

En la nave de la CIBERDEMOCRACIA

Mediatización, sesgos y polarización
en la era digital

PARTICIPAN

Belén Amadeo Adriana Amado, Carlos Barrera, Tania Brandariz, Leandro Bruni, Gabriel Colomé, Orlando D´Adamo, José Luis Fernández, Virginia García Beaudoux, Leonela Infante, Inmaculada Melero, Montse Prats, Mario Riorda, José Migue Rojo, Gonzalo Sarasqueta (comp.), Sandra Valdetaro y Silvio Waisbord



VERSIÓN PRELIMINAR

En la nave de la **CIBERDEMOCRACIA**

**Mediatización, sesgos y polarización
en la era digital**

Gonzalo Sarasqueta (comp.)



40 AÑOS Democracia y
Parlamento Futuro
CÁTEDRA ABIERTA
1983 - 2023
NUEVOS DESAFÍOS



Ministerio de Educación
Argentina

Serie Democracia y parlamento futuro

Director: CARLOS G. LAZZARINI

En la nave de la ciberdemocracia. Mediatización, sesgos y polarización en la era digital / Gonzalo Sarasqueta ... [et al.] ; compilación de Gonzalo Sarasqueta.

1ª edición - San Martín, UNSAM EDITA, 2023.

Libro digital, PDF (Democracia y Parlamento Futuro / Carlos G. Lazzarini ; 1)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-8938-46-2

1. Democracia. 2. Medios de Comunicación. 3. Medios Digitales. I. Sarasqueta, Gonzalo, comp.

CDD 320.014

LA PRESENTE ES UNA VERSIÓN PRELIMINAR DE LA OBRA

© 2023 Gonzalo Sarasqueta (comp.)

COORDINACIÓN: Federico D. Quilici y Violeta Rosemberg

COLABORACIÓN: Florencia Laudonia, Julieta Milito y María Agustina Pereira

CORRECCIÓN: Julieta E. Santos y Consejo Editorial

Editado en la Argentina.

Prohibida la reproducción total o parcial, incluyendo fotocopia, sin la autorización expresa de sus editores.

DEMOCRACIA Y PARLAMENTO FUTURO

A 40 años de la recuperación de la democracia en Argentina, la Cátedra Abierta “Democracia y Parlamento Futuro” de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, junto al Ministerio de Educación de la Nación y en alianza con universidades argentinas y españolas, se propone generar espacios colaborativos de reflexión y diálogo entre las instituciones políticas y la sociedad.

Asumiendo el rol central y estratégico de los parlamentos, en tanto representan el ámbito institucional, plural y diverso donde se expresan los intereses y se dirimen los conflictos que atraviesan las sociedades, la Cátedra plantea un conjunto de dispositivos como esta colección de libros, orientados a abordar la creciente complejidad de nuestras democracias y las dificultades que ellas enfrentan.

CARLOS G. LAZZARINI
DIRECTOR

CONSEJO ACADÉMICO

Cecilia Moreau

Presidenta de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación

Jaime Perzyk

Ministro de Educación de la Nación

Sergio Tomás Massa

Ministro de Economía de la Nación

Mónica Litza

Diputada Nacional

Carlos Greco

Rector de la Universidad Nacional de San Martín

Daniel Martínez

Rector de Universidad Nacional de La Matanza

Franco Bartolacci

Rector de la Universidad Nacional de Rosario

Valeria Gugliotta

Coordinadora del Programa: “El Congreso en Democracia-40 años”
de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación

PALABRAS LIMINARES

Este año la sociedad argentina celebra cuarenta años de reconquista democrática. Cuarenta años en que hemos dejado atrás la censura y la clausura del debate y hemos avanzado con la consolidación de las instituciones políticas y la ampliación de derechos. El parlamento, como un espacio formado por las distintas voces políticas de todos los rincones del país, ha sido un actor clave de la dinámica política de estas cuatro décadas.

Con el objetivo de celebrar este acontecimiento inédito en nuestra historia, nuestros primeros cuarenta años ininterrumpidos de práctica democrática, hemos creado el programa “El Congreso en Democracia – 40 años” que depende de la presidencia de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación. Coordinado por Valeria Gugliotta se propone llevar a cabo actividades de análisis, reflexión y divulgación. La Cátedra Democracia y Parlamento Futuro, a cargo de Carlos G. Lazzarini y Federido Quilici, es fruto de esa iniciativa.

La democracia es el único régimen de gobierno que garantiza voz a todas y todos quienes viven bajo sus reglas. Su expansión ha sido resultado del derecho a la participación y del reconocimiento de la capacidad de expresar oposición. Desde sus orígenes, la ampliación de la esfera pública, como el espacio de deliberación de los asuntos políticos de interés general, ha estado condicionada por las formas de comunicación entre la ciudadanía y sus gobernantes. En sociedades cada vez más complejas, los medios de comunicación social pasan a tener un lugar estratégico: ser el canal preponderante de divulgación de información.

Esta publicación trata un tema central para la mejora constante de la democracia y las formas de comunicación política: la ciberdemocracia,

paradigma emergente que reemplaza la forma tradicional centralizada y jerárquica (pocos medios y una audiencia “pasiva”) por una dinámica donde la comunicación circula en diferentes direcciones. En ese sentido, puede dar lugar a una democratización de la comunicación. Las redes digitales, las nuevas plataformas interactivas, los medios comunitarios y contrahegemónicos pueden contribuir a la propagación de comunicación política abierta a diversas voces.

La divulgación de información en escala masiva es central para la formación de la opinión pública. El deber de la clase política es garantizar la pluralidad de voces. En ese sentido, Argentina tiene el antecedente virtuoso de la promulgación de la Ley de Medios (26.522/09), resultado de una amplia participación popular, que contó con la oposición de algunas empresas propietarias de medios opuestas a la democratización de la información.

Los diversos capítulos presentan no solo las principales características de la transición hacia el paradigma de la cibercomunicación sino, también, una serie de elementos críticos que no pueden ser soslayados: la propagación de noticias falsas, la rapidez con que se están produciendo los cambios y los desafíos que representa para la reflexión política, entre otros.

Estos temas son tratados por un conjunto de intelectuales, de amplio reconocimiento en su área, a los que agradezco su colaboración. El volumen nos llama a reflexionar sobre la forma en que la tecnología está generando cambios acelerados en la praxis política, como también los desafíos que ello plantea. Sin lugar a dudas, este volumen representa una contribución virtuosa entre la política y la academia. Nos interpela a pensar los modos de poner la tecnología al servicio de la democracia popular y participativa, donde las diversas voces sean consideradas.

