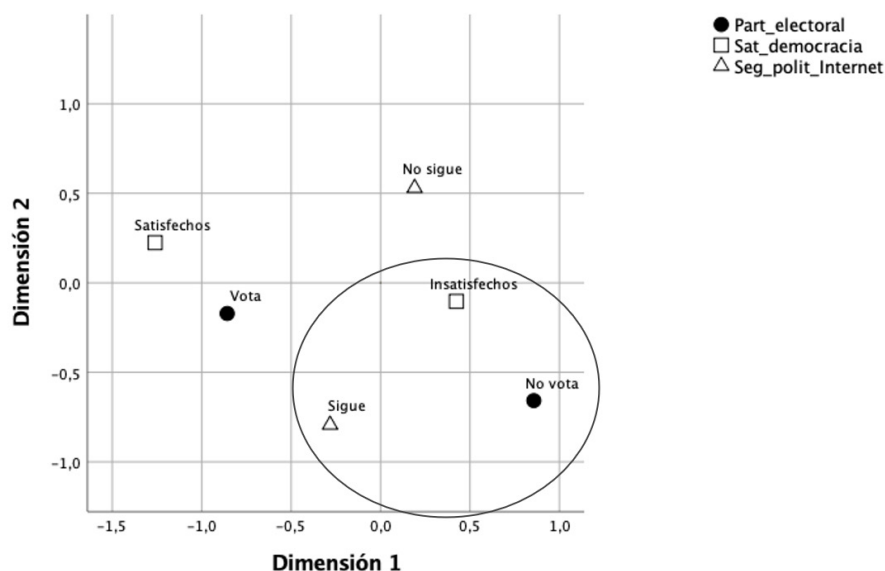
Por último, respecto a la participación electoral y el consumo de información política a través de medios digitales, contemplamos como las personas que consumen noticias a través de los medio digitales, disminuye la probabilidad de participar en las elecciones, ala vez que son los que más niveles de insatisfacción muestran con la propia democracia.

¿Por qué se da entonces esta correlación negativa entre consumo de noticias a través de internet y participación electoral? Aquí tenemos que tener en cuenta otra vez la confianza de los ciudadanos en sus instituciones. Y es que, otros estudios han mostrado como aquellos ciudadanos más desconfiados de su sistema político y, por tanto, también de la industria mediática, son más propensos a utilizar las plataformas digitales para informarse y a involucrarse en las formas de acción colectiva menos convencionales (Salzman, 2015). El uso de Internet para el consumo de noticias muestra así unos patrones nuevos de información, comunicación y participación política que hay que tener en cuenta a la hora de estudiar la relación entre medios comunicacionales y movilización política.

Estos resultados están en línea con aquellos que ofrece el estudio sobre confianza y participación política anteriormente mencionado (Rivera, 2019), el cuál resalta como

un descenso en los niveles de confianza no necesariamente lleva aparejado un descenso en los niveles de participación política.

Gráfico 5.- Participación electoral, seguimiento de información política y satisfacción con la democracia.



Fuente: Elaboración propia según datos del Latinobarómetro 2018.

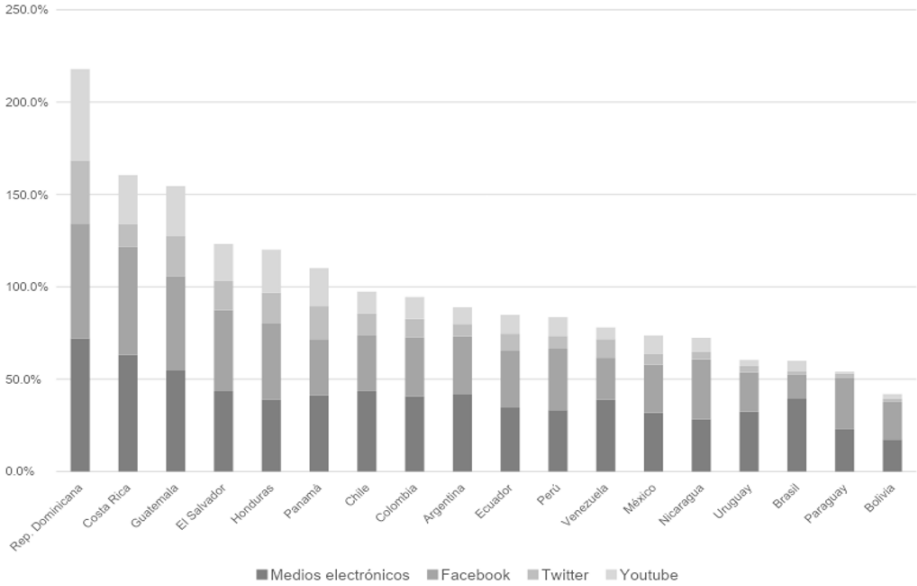
3.- La participación política a través de RR.SS en América Latina.

