

Medios sociales y la participación política y cívica de los jóvenes. Una revisión del debate en torno a la ciudadanía digital¹

Social media and the political-civic participation of young people. A review of the digital citizenship debate



Beatriz Catalina-García. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (2011), licenciada en Periodismo por UCM (1989), y licenciada en CC. Políticas por la UNED (2014). Profesora Visitante de Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos. Actualmente participa en el Proyecto Regional cofinanciado con Fondos de UJEC “Programa de Actividades Sobre Vulnerabilidad Digital_PROVULDIG-CM” (2016-2018) y en el Proyecto Nacional “Redes sociales, adolescentes y jóvenes: convergencia de medios y cultura digital” financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España (2017-2020). Sus trabajos están relacionados con la esfera pública digital y los usos de Internet.
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España
beatriz.catalina@urjc.es
ORCID: 0000-0003-0464-3225



M^a Cruz López de Ayala López. Licenciada en Sociología (UCM) y doctora en Ciencias de la Comunicación (URJC), es profesora de universidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (URJC), y ha sido Visiting Fellow en el Department of Media and Communications, en la London School of Economic. Sus líneas de investigación son cultura digital y jóvenes; televisión y protección de menores; usos y riesgos de los menores en Internet; mediación parental y comunicación corporativa. Ha participado en numerosos proyectos de investigación, tanto artículos como proyectos competitivos y publicado capítulos de libros y artículos en revistas nacionales e internacionales. También participa regularmente en Congresos internacionales.
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España
mariacruz.lopezdeayala@urjc.es
ORCID: 0000-0002-6989-866X



Rebeca Martín Nieto. Licenciada en Comunicación Audiovisual (UCM). Doctora en Ciencias de la Comunicación y Máster en Neurodidáctica (URJC). Profesora de universidad (URJC). Ha participado en proyectos nacionales de investigación sobre la comunicación en las organizaciones. Actualmente participa en los proyectos nacionales de investigación: “Redes sociales, adolescentes y jóvenes: convergencia de medios y cultura digital” (CSO2016-74980-C2-2-R) y “Aprender a través del testimonio durante la niñez. El papel del maestro e Internet como fuentes de información” (PSI2016-76399-P) ambos financiados por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España (2017-2020). Forma parte de los Grupos de Investigación Solidar&dar y de Investigación sobre Comunicación, Sociedad y Cultura (GICOMSOC).
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España
rebeca.martin@urjc.es
ORCID:0000-0003-3184-3564

1 Este artículo se enmarca en el proyecto “Redes sociales, adolescentes y jóvenes: convergencia de medios y cultura digital” (CSO2016-74980-C2-2-R) financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España (2017-2020).

Cómo citar este artículo:

Catalina-García, B.; López de Ayala López., M. C.; Martín Nieto, R.(2018). Medios sociales y la participación política y cívica de los jóvenes. Una revisión del debate en torno a la ciudadanía digital. *Doxa Comunicación*, 27, pp. 81-97.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a4>

Recibido: 12/09/2018 - Aceptado: 30/09/2018

Resumen:

La preocupación por la apatía, desafección y escepticismo hacia la política convencional por parte de la sociedad en general y de los jóvenes en particular, junto con la percepción de las preferencias de estos últimos por los medios digitales, han llevado a los académicos a investigar en qué medida las oportunidades de participación que ofrecen los medios sociales pueden influir en el compromiso y comportamiento cívico y político. Este artículo examina las investigaciones publicadas sobre el tema en este siglo con el objetivo de identificar los elementos claves del debate en torno al papel de los medios sociales en el desarrollo de la llamada ciudadanía digital.

Palabras clave:

Ciudadanía digital; jóvenes; medios sociales; participación política y cívica.

Received: 12/09/2018 - Accepted: 30/09/2018

Abstract:

The concern regarding apathy, disaffection and skepticism of the society toward conventional politics, especially among young people, together with the perceived preference of this group for digital media, have led academics to conduct research to determine the extent to which the opportunities for participation offered by social media can influence civic and political engagement and behaviour. This article examines research related to this subject which has been published since the beginning of the current century for the purpose of identifying the salient elements of the debate regarding the role of social media in the development of digital citizenship.

Keywords:

Digital citizenship, youth, social media, political and civic participation.

1. Introducción

El escaso o nulo interés del individuo por los asuntos políticos o por acciones cuyo éxito depende del compromiso cívico ha sido puesto reiteradamente de manifiesto en diversos frentes, no solo durante los sucesivos procesos electorales de las democracias más arraigadas y tradicionales, sino también con numerosas investigaciones enfocadas desde esta perspectiva. Dos muestras de ello se evidencian en sendas encuestas del CIS: por un lado, en el informe del 2005 sobre participación se destaca que el 69,7% de la población declaraba que la política le interesaba poco o nada; y por otro, el sondeo del 2016 concluye que casi la mitad de los españoles aseguran que prestan poca o ninguna atención a las noticias de ámbito internacional; cifras poco optimistas en pleno auge de la globalización y de la inclusión participativa en medios sociales digitales.