CECILIA MOREAU
PRESIDENTA DE LA HONORABLE
CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA NACIÓN ARGENTINA

AGRADECIMIENTOS

Este libro es producto de la generosidad de los autores y autoras que aceptaron participar y se comprometieron con el trabajo desinteresadamente. Nos llena de orgullo y de entusiasmo que figuras tan destacadas y prestigiosas se abocaron con tanta pasión a la propuesta realizada por la Cátedra Abierta “Democracia y Parlamento Futuro” de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina, en articulación con el Ministerio de Educación y un grupo de universidades de Argentina y España.

Desde la Cátedra queremos agradecer muy especialmente al actual ministro de Economía de la Nación y ex Presidente de la Cámara de Diputados, Sergio Massa, quien a principio del año 2022 propuso la creación de un espacio institucional de reflexión y diálogo entre la política, el conocimiento y la sociedad en general, para estudiar los desafíos que afrontan nuestras democracias.

Asimismo, destacar el interés por el proyecto de la actual presidenta de la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, Cecilia Moreau, quien en diciembre del año 2022 creó por resolución el Programa “El Congreso en Democracia – 40 años”. A Valeria Gugliotta, por llevar adelante el programa en el cual se encuentra inscripta la Cátedra.

Agradecer al ministro de Educación de la Nación, Jaime Perczyk, por su amplio apoyo a lo largo de todo el proceso. También a sus colaboradores, especialmente a Mario Caputo y su equipo de trabajo, por el interés genuino en la iniciativa y por potenciar el vínculo con las universidades nacionales que son parte de este proyecto. En este punto, es necesario destacar la colaboración de Mario Greco por parte de la Universidad Nacional de San Martín, de Cintia Pinillos de la Universidad Nacional de Rosario y de Melody Galanti de la Universidad Nacional de La Matanza.

Desde su nacimiento, la Cátedra se propuso trabajar en red con diversas instituciones españolas. Durante este recorrido contamos con la colaboración y participación del ministro de Universidades de España, Joan Subirats y del embajador argentino en España, Ricardo Alfonsín. Del mismo modo, queremos agradecer el compromiso e interés de la decana de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid, María Esther del Campo García, del director del Instituto de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Barcelona, Gabriel Colomé, del profesor emérito Manuel Alcántara y de la profesora Mercedes García Montero, ambos investigadores de la Universidad de Salamanca, como así también a Mariela Iglesia de la Universidad Oberta de Catalunya.

Por último, hacemos extensivo el agradecimiento al resto de las autoridades, diputados, diputadas, trabajadores y trabajadoras de la Honorable Cámara de Diputados de La Nación y a todo el equipo de la Cátedra.

ÍNDICE

- 15 **PRÓLOGO**
Carlos G. Lazzarini y Federico D. Quilici
- 19 **INTRODUCCIÓN**
Gonzalo Sarasqueta
- PRIMERA PARTE**
La mudanza de la teledemocracia
a la ciberdemocracia
- 25 **CAPÍTULO 1**
Lo eterno, lo transitorio y lo efímero. Los tres estados
de las mediatizaciones políticas
Carlos A. Scolari
- 43 **CAPÍTULO 2**
Audiencias y ciudadanías en el actual
ecosistema democrático
José Luis Fernández
- 63 **CAPÍTULO 3**
Estilos de liderazgo y comunicación
de las mujeres políticas
Virginia García Beaudoux, Orlando D'Adamo
y Leandro Bruni
- 77 **CAPÍTULO 4**
Del príncipe mediático al ciberpolítico
Gabriel Colomé

SEGUNDA PARTE

Los medios ¿de información o confirmación?

- 91 CAPÍTULO 5
De los medios *offline* a los medios *online*
Cambios e implicaciones
José Miguel Rojo Martínez
- 109 CAPÍTULO 6
La opinión como materia prima de la noticia
Inmaculada Melero López
- 123 CAPÍTULO 7
Agenda pública y diálogo en red
Belén Amadeo y Leonela Infante
- 143 CAPÍTULO 8
La desconfianza hacia los medios
y hacia las noticias
Carlos Barrera
- 161 CAPÍTULO 9
Mediatización de la política y género. Lo “privado”
en Jacinda Ardern
Tania Brandariz Portela

TERCERA PARTE

En la galaxia digital

- 181 CAPÍTULO 10
El aceleracionismo es la transformación
de la comunicación política
Mario Riorda

195	CAPÍTULO 11 Algunas notas sobre la gramática digital actual y los desafíos a la democracia Sandra Valdetaro
203	CAPÍTULO 12 La necesidad de una nueva ética en la época del big data Montse Prats López
	CUARTA PARTE Enredados, confirmados y ¿polarizados?
225	CAPÍTULO 13 La comunicación política le teme a la ciudadanía Adriana Amado
241	CAPÍTULO 14 Polarizados. Desafíos comunicativos en la grieta política Silvio Waisbord
261	CAPÍTULO 15 Cuando el ruido es señal. La ultraderecha como sujeto comunicacional Gonzalo Sarasqueta
279	SOBRE LAS AUTORAS Y LOS AUTORES

CAPÍTULO 7

Agenda pública y diálogo en red

Belén Amadeo y Leonela Infante

Introducción

El retorno al sistema republicano, representativo y democrático marcó un fuerte cambio de rumbo de la opinión pública en la Argentina de 1983. Los individuos volvían a ser ciudadanos. Las autoridades públicas volvían a ser elegidas por los votantes y quienes quedaban en la oposición debían representar una genuina alternativa de poder con debates intensos en ambas cámaras legislativas. Los medios de comunicación masiva –radios, canales de televisión y diarios– recobraban su libertad de expresión.

En este contexto de renovación democrática las reglas de juego estaban claras: la discusión sobre los temas públicos debía darse de manera intensa pero siempre pacífica. La proliferación de ideas expresadas libremente puso en valor los debates y teorizaciones sobre la opinión pública, sobre el sistema representativo y sobre la relación entre la ciudadanía, sus representantes y los medios de comunicación.