Por último, en lo que se refiere al uso específico de redes sociales, nos hemos detenido en el análisis comparado de Facebook, Twitter y Youtube, las más usuales.

El uso de las redes sociales para la búsqueda de noticias e información política en la región adquieren cada vez más importancia como medio de comunicación alternativa a los tradicionales. Y si bien las redes sociales se han configurado como un nuevo espacio protagonista en el campo de la comunicación y participación política debido al potencial estratégico y comunicacional que tienen, se encuentran también diferencias significativas entre países en el uso y participación que los ciudadanos hacen de ellas, diferencias que responden en gran medida a aquellas que explican los distintos procesos de digitalización de cada país de la región.

Así, encontramos que (Gráfico 6) República Dominicana, Costa Rica y Guatemala, países que más han avanzado en su proceso de digitalización, son también los que hacen un mayor uso de las redes sociales para la búsqueda de información política. En el extremo opuesto, vuelve a destacarse Bolivia como el país menos digitalizado y que menos uso hace de los medios digitales para informarse políticamente. Recordamos que el país boliviano es también el que presenta el porcentaje del PIB per cápita más bajo de todos los países de la región, haciéndose patente una vez más la relación entre el desarrollo económico y la brecha digital en la región.

Gráfico 6. Porcentaje acumulado de uso por países de Internet, Facebook, Twitter y Youtube para informarse sobre asuntos políticos



Fuente: Latinobarómetro, oleada 2018

No obstante, si bien la desigualdad económica interregional y las condiciones de asequibilidad son fundamental para explicar las diferencias en el uso político de plataformas digitales, hay otras variables que también pueden entrar en juego para explicar las diferencias entre países, tales como la relevancia otorgada a su uso, la disponibilidad de tiempo del que se dispone para participar en las redes sociales o la existencia de barreras lingüísticas o culturales para acceder a ellas, especialmente acusadas en el caso de la población indígena.

Por otro lado, algo que podemos comprobar en todos los países de la muestra, es que Facebook es la red social elegida por excelencia a la hora de buscar información de tipo político en redes sociales. Detrás le siguen Youtube y Twiter respectivamente, aunque mantienen una diferencia porcentual significativa con respecto a Facebook. La preferencia por esta red social sobre las otras para el seguimiento de información política puede deberse a las propias características de la plataforma, las cuales parecen ofrecer una mayor capacidad tanto para acceder a noticias de largo contenido como a que estas sean publicadas por el propio usuario.

Conclusiones

A lo largo de los últimos años los profundos cambios materiales, tecnológicos, políticos y sociales a los que se ha debido enfrentar América Latina han desembocado en profundas alteraciones en las pautas de su cultura política, siendo el componente material el principal elemento explicativo en algunas de las pautas diferenciales respecto a los cambios en los valores, actitudes y formas de participación política latinoamericana.

Nuestro trabajo evidencia la estrecha relación entre desarrollo material, cambios en la cultura política y seguimiento de la información política a través de medios digitales, en tanto que las realidades diferenciales en los procesos de digitalización en la región explicitan un proceso asimétrico de implantación tecnológica, primero entre los países de América Latina y, posteriormente, entre el total de la región con el resto del mundo desarrollado. Este es un hecho especialmente constatable en los países andinos, los más pobres, por tanto más materiales, menos digitalizados y menos proclives a la participación política digital.

Respecto a los principales valores de cultura política, se constata la relación entre desafección política y desarrollo económico, en un proceso de incremento de las actitudes más escépticas entre los países menos desarrollados, de nuevo los andinos, trasladada a una menor satisfacción con la democracia, una mayor desconfianza con respecto a las instituciones y, por último, una menor participación política.