La aplicación de las nuevas tecnologías en la participación política y en el compromiso cívico viene siendo el eje de debate por cuanto la generalización de redes sociales marca un decisivo rasgo de horizontalidad para el ejercicio de la ciudadanía, aspecto clave y reseñado en diversas investigaciones que se han planteado el grado de éxito de numerosos movimientos cívicos y que, en no pocas ocasiones, han supuesto un antes y un después para la implicación del individuo en los problemas que afectan a un entorno social descontento e insatisfecho con la agenda política y la toma de decisiones de sus representantes.

Mediante una revisión de literatura de las publicaciones científicas más relevantes del presente siglo, este artículo examina los principales ejes vertebradores del debate en torno al efecto de la comunicación digital sobre la participación política y cívica.

En un primer epígrafe se aborda la transformación en la participación ciudadana, poniendo de manifiesto las novedades y lo que permanece inmutable del fenómeno con la extensión de la comunicación digital y su adopción en la dimensión política y cívica.

En un segundo apartado se analiza el significado de los medios sociales en ejemplos concretos de la movilización política y social que, a pesar de que su desarrollo no es esencialmente necesario para la existencia de la ciudadanía, sí responden a una clara manifestación de ésta; al respecto, se destaca la complementariedad, pero también las divergencias entre lo online y lo offline en el compromiso y comportamiento político en estos movimientos. A continuación, y como tercer eje, se plantea la formación de los jóvenes sobre la base del uso de medios sociales como un elemento clave para encauzar la predisposición y voluntad de este sector de la población hacia lo político. Por último, y como uno de los factores reseñables para la estimulación del individuo como ciudadano, se destaca la consulta de noticias y fuentes de información haciendo uso para ello de las redes sociales y que, a priori, contribuyen a fomentar la participación política entre los jóvenes.

2. Objetivos y método

La técnica metodológica que se utiliza es de tipo cualitativo. Esta opción se deriva del carácter exploratorio de este estudio, cuya finalidad es doble: por un lado, sintetizar las principales ideas para comprobar si el concepto de ciudadanía realmente ha cambiado con la generalización del entorno digital; y, por otro, mostrar una recopilación novedosa del debate abierto en la investigación relacionada durante los últimos años.

En este contexto, se plantea esta revisión de la literatura bajo un cuádruple objetivo:

- Describir las diferencias entre los usos tradicionales y digitales para el desarrollo del individuo como ciudadano.
- Explorar en los estudios empíricos aquellas acciones cuyos logros se derivan del empleo de las redes sociales. En este aspecto se indaga también sobre la adopción de lo digital por parte de las organizaciones político-sociales ya consolidadas.
- Plantear las sugerencias y características más destacadas por la literatura académica para la formación del individuo como ciudadano (jóvenes y menores en particular).
- Finalmente, nos aproximamos a la investigación que relaciona la participación con el consumo, producción y difusión de la información de actualidad.

En la búsqueda de investigaciones, realizada entre enero y marzo de 2018, se han empleado diferentes catálogos: Scopus, Dialnet Plus, ID Research y Google Scholar. Como base de esta exploración se han utilizado diferentes términos que, desde nuestro punto de vista, se consideran relevantes para conseguir el propósito deseado. Los más destacados fueron: Ciudadanía; Ciudadanía digital; Jóvenes y ciudadanía; Participación; Participación política; Compromiso ciudadano.

Para la selección de los textos académicos se han establecido, por este orden, los siguientes filtros:

- La publicación de los documentos durante los años correspondientes al siglo XXI.
- El índice de citas cuyo significado implícito es la influencia aportada a estudios posteriores.

Sin embargo, no todos los artículos recopilados eran pertinentes o aportaban ideas originales, de manera que algunos de ellos no aparecen reflejados en la bibliografía. Como complemento, fueron de suma utilidad algunas de las referencias bibliográficas utilizadas por los artículos hallados en un primer momento.

3. Prácticas tradicionales y digitales en la participación y ciudadanía

Considerado el compromiso cívico como el pilar fundamental de la democracia (Gil de Zúñiga et al., 2016), los conceptos de ciudadanía y de participación política no han cambiado tanto en sus fines como lo ha hecho en las acciones y herramientas para su desarrollo. Al respecto, Yamamoto et al. (2015) enumeran diversas actividades asociadas a la participación política tradicional: votar, difundir peticiones, trabajar para una campaña política, asistir a reuniones, ponerse en contacto con funcionarios electos, etcétera; mientras que Anduiza et al. (2010) contrastan dos grupos formales de actividad participativa online: por un lado, estaría la E-petición y el E-contacto, y, por otro, la E-donación y la E-discusión.