Fue también a partir del retorno de la democracia que surgieron diversas consultoras de opinión pública altamente profesionalizadas, especializadas en el comportamiento de los ciudadanos y en medir las tendencias de opinión. Los sondeos se convirtieron en una herramienta básica para la dirigencia política y para los medios de comunicación. Los estudios cuantitativos y cualitativos explicaban qué esperaba la ciudadanía de sus líderes y los dirigentes orientaban las discusiones y las políticas públicas siguiendo esa información. Vommaro (2008) sostiene que las encuestas llegaron a ser utilizadas como herramientas de lucha política y algunos autores incluso hablan de “sondeocracia” (Capellán de Miguel, 2008). Poco a poco, las encuestas se consolidaron

simbólicamente como otro actor de la arena de la opinión pública y la comunicación política.

La mediatización y espectacularización pasaron a ser la forma de acceso natural de los ciudadanos a la política. Los programas radiales y televisivos eran tan centrales para el análisis de las políticas públicas y para la formación de opiniones que Manin habla de una “democracia de audiencias” (Manin, 1992). Es interesante recordar que en 1983 todos los canales de televisión eran estatales y no existían los canales de cable. En los años subsiguientes todas las emisoras se fueron privatizando, con la excepción del Canal 7, antes llamado ATC (Argentina Televisora Color) y cada una pudo definir su línea editorial libremente.

Durante los primeros veinte años desde la redemocratización, el debate público encontró en la radio y especialmente en la televisión su espacio legitimante. Los dirigentes partidarios debían aparecer en la televisión para tener visibilidad mientras que los medios de comunicación y los periodistas cumplían el rol de mediadores entre políticos y ciudadanos. De hecho, los medios ocupaban un lugar vital en la dinámica del diálogo público e instalaban temas en la agenda del debate público.

La crisis de 2001 puso en jaque la legitimidad de toda la dirigencia y el fuerte peso político de los medios también se vio cuestionado, especialmente a partir de la irrupción de Internet y las redes sociales. La preeminencia de la televisión como medio de acceso masivo a la política fue puesta en jaque. El impacto de internet fue tan rápido y contundente que ya en el cambio de siglo se anunciaba la emergencia de una ciberdemocracia (Dader, 2001).

Según Castells (2010), la sociedad en red —es decir, las estructuras sociales activadas por las tecnologías de la información y comunicación— se diferencia de la sociedad de masas y la segmentada porque, en el caso de la primera, la sociedad era receptora de un mensaje indiferenciado y simultáneo, y en el segundo caso son los medios de comunicación los que determinan una audiencia, segmentándola y diferenciándola.

En la actual sociedad en red, en cambio, la comunicación electrónica es multimodal y se extiende a todo el dominio de la vida, el hogar, el trabajo, la escuela y el ocio. Desde la perspectiva de los medios, la diversificación de plataformas y dispositivos llevó a que unos medios adoptaran códigos de otros, volviendo interactivos los mensajes y amplificándolos a través de diferentes plataformas (vía pública, correo electrónico, mensajes de texto en el celular y redes sociales como Whatsapp, Twitter, Instagram, podcasts, Youtube, etc).

Desde la perspectiva de los ciudadanos esta nueva virtualidad es muy liberadora. Los individuos crean sus mensajes y sitios y se agrupan por intereses. Además, la ampliación y diferenciación de fuentes les permite acceder con mayor facilidad a los mensajes de interés. De este modo los medios en la sociedad red ya no determinan a las audiencias y sus consumos ni limitan los mensajes de los medios a un único canal segmentado.

Todo este proceso fue tan veloz y contundente, que obliga a repensar algunas cuestiones y genera inseguridades. En efecto, puede ser interpretado en términos de “liquidez” de los mensajes y las audiencias (Baumann, 2005). Mientras la legitimidad de los representantes es popularmente puesta en duda, los medios se han diversificado y se concentran en crear pocos mensajes que puedan ser trasladados a diferentes plataformas. En ese mismo contexto la ciudadanía cuenta con mayores posibilidades de expresión, de censura y de cancelación, lo que nos plantea algunas cuestiones sobre la convivencia democrática y el diálogo público.

La opinión pública, producto de la interacción entre ciudadanos, dirigentes y medios de comunicación, se vio fuertemente impactada por la revolución digital. Es interesante analizar cómo se dieron estos cambios en el caso argentino y de qué manera pueden favorecer o perturbar la consolidación de los valores republicanos a cuarenta años de la reinstalación de la democracia. ¿Cuáles son los actores de la opinión pública hoy, cómo se dan sus procesos de interacción, cómo se legitiman y negocian sentidos en la sociedad en red, y qué consecuencias supone esto para el buen diálogo público?

Diagnóstico

a. Actores de la opinión pública

Hay tantas definiciones de opinión pública como autores que buscan definirla. El concepto es polisémico, mutable, interdisciplinario y dependiente del contexto histórico y cultural. Es por esa razón que su estudio nos aporta múltiples definiciones, todas ellas válidas (Dader, 1992; Capellán de Miguel, 2008; D’Adamo, García Beaudoux y Freidenberg, 2000; Carballo, López-Escobar y McCombs, 2020).

Los actores involucrados, sin embargo, se mantienen. Por supuesto que sufren cambios, sus dinámicas se redefinen, su relevancia crece o decrece según las circunstancias, pero siempre hablamos de tres actores: los

ciudadanos, la clase política y los medios de comunicación (Wolton, 1998). El tipo de interacción que mantienen condiciona la comunicación política de esa comunidad (Mazzoleni, 2010). El diálogo público que entablan los actores incide en su cultura política y esta, a su vez, se ve afectada por esas conversaciones (Amadeo, 2015). Veamos qué características han ido tomando los actores de la opinión pública con el correr de los años.

Mayor simetría entre los actores. Es interesante observar cómo cambió el papel y el peso de los actores públicos desde 1983 tanto en la Argentina como en el mundo. La revolución tecnológica en general y las redes sociales en particular pusieron en una situación más simétrica a los actores. Hacia fines del siglo XX, los medios de comunicación y la dirigencia política eran los actores que se disputaban la agenda de temas (Casermeiro, 2003). Con el paso del tiempo los medios debieron actualizarse. En las primeras dos décadas del siglo XXI los ciudadanos encontraron su voz propia en el uso de las redes sociales, desde entonces se sienten empoderados y tejen redes de maneras novedosas e independientes de los canales formales tradicionales. Los ciudadanos siguen consumiendo información, pero hoy también la producen, la amplían y la viralizan.