En este sentido, parece que los usuarios de medios digitales y redes sociales para la información política muestran un mayor nivel de tolerancia política y de apoyo al sistema democrático que aquellos que no son usuarios o las usan con muy poca frecuencia. Esta relación entre las variables se explica por la creciente pérdida de legitimidad de las instituciones políticas, responsables para parte de la ciudadanía de las inequidades y asimetrías que se dan dentro de sus países en materia económica, social y política, una explicación que apunta a cambios en la esfera material/postmaterial y que, a la postre, derivará en el sistema de incentivos que los ciudadanos obtienen para su participación política a través de los medios digitales y de las redes sociales.

Referencias bibliográficas

- Alcántara, M. (2021). Los grandes retos para la democracia ecuatoriana en la era poscovid-19. *Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos*, 1(12), 117-121. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v1.n12.2021.214
- Assusa, G., & Kessler, G. (2021). ¿Percibimos la desigualdad realmente existente en América Latina?. *Nueva Sociedad* (293), 25-38.
- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad* (249), 61-74.
- Cazorla, A. (2012) "Cultura y comportamiento político". En I. Szmolka (Coord), Elementos para el análisis comparado y procesos políticos. (p.p. 149-169). Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Cazorla, A., Jarque, M., & Rebollo, M. (2021). *Componentes en el seguimiento de la información política a través de medios digitales, Internet y redes sociales: el caso de América Latina*. Universidad de Granada.
- Dávalos, A. (2012). La internet como arma de contrapeso al poder. El caso zapatista. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (120), 33-36.
- Echeverría, M., & Bañuelos, R.M. (2017). El sesgo oficialista como fidelidad de encuadres. La cobertura televisiva de la reforma energética de 2013 en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(231), 229-254.
- Gómez, A.E. (2012). América Latina, ciudadanía comunicativa y subjetividades en transformación. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (120), 68-72.
- Kaltmeier, O. (2019). *Refudalización: Desigualdad social, economía y cultura política en América Latina en el temprano siglo XXI*. BielefeldUniversityPress. <https://doi.org/10.14361/9783839445242>
- Millán, C. (2008). Cultura política: acercamiento conceptual desde América Latina. *Perspectivas de la Comunicación*, 1(1), 42-55.
- Muñoz, B. (2018). Desigualdad y exclusión social como desafíos para las democracias en América Latina. : *Ciências sociais, Humanas e Engenharias*, 4(1), 149-176.

- Pineda, L. (2006). Desarrollo de la Información, globalización y desarrollo económico en América Latina. Viejas y nuevas alianzas entre América Latina y España, 584-590.
- Ribeiro, E. A., Borba, J., & Salinas, A. (2011). Participación y democracia en América Latina: los determinantes individuales de la participación política. *Foro Internacional*, 51(2 (204)), 242-270. <http://www.jstor.org/stable/23035038>
- Rivera, S. (2019). Confianza y participación política en América Latina. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 64(235), 555-583. <https://doi.org/10.22201/fcyps.2448492xe.2019.235.65728>.
- Salazar, M.A. (2018). Resistencias mediáticas e imágenes de la gubernamentalidad: activismo y comunicación política en Manizales (Colombia). *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (16), 93-110. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.6>
- Salzman, R. (2015). News Media Consumption and Political Behavior in Latin America. *Journal of Politics in Latin America*, 7 (2), 71-98.
- Sardiñas, L.L (2020). La interculturalidad crítica como eje de transformación de la cultura política en América Latina. En C.P Vélez de la Calle (Ed.), *Educación intercultural, paz, inclusión tecnológica, ciencia y sociedad*. Ediciones USTA.
- Sierra, F., & Gravante, T. (2016). Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina. Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales. *La Trama de la Comunicación*, 20(1), 163-175. ISSN: 1668-5628.
- Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(229), 223-242.
- Velasco, M. (2013). Redes sociales, lo público y lo político en construcción. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (121), 81-87.
- Zechmeister, J., y Noam, L (Eds.). 2019. El pulso de la democracia. Nashville, TN: LAPOP.