La división que realizan Bennett et al. (2008) entre *Actualizing Citizen* (AC) y *Dutiful Citizen* (DC) refleja claramente las diferencias que supone la participación e implicación del ciudadano en los asuntos políticos y el cambio que se ha observado desde la expansión del entorno digital para estos cometidos. Al respecto, es preciso destacar, en primer lugar, el grado de concienciación del deber hacia lo impuesto (débil en AC y fuerte en DC); en segundo lugar, el enfoque que se da a lo político: mientras que el modelo tradicional se caracteriza por su percepción de la votación como el acto central de la democracia, el modelo AC se plantea una perspectiva más amplia traducida en conductas como la relacionada con el voluntariado y el activismo social. Finalmente, y en tercer lugar, el tipo de ciudadano actualizado opta por las redes y los medios digitales para la acción social y la comunicación, en contraste con el obediente y seguidor de normas que se une a las organizaciones sociales ya instauradas, a grupos de interés y a partidos políticos.

En una investigación posterior y aplicando su propia conceptualización de ciudadano, Bennett et al. (2011) consideran que son los jóvenes los que están adoptando los estilos más expresivos de ciudadanía actualizada (AC) para la comunicación tendente a promocionar el compromiso cívico; una actitud que se materializa en el intercambio de contenidos entre compañeros y medios sociales. Para García Jiménez (2018), los ciudadanos se decantan por la acción colectiva junto a sus iguales en redes sociales ante la desconfianza en las instituciones públicas y las dudas sobre la utilidad de sus quejas o protestas; y Hernández Merayo (2011) matiza que el modelo AC no sólo corresponde a los jóvenes ya que, entre otras razones, este sector también participa de los modelos tradicionales.

Efectivamente las acciones participativas han cambiado, al menos, en su procedimiento. Tal y como expone Gil Moreno (2017), es necesario redefinir el activismo teniendo como eje la democracia digital porque, entre otras derivaciones, conlleva una mayor autopercepción del ciudadano sobre su empoderamiento con más posibilidades para ampliar su participación. En una línea similar, Hernández Merayo (2011) defiende la revisión del concepto de ciudadanía y, en consecuencia, el de educación para la ciudadanía. Advierte, además, que la política debe observarse desde una visión más amplia que dé cabida a todas identidades integradas en una gran diversidad de comunidades que no necesariamente deben ser físicas. En la visión más avanzada que Martín Pérez (2016) plantea sobre la base de la obra de Schnaper, la ciudadanía ya se describe, y considera que es lo deseable, como un proceso político cuyo fin es incidir en las relaciones sociales.

Siguiendo a los tipos ideales de Weber, Dahlberg (2011) plantea cuatro posiciones de la democracia digital cuya clasificación responde a tres elementos: el sujeto democrático, la democracia promovida y las asociaciones democráticas relacionadas con medios digitales. Al respecto expone como modelos el liberal-individualista, deliberativo, contrapúblico y el marxista autonomista. En los dos últimos, el autor ve la tecnología de la comunicación como el avance de la democracia radical; en ambos se consideran a las redes digitales como sitios para la lucha y el debate discursivo con desafíos que, en el caso de lo contrapúblico, fortalece a los grupos alternativos marginados u oprimidos; una visión que contrasta en primer lugar, con el modelo deliberativo basado en un debate encaminado al consenso; y, en segundo lugar y con mayor profundidad, lo diferencia del liberalismo-individualismo sustentado sobre la base de que los medios digitales ofrecen un medio para la efectiva transmisión de información y opiniones entre los individuos y los artífices de la toma de decisiones.

En esta disgregación terminológica y conceptual, Gil de Zúñiga et al. (2016) diferencia entre cívicas y sociales a las motivaciones que suscitan la participación: las primeras se entienden como aquellas que, sin adoptar una naturaleza política, se encaminan a resolver los problemas de una comunidad o de un grupo; mientras que las sociales se refieren a la predisposición para entablar discusiones sobre determinados asuntos públicos y vinculadas también a la necesidad de obtener información, expresar opiniones y persuadir al resto a través de conversaciones políticas informales.

4. Movimientos sociales y participación en la esfera digital

Gil Moreno (2017) data el surgimiento de los primeros movimientos sociales popularizados a través de las nuevas tecnologías en la década de los noventa, cuando las revueltas indígenas locales en México se propagan a nivel internacional. El estudio de Velasquez y LaRose (2014) sobre grupos activistas de Estados Unidos muestra la eficacia de la actividad política online, cuya consecuencia directa es la participación de los individuos en acciones conjuntas, aunque con diverso grado de implicación que depende, no obstante, del tipo de acción que se ejerza.