En pocos años las redes sociales se convirtieron en las plataformas centrales de la opinión pública. Internet modificó seriamente las condiciones de producción y reproducción de la información (Clavero, 2018) y se volvió la nueva ágora pública: es la plaza de la polis virtual que congrega idealmente a toda persona que quiera participar de las decisiones colectivas. En ese espacio no es necesario estar especialmente instruido para participar e interactuar con otros, lo cual permite que más ciudadanos propongan temas de discusión en la agenda. Los usuarios, ciudadanos de a pie que hasta el momento solo consumían la información en el momento y de la manera en que los medios o los gobiernos disponían, pasaron a ser “prosumidores”, esto es, productores y consumidores de información (Bennasini, 2014). Esta posibilidad le quita a los medios tradicionales su carácter de únicos selectores de los temas de la agenda.

La necesidad inminente de reconversión digital de radios, canales de televisión y diarios forzó nuevas reglas de juego del diálogo público. La democracia de audiencias giró paulatinamente hacia una democracia de red y, con ello, se esperaba una ciudadanía más atenta y controladora de su clase política (Castells, 2015).

Los individuos cobran importancia. El ejemplo más claro de este nuevo tipo de liderazgo comunicacional lo constituyen los *influencers*, líderes de

opinión que por su participación e impacto en la opinión pública adoptan el rol de voceros y buscan incidir en temas de su preferencia desde sus plataformas virtuales. Suelen tener decenas de miles de seguidores, incluso millones de fans. El caso internacional más emblemático es el de Greta Thunberg, una adolescente sueca que, con escasos 13 años de edad, marcó la agenda de la política ecológica del planeta. Estas figuras se construyen de manera colaborativa a partir de la interacción e impulso que reciben de otras figuras públicas. El papel que juegan otras figuras reconocidas es fundamental para amplificar la influencia de estos líderes (Jung et al., 2020). Los *influencers* son mediadores clave en las redes sociales para poner en agenda determinados problemas o causas, a través de los contenidos que crean y de la capacidad de visualizarlos e instalarlos (Alperstein, 2021).

La clase política se queda atrás. Las redes sociales representan una herramienta para la ciudadanía. Internet, las redes y las plataformas sociales son “el” espacio donde disputar y construir sentidos sociales. Se caracteriza por la fragmentación, la hiperestimulación, la exteriorización de la vida privada, la velocidad y un ingente volumen de información (Galup, 2019).

La dirigencia política todavía no parece estar a la altura de este desafío. En lugar de salir a su encuentro, las preocupaciones de la comunicación gubernamental parecen limitarse a qué redes sociales utilizar, a la identificación de los intereses de las audiencias para adaptarse a sus conversaciones, y a cómo responder.

Una posible explicación es que los funcionarios suelen tener un promedio de edad mayor que el de sus votantes, lo cual los mantiene algo más distantes de las redes que la población en general. Además, las estructuras partidarias son lentas y las administraciones públicas, más todavía. Las estructuras ralentizan los procesos de aprendizaje y las redes desprecian lo mastodóntico.

b. Procesos de interacción

Si los actores de la opinión pública no cambian, sí lo hace su manera de interactuar. Los ciudadanos, los medios de comunicación y los políticos necesitan interactuar para convivir y para seguir haciéndolo democráticamente en el nuevo contexto. ¿Cuáles son las características de estas nuevas reglas de juego?, ¿cómo se relacionan?

Sociabilidades en red. El uso de las tecnologías de la comunicación e información conecta todas las dimensiones de la vida cotidiana de las

personas (Castells, 1997). Este paradigma rompe con el esquema de mediación tradicional de los medios masivos y es justamente ese quiebre lo que da lugar a nuevos procesos de interacción. Se abre con ello un espacio para que las personas se relacionen entre sí compartiendo y produciendo mensajes, intereses y sentidos (Amatta, Castro Roja y Pérez Rivera, 2016).

Estar conectados en red representa ilimitados nodos descentralizados, lo que permite ampliar oportunidades de participación e interconexión. La apertura de las redes también da lugar a que los mensajes se difundan con mayor velocidad y alcance.

Instantaneidad y cercanía. La distancia física entre los ciudadanos se ve compensada por la instantaneidad de lo digital. Los usuarios de las redes se acercan virtualmente entre sí libres de toda mediación de los medios de comunicación tradicionales. Esta cercanía y horizontalidad promueven la colaboración y nuevas formas subjetivas de relación.

En esa interacción se negocian las interpretaciones de la realidad compartida, se organizan los signos y símbolos construidos y reconocidos por la sociedad (Jeffrey, 2004). Cuando esa interacción se horizontaliza, se vuelve más simétrica porque la ciudadanía juega un papel más activo en la definición de la agenda pública.

Relatos y empatía. Las interacciones entre ciudadanos se definen por nuevas prácticas de exhibición de la intimidad y de una espectacularización de la personalidad (Sibilia, 2008). Las transformaciones socioeconómicas, políticas, culturales y tecnológicas son acompañadas por transformaciones personales (Illouz, 2009). En otras palabras, existe un nuevo estilo emocional basado en visibilizar experiencias personales, por ejemplo con fotos de uno mismo (*selfies*) o de lo que uno está haciendo en un momento preciso para compartirlas en las redes. Este modo de tematizar el yo supone nuevos ejes de producción, nuevas aplicaciones virtuales y nuevas formas de comunicación. Al desmoronarse los muros que separaban el ámbito público del privado en la sociedad industrial, la intimidad se vuelve visible, produciéndose un pasaje de las “tiranías de la intimidad” a las “tiranías de la visibilidad” (Sibilia, 2008).

Asimismo, la comunicación política fue colonizada por el espectáculo, como lo prueban la teatralización de la vida privada de los dirigentes y la construcción de discursos emotivos y afectivos que reemplazaron los mensajes partidistas (Aíassa y Caruncho, 2014). Esta adaptación busca generar empatía y confianza con la ciudadanía por medio de imágenes asociadas a la

cotidianeidad y a la cercanía. En el intento de llegar a más ciudadanos, estas estrategias comunicacionales pueden caer en el vaciamiento de contenido (Kat y Mair, 1998).

Realidad y mensajes líquidos. Las interacciones se presentan paradójicas: mientras más conectados intentamos estar, más instantáneo y extraterritorial es el mensaje. Estas transformaciones que sustentan a la modernidad líquida han producido cambios en las formas de interacción entre los ciudadanos y entre ellos, la clase política y los medios. La velocidad y el desapego del lugar en el que se piensan los contenidos, en ocasiones amenaza la solidez de los compromisos mutuos por la pérdida de certezas (Bauman, 2015).

Las nuevas reglas de interacción facilitan los encuentros virtuales de ciudadanos con formatos de sociabilidad centrados en lo visual y en ocasiones, espectacularizados. En un intento de compensar la pérdida de la confianza por parte de la ciudadanía, la comunicación política aprovechó estas formas de interacción buscando movilizar emociones y mostrando cercanía.

En este contexto, la ciudadanía moviliza poderes indirectos diseminados en el cuerpo social, como por ejemplo las movilizaciones masivas en reclamo por la ley de interrupción voluntaria del embarazo que se dieron en Argentina, o las expresiones chilenas que conllevaron a la convención constituyente. En este sentido, la desconfianza social no implica un rechazo ciudadano hacia la política sino que se está dando una reconfiguración en esa relación entre la ciudadanía y la clase política (Rosanvallon, 2007).

Por lo tanto, los diferentes roles que juegan las redes en los procesos de interacción y socialización son clave para la vida en democracia, y se configuran como herramientas de control ciudadano como la rendición de cuentas de sus gobernantes, de coordinación cívica, de producción de sentidos y de movilización, con la contrapartida de una espectacularización de la política que, sin un buen seguimiento, podría llevar a un vaciamiento de contenidos.

c. Impacto en la vida democrática

Las reglas de juego político cambiaron en cuarenta años en la Argentina, lo cual es esperable dados los avances tecnológicos y los vaivenes económicos, políticos y culturales que tuvieron lugar en este lapso. Ahora bien, el nuevo papel que cumple cada actor de la opinión pública y las nuevas dinámicas con las que se relacionan, inciden en la cultura política y afectan a la comunidad planteando riesgos y beneficios para la vida en democracia.

Riesgos

Erosión de la legitimidad de gestión. La democracia representativa supone que la soberanía es ejercida por el pueblo cuyos representantes sancionan leyes y toman decisiones en nombre de la ciudadanía. Quienes ejercen sus cargos públicos reciben esa legitimidad de origen en las urnas. Esa fuente de validación adquiere un refuerzo cotidiano en la legitimidad de gestión, que es la que deben ganarse los funcionarios en el trabajo del día a día. En la dinámica democrática tradicional, existía la noción de que los líderes políticos de algún modo guiaban a la sociedad en un rumbo u otro. Ese liderazgo supone que unos pocos, más formados e informados que la mayoría, marcan un rumbo que los demás siguen.

Esta mirada sobre el liderazgo ha sufrido muchas modificaciones desde comienzos de siglo. La revolución tecnológica, la comunicación interactiva, horizontal, pública y universal, la globalización 2.0 que hizo caer la identificación de los ciudadanos con el Estado-Nación, reflatando otras barreras sociales, étnicas y culturales que se consideraban superadas, la convivencia intergeneracional y la crisis ambiental, dieron lugar a enormes cambios en las relaciones sociales (Fragueiro, 2020). Entre ellas, en las relaciones entre los representantes y los representados.

Al horizontalizarse las relaciones, el dirigente pasa a ser un individuo más y debe demostrar ser un referente digno, un buen dirigente, un representante auténtico. La extimidad –la intimidad publicitada y volcada a las redes (Sibilia, 2008; Tello, 2013)– busca hacer de los políticos “un ciudadano más”, pero lamentablemente la mala imagen previa que tiene la política hace que esa premisa no sea creíble para el ciudadano promedio. La credibilidad de la clase política es muy baja y ello impacta en la confianza hacia todos los representantes.

El nuevo entorno digital podría ser un espacio ideal para que los representantes electos puedan comunicarse y legitimar sus acciones, mostrándose activos en diferentes redes y plataformas sociales. No obstante, esto no suele darse así. El contenido de las redes sociales de los dirigentes resulta lejano o poco atractivo para la opinión pública. El alto nivel de visibilidad de gobiernos y figuras políticas deja muy expuestos a los funcionarios ante la crítica pública, y este pobre manejo de las redes despierta sentimientos de desconfianza aún mayores erosionando el lazo representativo.

A fin de mantener activa esa relación entre gobernantes y gobernados, los dirigentes necesitan generar confianza y motivar a los ciudadanos a

sumarse a un proyecto de largo plazo. La desconfianza ciudadana hacia la política representa un riesgo para la legitimidad de gestión, lo que en nuestras latitudes podría dar lugar a dudas o, incluso, a inestabilidades institucionales (Amadeo, 2022; 2016b).

Comunicación reactiva. El entorno digital brinda a los políticos la potestad de proponer los temas y atributos que prefieran explorar o dejar de lado, temas que pueden interesarles tanto a ellos mismos como a su electorado afín o a sus adversarios. En el mismo proceso, las redes otorgan a los usuarios-ciudadanos la posibilidad de comunicar sin mediaciones su aceptación, rechazo o negociación a aquello que los políticos ofrecen.

Es gracias a las redes sociales que la ciudadanía hoy cuenta con más instancias de reclamo que hace algunos años, instancias con inmenso potencial de amplificación y viralidad. Esta capacidad de acción les permite a los ciudadanos desplazarse de su rol de espectadores pasivos y les confiere un poder de incidencia antes impensable en la agenda pública.

Ante la creciente demanda ciudadana, la política adopta estrategias comunicacionales cada vez más reactivas. Es cierto que los dirigentes reaccionan ante propuestas de discusión o ante reclamos de los ciudadanos, pero rara vez son los políticos –tanto los que ocupan cargos como los que hablan desde la oposición– quienes logran dominar el debate público instalando temas y generando confianza. Más aún, si solo analizamos la comunicación reactiva de los dirigentes, esta tampoco alcanza la velocidad de replicación de los mensajes de la ciudadanía que es elevadísima y suele volver en forma de ironías, memes y ridiculizaciones que hacen más complicada la legitimación de quienes ocupan cargos públicos.

En otras palabras, los ciudadanos han logrado hacer sentido de las redes y las utilizan muy bien, mientras que los políticos parecen erráticos y todavía se sienten cómodos comunicando de manera reactiva antes que diseñando una comunicación proactiva (Amadeo, 2016a). Corren el riesgo de que los representados los perciban como anacrónicos.