El Movimiento 15-M, en el año 2011, constituye una muestra paradigmática de un alto grado de implicación, hasta el punto de que la opinión pública puso en tela de juicio los pilares tradicionales democráticos de la representación y de la participación electoral. Hernández Merayo et al. (2013), a propósito de este fenómeno popular surgido en España, exponen cómo el uso de las nuevas tecnologías puede conectar horizontal y rápidamente a grupos que evidencian ya cierta predisposición a implicarse, se tiende a borrar las líneas entre lo público y lo privado y se cuestiona la autoridad vigente y la legitimidad de los medios de comunicación tradicionales. Otro ejemplo se advierte en las manifestaciones y protestas en diferentes espacios físicos protagonizadas por estudiantes chilenos para exigir una reforma educativa durante el 2006: ya en esos años sorprendió la rápida transmisión de mensajes y de convocatorias a través de nuevas tecnologías, que facilitaron el éxito de las protestas y en las que, según Valderrama (2013), fueron claves tres elementos: el alto nivel de organización de los jóvenes, la horizontalidad en las comunicaciones y, en último lugar y por extensión, la falta de tutelaje político.

Esta relación directa entre la participación offline y la online es también planteada por Borge et al. (2012) que, sobre la base de la teoría de la normalización de Margolis y Resnick (2000), observan que los individuos realizan en el entorno digital las mismas acciones participativas que ya desarrollaban fuera de línea; los medios sociales y, en general Internet, no aumentan la cantidad de participantes, sino que se refuerza la participación de los que ya se implicaban. Robinson y Phillips

(2016) concluyen igualmente que la integración individual en la acción cívica no se puede sostener solo en línea, sino que debe complementarse con una fuerte participación en el entorno físico con el fin de fomentar un compromiso saludable y mantenido en el tiempo. Esta relación complementaria e integradora de las formas online y offline para el compromiso político es también defendida por Hargittai y Shaw (2013) quienes muestran su escepticismo ante la capacidad de Internet para transformar los patrones ya existentes sobre participación política, aunque sí reconocen que facilita nuevos caminos hacia el compromiso.

Cornelissen et al. (2013) se muestran reacios a considerar que determinadas acciones llevadas a cabo vía online, como marcar con un *like* en una causa social o en proyectos de cambio, suponga un acto real de participación ciudadana; un hecho que denominan como *clicktivism*, término ya consolidado en la investigación relacionada (Karpf, 2010; Butler, 2011; Drumbl, 2012). Sí se admite que supone una forma de expresar la preocupación de la ciudadanía a bajo coste y permite lograr que los terceros se sientan apoyados; sin embargo esta actitud puede desembocar en la creación de *slacktivists*, que puede definirse como “ciudadanos vagos” al autoconsiderarse que, con un solo click, ya han contribuido a mejorar la sociedad (Morozov, 2011; Butler, 2011; Cornelissen et al. 2013).

Desde una perspectiva más optimista hacia la esfera digital, el estudio sobre jóvenes universitarios de Yamamoto et al. (2015), defiende que la expresión política tiene un importante efecto movilizador sobre la participación offline entre aquellos individuos que consumen y consultan blogs, redes sociales o foros; mucho mayor que la detectada entre los universitarios que utilizaron herramientas offline. Holt et al (2013) consideran que la participación ya no hay que medirla con valores tradicionales como la concurrencia a las elecciones o la participación en mítines, sino que es preciso añadir factores claves como la gestión de un perfil en redes sociales o la participación en debates y discusiones online.

Anduiza et al. (2010) exponen una visión intermedia por la cual, aun habiendo actividades presenciales, como la implicación en protestas, que inciden en la participación por internet, sí observan la independencia o autonomía de determinados comportamientos online. De sus hallazgos se sugiere además que la participación en el entorno digital, pero no en el físico, es consecuencia de la fácil accesibilidad que caracteriza a los medios sociales en Internet. Lane et al. (2017) consideran que el uso de medios sociales para mantener relaciones constituye un elemento motivador para reforzar el compromiso político, cuyo nivel de intensidad es mayor en aquellos usuarios que frecuentemente comparten información política para mostrar su desacuerdo o para reafirmar sus opiniones.

En determinados Estados, como Turquía, cuya práctica del régimen democrático es actualmente centro de controversia, el uso de Internet para la participación y el compromiso ciudadano se plantea desde una visión bipolar. Al respecto, Ünal (2017) halla que una parte importante de la población juvenil de ese país considera que los entornos online constituyen una parte fundamental de la expresión democrática en los que pueden opinar y compartir contenidos políticos reforzando su autoeficacia política; sin embargo, se evidencia también un sector importante de jóvenes que desconfía de estas vías derivado, según el autor, de su preocupación ante la posibilidad de represalias o daños y de su visión de las redes sociales, no como estructuras democráticas, sino como fuente para el antagonismo y el conflicto con personas que pretenden imponer a los demás sus propias opiniones.