Debates de corto plazo y poco análisis de impacto. Las características de los debates públicos también han variado mucho en los últimos cuarenta años. Los programas políticos que se daban en las radios y en los canales de aire en las décadas de 1980 y 1990 hoy son impensables. Esos formatos extensos, con discusiones de veinte minutos por tema con solo uno o dos interlocutores que desmenuzaban las políticas públicas de turno, ya no tienen ni la sombra del rating que tenían en su momento.

Programas como “Tiempo Nuevo” y “Hora clave”, con altísimos niveles de audiencia e impacto en la agenda y peso sobre la imagen de los dirigentes, hoy son reemplazados por otros con múltiples panelistas, temas que se tratan en pocos minutos y discusiones que se caracterizan no tanto por la deliberación de quienes están elaborando proyectos de ley sino por individuos que atacan, con frases breves y dignas de tuits, a interlocutores que responden de la misma manera. Las largas entrevistas hoy existen, pero se muestran en las redes como cápsulas de segundos, en la esperanza de que algunos de los seguidores se interesen en verlas por completo.

Esto no significa que todo tiempo pasado fue mejor. Sí es cierto, sin embargo, que elaborar una política pública puede requerir más tiempo del que los usuarios de las redes están dispuestos a conceder. Las redes, en su celebridad se manejan con titulares y videos que compiten por cinco segundos de atención de los usuarios. El ciudadano promedio se expone escasos instantes a cada tema y esa información suele bastarle para evaluar condiciones, impactos, formas de implementación, pros y contras de una política pública. Luego, opta por seguir investigando si el asunto le interesa realmente, aunque lo que ocurre en general es que en esos breves lapsos deciden si aceptar la propuesta, rechazarla o simplemente ignorarla, según quién la defiende. Con esa misma lógica se espera que los debates parlamentarios sean expeditos, breves y que resulten en leyes sancionadas al ritmo de las redes.

La gran cantidad y diversidad de medios y plataformas disponibles lleva a que los mensajes pierdan consistencia y sean de corto plazo. La evaluación de las políticas pierde enjundia en el debate público. Actualmente la sanción de leyes de largo plazo es precedida por discusiones acaloradas y breves que no ayudan a decantar la información, evaluar las consecuencias de las nuevas legislaciones, argumentar de manera sólida y acercar explicaciones válidas a la ciudadanía, que no alcanza a sopesar la verdadera dimensión de lo que está en juego.

El desafío actual reside en aprovechar las redes, su capacidad de viralización y la horizontalidad de sus usuarios para que la sociedad recupere la profundidad con la que la política solía discutir los proyectos estructurales. Esto permitiría un debate más sólido y con menos presión de tiempos en el Poder Legislativo, permitiendo pensar en el largo plazo sin la expectativa de soluciones instantáneas para los problemas de fondo.

Polarización. La sociedad en red presenta un rasgo paradójico. La fuerte digitalización no destruye fronteras ni amplía la esfera pública como se

esperaba de una supuesta aldea global. Antes bien, las comunidades virtuales se van segmentando y diferenciando cada vez más entre sí.

Las miradas optimistas suponían en sus orígenes que la sociedad en red ampliaría el debate e intercambio ciudadano (Castells, 2010), pero paradójicamente los algoritmos de las redes sociales y los buscadores refuerzan la atomización y la polarización de opiniones (Pariser, 2017; Galup, 2019). En este sentido, la ya creciente polarización política que se viene dando como fenómeno global desde comienzos del siglo XXI se refuerza virtualmente con la endogamia de valores y visiones presente en las redes sociales.

Dado que el entorno digital forma parte de la realidad, orienta las propias acciones. Al estar menos expuestos a posiciones diferentes, los usuarios-ciudadanos se identifican con grupos que conciben los asuntos públicos de manera homogénea e innegociable. De ese modo se forman burbujas naturalizadas por la ciudadanía y la noción de “nosotros o los otros” se refuerza cada vez que una persona accede a su propio cosmos virtual. Contrariamente a lo esperable en una democracia, la convivencia con opiniones divergentes resulta incómoda y esa tendencia actual dificulta el diálogo en el disenso.

Beneficios

Institucionalidad. Con el cambio de siglo llegó un cambio de mirada. Se trata de ver ya no qué pueden hacer las instituciones y las organizaciones por la sociedad, sino qué pueden hacer todos, incluidos los individuos, por mejorar el lugar en el que vivimos. Así, a comienzos del siglo XXI se sostenía que toda organización debía agregar valor en tres dimensiones: económica, ambiental y humana (Bárcena & Prado, 2017). La dimensión económica, asociada al desarrollo, repercute positivamente en las personas, los gobiernos, las instituciones y la sociedad. La dimensión ambiental, por su parte, es un aspecto de la vida en comunidad que fue creciendo paulatinamente y que hoy no puede descartarse: ya no se trata solo de preservar el medioambiente buscando el desarrollo sino de regenerar los ecosistemas del planeta. La dimensión humana del aporte de valor supone la promoción de todos los aspectos de las personas: vivienda, alimentos, documentación, salud, educación, seguridad.

A estas tres dimensiones de valor se agregó una cuarta. Todas las personas y organizaciones también aportan a la comunidad una dimensión de valor institucional (Fragueiro, 2020). Las instituciones son organizaciones diseñadas

para trascender la vida de las personas, recursos que la sociedad tiene para organizarse, para consolidar sus proyectos y concretar sus planes de largo plazo (Amadeo, 2015). La sustentabilidad de las instituciones, ya sean estas públicas, privadas o del tercer sector es lo que las hace relevantes y confiables. El tipo de vínculo que mantienen estas instituciones da forma a la interacción dentro de una sociedad. La articulación de intereses, la posibilidad de negociación y la concreción de objetivos compartidos y de largo aliento no se dan entre individuos sino entre instituciones (Fragueiro, Amadeo y Santiago, 2020).

Pensamiento ecosistémico. Ya nada se da aisladamente. Esta concepción sistémica ha venido para quedarse, es transversal a todas las actividades humanas, entre ellas la política. Para estar vigentes, todos los actores necesitan amoldarse e ir más allá de su perspectiva lineal, enfocada en personas y organismos tradicionales. Estamos inmersos en un ecosistema amplio que integra gobiernos con organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación, países, organismos multilaterales, instituciones varias, empresas, personas conectadas por redes sociales.

La dinámica ecosistémica resulta central para comprender la nueva lógica de creación de valor en esta tercera década del siglo XXI: nos encontramos ante una dinámica de cocreación. Un ecosistema está conformado por diversos actores que cocrean y sus contribuciones producen valor cuando colaboran entre sí. La idea es que cada una de esas partes pueda beneficiarse del esfuerzo colectivo generando agendas y focos de intereses compartidos. En este contexto el ideal es que los líderes se vuelvan más agudos en la construcción de comunidad para inspirar a todo el equipo a seguir esta misma línea (Fragueiro, 2020; Fragueiro, Amadeo y Santiago, 2020; Straub, 2019). “Tradicionalmente estas interacciones suelen venir de la mano de desconfianzas y dificultades, propias del manejo de intereses dispares, pero los cambios constantes obligan a acercar posturas y generar propósitos comunes que beneficien a todas las partes” (Fragueiro, 2020, p.16).

Pensamiento en red. Las nuevas generaciones piensan de manera reticular. Buscan tejer alianzas transversales para empujar sus agendas específicas. Saben que necesitan del diálogo y los acuerdos. Si bien es cierto que les cuesta comprender a quien no comparte sus mismos objetivos, en contrapartida son especialmente idóneos para activar todos los recursos propios y ajenos en pos de sus propósitos.

Comprenden la necesidad de asociarse con actores antes impensados, ya fuera por distancia, acceso o diversidad ecosistémica. Esta flexibilidad

orientada a propósitos permite lo que era sumamente difícil en generaciones anteriores: alineamiento de intereses públicos, privados y del tercer sector. Contar con esa posibilidad es inmenso, pues permite generar consensos mucho más amplios sumando adeptos por fuera de los márgenes de negociación tradicionales.

Visión

Este nuevo contexto requiere una reformulación de las normas que hasta ahora conducían el diálogo público. ¿Cuáles son los desafíos comunicacionales que presenta hoy la democracia? La lógica anterior está evidentemente perimida y las nuevas reglas de juego todavía están en elaboración. Es una oportunidad óptima para fortalecer los beneficios que propone esta nueva etapa y mitigar sus riesgos, abordando algunos desafíos comunicacionales con los que debe lidiar la democracia.

a. Redefinición del propósito de la comunicación política

Toda comunicación pública está al servicio de la democracia y requiere un enfoque en la ciudadanía. Los ciudadanos son los destinatarios finales de las decisiones políticas y, como votantes, son los decisores de quiénes y cómo deben llevar adelante el gobierno de turno. Esto vuelve esencial el desafío de fomentar un diálogo fluido entre los actores públicos, es decir entre la clase política, los medios de comunicación y los ciudadanos.

b. Institucionalidad

Una comunicación política honesta da lugar a un diálogo interinstitucional sólido, sincero, frecuente y abierto, permite acercar diferencias en materia de agenda de los actores y refuerza las reglas de juego compartidas.

c. Confianza y autoridad

Para lograr ese diálogo fluido se hace necesario confiar en el interlocutor. La confianza hoy ya no viene dada por el cargo que una persona ocupa, por la edad que tiene o por el poder que detenta. Quien busque representar a los votantes, tanto en el oficialismo como en la oposición, debe ganarse esa confianza. La autoridad hoy se basa en los hechos, en la autenticidad y coherencia de vida que pueda mostrar la persona. Y a esos hechos y trayectoria

comprobados debe sumarse un tipo de liderazgo cercano, empático, abierto a la escucha activa y una comunicación que aborde hechos que impactan. Razón con emoción: una relación basada en la confianza permite nutrir la propia agenda de temas con aportes de otros actores.

d. Refuerzo de la confianza en el sistema

Frente a los riesgos de la desconfianza hacia la clase política, el entorno digital abre un amplio espectro de posibilidades para que los gobernantes puedan establecer relaciones multidireccionales con la ciudadanía, estar más cercanos y atentos a sus demandas. En efecto, el que los vínculos surgidos de las redes globales sean débiles, diversificados y especializados (Castells, 1997) no significa que generen aislamiento ni el fin de la comunidad, sino que permiten reinterpretar las relaciones sociales y amoldarlas a las necesidades específicas de esta.

De tal modo, las redes se presentan como herramientas que pueden contribuir a la reconfiguración del lazo representativo. La valoración contemporánea de los dirigentes se inscribe en la necesidad de que estén presentes. La proximidad es un requisito exigido por parte de la ciudadanía y en este punto las redes sociales aportan un espacio ideal para mostrarse más cercanos. En esta coyuntura, las estrategias de comunicación política electoral o gubernamental se vuelven fundamentales para generar confianza, crear sentidos, interpretaciones y configurar identidades e identificaciones.

e. Cocreación

El desafío de comunicar hoy reside en repensar y descubrir nuevas ventajas en otros espacios, en visualizar interconexiones e interdependencias de actores internos y externos. La comunicación política hoy es exitosa cuando logra encontrar formas y momentos para dialogar tendiendo puentes orientados a alcanzar propósitos compartidos.

f. Ajuste de tiempos

El tiempo es todo en política. El tiempo es todo en comunicación. El desajuste del “tempo” comunicacional que muestran hoy los actores es evidente e impide un diálogo sincrónico. La clase política hoy se comunica más lentamente que el resto de los actores, se está quedando atrás y es vital que acomode ese desfase para mejorar el diálogo público. Se trata, también, de generar más comunicación proactiva para poder proponer temas en la

agenda. Los líderes necesitan comunicarse de manera rápida, breve, visual, presentar contenidos pensados para plazos más cortos, de impacto emocional, y basados en hechos tangibles.

Conclusión

A lo largo del capítulo se trazaron respuestas sobre cuáles son los actores de la opinión pública y los procesos de interacción entre ellos. El impacto en la vida democrática se abordó tanto desde los riesgos que erosionan las legitimidades de gestión, la creciente polarización, estilos de comunicación reactiva y debates de corto plazo, como los beneficios de la institucionalidad y el pensamiento ecosistémico y en red. Por último, se presentó la visión sobre una redefinición del propósito de la comunicación política, la institucionalidad, la confianza en el sistema y los procesos de cocreación.

El siglo XXI comenzó con internet y en muy pocos años se digitalizó plenamente. Todas las dimensiones de la vida social cambiaron con la globalización que permitió la revolución digital. El pensamiento reticular, la hiperexposición en redes sociales y la extimidad cambiaron las reglas de juego de los actores sociales. El diálogo público adquiere nuevas características y necesita adaptar su comunicación a este esquema. Las batallas comunicacionales entre agendas se ven redefinidas por nuevos actores que hoy intervienen con contundencia.