Dentro de esta perspectiva geopolítica es importante señalar la influencia de las redes sociales en Estados restrictivos de los derechos individuales y sociales. En los seis países pertenecientes al Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo (CCG), Elareshi et al. (2014) sostienen que los universitarios encuentran en Internet un espacio adecuado para publicar sus opiniones y percibir, a pesar del riesgo, una forma de satisfacer su falta de libertad de expresión; en otras palabras, en escenarios donde la participación offline es prácticamente inexistente no ha lugar a complementarlo con lo digital; simplemente se sustituye una por otro.

En Hong Kong, donde se aplica el peculiar modelo integrador de “Un país, dos sistemas”, Ji et al. (2017) observan que la discusión online es un predictor relevante de la participación, pero la influencia es mucho mayor cuando el debate es cara a cara. Los autores argumentan que los contenidos discursivos en la esfera digital son menos ricos y, en ocasiones, excesivamente superficiales, aunque sugieren que la causa de ello se deriva de la presión política del gobierno chino que conlleva, a su vez, a una autocensura de los hongkoneses para compartir sus opiniones por internet.

En los casos particulares de Estados occidentales con tradición democrática, los resultados hallados por la investigación académica son divergentes entre sí: Xenos et al. (2014) observan una fuerte relación entre el uso de medios sociales y el compromiso político entre los jóvenes de Estados Unidos, Australia y Reino Unido; hecho que para los autores resulta esperanzador para paliar las desigualdades políticas. Sin embargo, Theocharis y Loewe (2015) en su estudio sobre jóvenes griegos, ponen en tela de juicio la efectividad de redes sociales como Facebook haciendo una distinción entre discurso político y participación política.

La visión de Theocharis y Loewe es un tanto pesimista al considerar discutible que las actividades y la expresión política en las redes sociales puedan ser conceptualizadas como participación política. Boulianne (2011) ofrece una visión más moderada en su estudio sobre universitarios de Canadá: aunque muestra su escepticismo sobre una relación positiva entre las redes sociales y el compromiso, sí admite que las redes sociales pueden contribuir a captar la información necesaria para que los jóvenes participen en la vida cívica y política, hecho que les puede ayudar a difuminar la tradicional brecha de conocimiento y de participación política que separa a la población juvenil de la adulta.

4.1 Implicación en redes para fomentar la ciudadanía

Las redes sociales conforman, cada vez más, un instrumento utilizado por las diferentes organizaciones y entidades políticas y sociales para obtener el apoyo del ciudadano; aunque, en numerosas ocasiones, no motivan la participación ni incitan a una interactividad con el usuario, como quedó patente en la investigación sobre el perfil en Twitter de alcaldes españoles de Catalina-García et al. (2014); y ello ocurre a pesar de que las redes y medios sociales están diseñados para ofrecer al usuario una información personalizada (Saldaña et al, 2015). Esta práctica parece universalmente generalizada como sugiere Bennett et al. (2011) a propósito de las organizaciones cívicas y políticas de Estados Unidos: aunque algunas de estas se van dando cuenta lentamente del potencial que entraña las redes y se ajustan más a las demandas participativas de un ciudadano actualizado (AC), muchas otras siguen fuera de lugar ante estos cambios y mantienen una comunicación basada en el modelo DC.

El reflejo casi idéntico de determinadas organizaciones en las redes sociales de las estructuras jerárquicas que ejercen en sus acciones offline se distancia del ciudadano para que este se sienta motivado a entablar conversaciones, principio básico de la democracia defendido, entre otros autores, por Dahlgren (2005). Este modo de utilizar las redes sociales es contrario a las sugerencias expuestas por Caldevilla (2009) basadas en obtener la máxima eficiencia para la participación ciudadana y relegando el afán de captar un abultado número de seguidores cuya única participación es probable que se limite al ya mencionado *clicktivismo*.

Como caso práctico y particular de las relaciones con los actores públicos en Facebook, Chan (2016) observa que las vinculaciones de los usuarios con activistas son más estrechas y fuertes que con actores políticos; consecuencia de que los primeros muestran más habilidades en propagar su agenda y en ejercer su influencia. Una cuestión a tener en cuenta ya que el mismo autor, siguiendo el modelo O-S-R-O-R (Orientación inicial-Estímulo-Razonamiento-Orientación posterior-Respuesta) para medir cómo influye el uso de medios en los comportamientos, advierte que los usuarios de Facebook son más propensos que los no-usuarios a participar en política y en protestas. Frente a este ineficaz modo de utilizar el entorno online, Robinson y Philips (2016) sugieren la creación de espacios y políticas que promuevan el compromiso y fomenten un sentido de comunidad, generar sitios online destinados a la resolución de conflictos, aportar facilidades para que los procedimientos cotidianos sean accesibles y, finalmente, personalizar contenidos para mantener un “toque humano”.

5. Hacer ciudadano

La práctica totalidad de la literatura académica coincide en señalar que una correcta y adecuada educación es clave para la formación del individuo como ciudadano; en particular para que pueda desarrollarse una alfabetización mediática crítica (Buckingham & Martínez-Rodríguez, 2013); para ello se requiere que los entornos docente y familiar estén pendientes, no solo de los riesgos, sino también de las oportunidades aportadas por las nuevas tecnologías con el fin de conseguir que los menores sean capaces de consolidar conductas asociadas a valores éticos fortalecidos con la inclusión en redes; un comportamiento que, según De la Torre (2009), está vinculado a una acción formativa de ciudadanía que lleva implícita la participación y, por extensión “una democratización espontánea”.

Bennett et al. (2008) se muestran críticos con los contenidos de los programas sobre educación cívica que, según concluyen, se centran más en el modelo tradicional de ciudadanía (DC); por esta razón consideran deseable que se favorezcan las actividades en red participativas y que propulsen la actualización del ciudadano (AC). En el aspecto particular de los jóvenes, los mismos autores advierten sobre la necesidad de vincular el conocimiento cívico a las habilidades en el entorno online que dispone este sector de la población con el objeto de que no sea excluido de la participación. En el mismo sentido, García Jiménez (2018) lamenta las limitaciones de la enseñanza digital y mediática que, al menos en España, mantiene una orientación instrumental, lo que implica carencias en el desarrollo de habilidades críticas y reflexivas que son claves para generar ciudadanos activos.

Aparte de la educación, Anduiza et al. (2010) consideran que el ejercicio de ciudadanía necesita, por una parte, una cierta predisposición y voluntad del individuo; y, por otra, que reciban impulsos e incitaciones externas ya que la política es ante todo una acción colectiva. No obstante, los autores muestran su pesimismo ante este último punto ya que consideran que

ese impulso o ese llamamiento del exterior viene dado en la mayoría de las ocasiones por recibir apoyo o una respuesta positiva, muy alejado de la deliberación que, según Martínez Nicolás (2011), es elemento clave del ideal democrático.

En un sentido más amplio, Licerias (2014) coincide con Morduchowicz (2003) al plantear que un consumo maduro y eficaz de los medios de comunicación tiene como consecuencia la socialización de los menores, aunque reconoce que los efectos no siempre son los adecuados; como ejemplo, muestra la exposición a la resolución de problemas a través de la violencia o la recepción de contenidos inadecuados en horarios infantiles. Choi (2016) sostiene, no obstante, que un consumo de noticias reflexivo conduce a una mejor comprensión de la política y, por extensión, a una base cognitiva para la participación, la cual se refuerza entre aquellos individuos que tienen mayor experiencia en las redes sociales; extremo planteado también por Hargittai (2003) sobre la relación positiva generada entre el conocimiento de recursos de Internet y la eficacia en el uso del entorno digital para fines y objetivos políticos; y por Rivas et al. (2015), quienes ponen especial énfasis en la importancia del Open Data para modelar y consolidar el empoderamiento ciudadano, potenciar las capacidades sociales del individuo y para la amplitud de su auto-consciencia sobre los derechos democráticos que le amparan.

6. Consumo y difusión de la información para el desarrollo de la ciudadanía

La literatura académica encuentra una vinculación directa entre el consumo de noticias y la participación política, aunque no hay una visión clara sobre el sentido que tiene esta relación; por ello, la delimitación causa-efecto queda difuminada.

Por una parte, Yamamoto et al. (2015) observan que el interés por expresar opiniones políticas en el entorno digital ayuda a los individuos a extraer un mayor volumen de información importante y eficaz para anticiparse a generar debate, compartiendo noticias o intercambiando diferentes puntos de vista en foros o redes sociales, que consecuentemente les lleva a prestar mucha mayor atención a las fuentes de información. Sin embargo, para autores como Gil de Zúñiga et al. (2015) el interés por buscar información y por contrastarla con segundas fuentes online se presenta como elemento predictivo de la participación política; y en la misma línea, Baker et al. (2011) concluyen que el uso entre jóvenes de 16 a 24 años del foro, chat y otras herramientas interactivas incentiva su interés por participar en política; una influencia que también observan con el consumo de medios de comunicación tradicionales, pero con una relevancia mucho menor.