Un individuo puede proponer un tema y, si es validado por una cantidad suficiente de personas, se convierte en viral y tanto medios como políticos, quienes anteriormente marcaban los temas de discusión, deben responder reactivamente a ellos. Las nuevas agendas deben anticipar los temas que le interesan a la ciudadanía.

Las reglas de juego cambiaron y también cambió la función de los medios de comunicación. Si bien la función de los políticos no se ve alterada porque el sistema político permanece, sí cambia el nivel de confianza que despiertan en los votantes y el interés que éstos muestran por las agendas que los políticos proponen.

Los temas de agenda no cambiaron demasiado desde el inicio de la democracia en la Argentina: economía, salud, educación, seguridad, derechos humanos, federalismo, son temas que permanecen. Varió, sí, el modo en que la relevancia de estos temas se transfiere de un actor a otro. Varió también el

grado de confianza depositada por los ciudadanos en la política y en los medios de comunicación, hoy mucho menor que cuatro décadas atrás. Creció, sin dudas, el empoderamiento de los ciudadanos como actores decisivos y efectivos del diálogo público. Se hace necesario repensar la dinámica de la opinión pública en este nuevo contexto cocreativo e interconectado para reforzar el diálogo y lograr un grado de institucionalización democrática cada vez más sólido.

Bibliografía

- Alexander, J. (2004), Pragmática cultural: actuación social entre el ritual y la estrategia. *Teoría sociológica*, 22(4), 527-573.
- Alperstein, N., (2021). Social Influencers, Creadores de Contenidos y Mediadores de Redes en Movimientos Sociales. *Activismo en los medios de comunicación en la era digital*, 75-103.
- Amadeo, B. (2015). Comunicación pública y cultura política. En Adriana Amado (ed.) *La comunicación pública como espectáculo*. Fundación Konrad Adenauer. 345-371.
- (2016a). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, 5(2), 155-181.
- (2016b). Comunicación de gobierno y legitimidad, en *Seminario de inmersión para la gestión en Comunicación y Gobernabilidad*. Universidad Austral, 23 y 24 de septiembre.
- (2022). “Comunicación de gobierno y democracia de calidad” Maraton ComPol. *Comunicar para gobernar. Legitimidad e innovación*. Usina del Arte. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 25 de agosto de 2022.
- Amatta, J.M., Castro, S. y Pérez, L. (2016). El enjambre digital en la política argentina. Twitter en las campañas 2011-2013-2015. *Rizoma*, 4(1), 90-104.
- Aruguete, N. (2010). “Poder y Comunicación. Una vulneración al derecho a acceder a la agenda de los medios. *Diálogos de la Comunicación*, (82), 7. FELAFACS.
- (2015). *El poder de la agenda*. Biblos.
- Bárcena, A., & Prado, A. (2017). *Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible*. D-CEPAL.
- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Benassini, C. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. *Revista luciérnaga-comunicación*, 6(12), 16-29.
- Capellán de Miguel, G. (2008). Los ‘momentos’ de la opinión pública, en Capellán de Miguel (ed.), *Opinión Pública, historia y presente*. Trotta, 9-20.
- Carballo, M., López-Escobar, E. y McCombs, M. (2018). Communication, Public Opinion and Democracy: New Challenges, *Communication and Society*, 31(4), 121-134. Universidad de Navarra. (Traducción de las autoras).
- Casermeyro, A. (2003). *Los medios en las elecciones: la agenda setting en la*

- Ciudad de Buenos Aires. EdUCA.*
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Siglo XXI.
- (2010). La sociedad red: una visión global. *Enl@ce: revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 7(1), 139-141., Alianza Editorial.
- (2015). *Redes de indignación y esperanza* (Vol. 1, 1-13). Alianza Editorial.
- Clavero, J. A. (2018). Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, (29), 167-180.
- D´Adamo, O., García Beaudoux, V., Freidenberg, F. (2000). Ese oscuro objeto llamado ‘opinión pública’, en *Medios de comunicación, efectos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?* Editorial de Belgrano.
- Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Bosch.
- (2001). La ciberdemocracia posible: Reflexión prospectiva a partir de la experiencia en España. *Cuadernos de información y comunicación*, (6), 177. CIC.
- Fragueiro, F.; Amadeo, B. y Santiago, A. (2020). *¿Cómo liderar una convergencia hacia la articulación social público-privada?*, Cátedra en Liderazgo Empresarial, Instituto Argentino de la Empresa (IAE), Universidad Austral.
- Fragueiro, F. (2020), *Liderando empresas en cambio permanente*, Cátedra en Liderazgo Empresarial, Instituto Argentino de la Empresa (IAE), Universidad Austral.
- Galup, L. (2019). *Big data & política: De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. EDICIONES B.
- Giddens, A. (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad: modernidad, contingencia y riesgo* (Vol. 12). Anthropos Editorial.
- Jung, J., Petkanic, P., Nan, D. y Kim, JH (2020). Cuando una niña despertó al mundo: un análisis de usuarios y mensajes sociales de Greta Thunberg. *Sostenibilidad*, 12(7), 2707.
- Lippman, W. (1964 [1922]), *La Opinión Pública* (pp. 13-31), General Fabri. 13-31.
- Manín, B. (1992). *Metamorfosis de la representación. Qué queda de la representación política*, 1. Mario Dos Santos (coord.), Editorial Nueva Sociedad, Caracas.
- Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Alianza Editorial.
- McCombs, M. (2006), Las imágenes que tenemos en la cabeza, en *Estableciendo la Agenda* (pp. 135-166), Paidós.

- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Rosanvallón, P. (2007). *La contrademocracia: la política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires, Ediciones Manantial.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo* (Vol. 1). Fondo de Cultura Económica.
- Straub, R. (2019). Managing People: What Management Needs to Become in an Era of Ecosystems, *Harvard Business Review*, Brighton, 5 de junio de 2019.
- Tello, L. (2013). Intimidad y extimidad en las redes sociales: las demarcaciones éticas de Facebook, 205-222.
- Vommaro, G. (2008). *Lo que quiere la gente: los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983-1999)*. Prometeo.
- Wolton, D. (1998). La comunicación política: la construcción de un modelo, en Gauthier, G., Gosselin A., Mouchon, J. (comp.); *Comunicación y política*, Gedisa.