Saldaña et al. (2015) encuentran una vinculación directa de causa-efecto entre la consulta y la implicación: a medida que el individuo consume más noticias, mayor será su participación en política. Holt et al. (2013) hallan igualmente que el consumo de medios sociales y tradicionales se muestra como factor causal para reforzar el interés, especialmente en épocas electorales. No obstante, el grado de influencia entre un formato y otro depende de la edad: los jóvenes compensan una menor atención a las noticias políticas de los medios tradicionales con el uso de las redes y medios sociales. En el seno de este sector de población y coincidiendo con una preferencia por el ámbito digital y en especial por la prensa online, autores como Freeman (2013) y Elareshi et al. (2014) concluyen que el género también es un elemento diferenciador: mientras que los hombres están más interesados por el seguimiento frecuente de la información, las mujeres reconocen que sólo lo hacen cuando algo importante está sucediendo.

Sin embargo, Boulianne (2016) no halla divergencias en el género en cuanto a la frecuencia de consulta, pero sí observa, como Casero-Ripollés (2012), una relación directa en la edad: a medida que se van haciendo mayores aumenta su tenden-

cia a informarse, aunque también es decisiva la gratuidad o no de las fuentes de consulta. Con respecto al origen, en el estudio aportado por D'Haenens et al. (2007) sobre jóvenes residentes en Flandes y Países Bajos, no se detectan diferencias entre la afección cívica declarada por los nativos y por los pertenecientes a minorías; aunque sí se observa que estos últimos, especialmente marroquíes y turcos, orientan su búsqueda a informaciones sobre religión, arte y cultura, mientras que los holandeses y belgas se decantan más por el entretenimiento.

Resulta ya indiscutible que, en términos generales de consumo, la absorción del entorno digital es más profunda entre jóvenes que en adultos, pero sí se pone en tela de juicio que sea la única causa para que los de menor edad releguen a los medios tradicionales. Al respecto, los jóvenes perciben que estas vías de comunicación tienden a estereotiparlos, tanto en la información como en el entretenimiento (Rodríguez San Julián y Megías, 2014), los contenidos no les interesan por estar muy alejados de sus necesidades y demandas (Yuste, 2015), no les inspira confianza ni los consideran imparciales (Echeverría, 2013) y detectan una estrecha afinidad entre los intereses de la prensa y los de grupos dominantes, tanto políticos como económicos (Muñoz Tamayo et al., 2014).

Al examinar los contenidos y tratamiento informativo de los diferentes medios de comunicación de masas, Alcoceba y Mathieu (2007) concluyen que, efectivamente, se muestra a los jóvenes como los sujetos culpables de acontecimientos negativos y hechos conflictivos, en consecuencia se fortalece el desequilibrio entre la presumible inestabilidad del mundo juvenil y la asumida estabilidad del mundo adulto. La adopción a las nuevas tecnologías de medios tradicionales no genera tampoco un aliciente para que los jóvenes recurran a estas vías de consulta; en este sentido, Vázquez Herrero y López García (2017) hallan que las aplicaciones móviles de tres periódicos reconocidos internacionalmente (el británico *The Guardian*, el estadounidense *The New York Times* y *El País* de España) no siempre favorecen que el lector profundice y experimente, con frecuencia se les mantiene en el papel de consumidor pasivo sin potenciar su auto-exploración ni producción de contenidos.

Estos rasgos que caracterizan a los medios tradicionales sugiere que la necesidad de informarse que tienen los jóvenes, en su calidad de ciudadanos, les provoque su inclinación por las redes sociales ya que, como afirma Yuste (2015) constituye su entorno natural debido a la capacidad que les ofrece para interactuar y a la ingente cantidad de información que pueden recibir desde esta vía sin limitaciones espaciales ni temporales. Aunque García García et al. (2014) observan que aún es bajo el nivel de confianza que jóvenes universitarios muestran por la información online, su percepción para seleccionar adecuadamente contenidos es alto; este auto-reconocimiento les lleva a considerar fiables los contenidos que intercambian con su entorno y la perciben como muy útil porque incentivan su creatividad y la utilizan como herramienta para resolver problemas.

Esta búsqueda de información en Internet se asocia positivamente al compromiso político y a la acción cívica (Pasek et al., 2006); incluso el acceso a las redes sociales con fines de carácter privado puede fomentar actitudes cívicas públicas y contribuir al compromiso político (Yu, 2016).

7. Conclusiones y discusión

Existen diversos factores que ponen de manifiesto el protagonismo de la esfera digital para la transformación de la participación en lo político y en lo social, que se evidencia principalmente entre los jóvenes al adoptar de forma natural las nuevas tecnologías: En primer término, este fenómeno se contextualiza en la desafección de toda la población en general y de los jóvenes en particular hacia los modelos tradicionales de democracia que se muestra, por ejemplo, en el alto grado de abstención que se produce en los procesos electorales. En segundo lugar, la horizontalidad que aportan las redes y medios sociales para la participación, que difumina la estructura jerarquizada de representantes y representados en la exposición de opiniones y en la adopción de decisiones. Por último, y como complemento a lo anterior, Internet ha provocado un cambio radical en la consulta y difusión de las noticias, no sólo por la vertiginosa rapidez que permite estas acciones, sino también –y tal vez más importante– la facilidad de cualquier individuo para acceder a un dispositivo digital puede producir informaciones que lleguen a una ingente cantidad de personas sin limitaciones espaciales, generando así nuevos procesos en la producción de la opinión pública como aspecto esencial de la participación democrática.

En consecuencia, es indiscutible la aportación de las nuevas tecnologías a la generación de otras prácticas de participación ciudadana, aunque es preciso reflexionar sobre si la conceptualización de ciudadanía ha experimentado también transformaciones desde su propia base. La literatura académica expuesta hasta ahora no muestra un claro consenso. Al respecto, la dualidad Actualizing Citizen (AC)-Dutiful Citizen (DC) establecida por Bennett et al. (2008) marca las diferentes prácticas de participación política e incluso un avanzado empoderamiento del individuo como ciudadano, pero ¿realmente ha cambiado la acepción de ciudadanía?

Las reticencias planteadas en investigaciones en torno al *clicktivismo* y al *slacktivismo* no aportan precisamente un rotundo optimismo a esta transformación del concepto; de hecho, se observa que la implicación ciudadana en el entorno offline es básica para la práctica en la esfera digital. El fenómeno *clicktivista* es aquel en el que el individuo reduce su participación ciudadana o política al ámbito online a través de “retuiteos”, marcación de contenidos que le gustan o participación en recogidas de firmas online, sin ir más allá en sus acciones y, por tanto, sin avanzar en su compromiso cívico o político.

Estas acciones sirven para mostrar recelo u ofrecer apoyo a otros y pueden derivar, en ciertos casos, en ciudadanos que creen poder mejorar la sociedad desde la distancia, sin un compromiso social más profundo. Sí es cierto que las consecuencias derivadas de diferentes movimientos sociales (15-M como caso paradigmático) probablemente se hubiesen quedado en hechos anecdóticos si se hubiesen producido al margen de las redes sociales y de las nuevas tecnologías, pero diversas investigaciones no dudan en señalar que ser ciudadano implica también una predisposición del individuo para desempeñar este rol y no tanto los métodos o las vías usadas para su desarrollo.

En esta reflexión es también clave seguir profundizando en tres aspectos que mantienen diversos nexos entre sí: en primer lugar, los obstáculos mantenidos por la gran mayoría de entidades políticas y sociales ya arraigadas que, tal y como han demostrado las diversas investigaciones empíricas, no saben o no quieren aprovechar el entorno digital para mantener una comunicación directa y horizontal con el ciudadano y, en consecuencia, los intereses de estos grupos se alejan, en no pocas ocasiones, de las expectativas que tiene el individuo para cambiar su entorno.

Por otra parte, la educación para la ciudadanía es esencial con el propósito de que el individuo, desde su juventud y desde etapas etarias anteriores, sepa mostrar una visión crítica y constructiva del entorno. La literatura relacionada incide en el desarrollo de esta formación que despierte la motivación y el empoderamiento; sin embargo, las investigaciones evidencian que esta educación no se está poniendo en práctica de forma correcta y suficiente.

Conectado con lo anterior, el consumo y difusión de la información es clave para la formación del ciudadano. Sin embargo, no hay coincidencia científica entre cuál es la causa y cuál el efecto: si la consulta y publicación de noticias refuerza la voluntad del individuo para ejercer su rol como ciudadano o si realmente es necesaria esa cualidad para interesarse por la actualidad. Al margen de esta disyuntiva, es evidente que la generalización de Internet ha marcado un antes y un después en el consumo y difusión de información aportando un sentido integral al concepto de prosumidor, especialmente entre los jóvenes que, por su naturaleza digital y por su escasa afinidad con los medios tradicionales, optan mayoritariamente por ejercer esta acción en redes y medios sociales digitales.

La revisión que se ha llevado a cabo sobre la producción científica en este siglo XXI en torno a ciudadanía y participación política pone de manifiesto la evolución que se ha producido: el papel de los medios sociales en las diferencias entre lo online y lo offline en el compromiso político y el papel de la educomunicación para fomentar el pensamiento crítico.

Los respectivos significados de ciudadanía y participación política han evolucionado más las formas que el fondo. Los fines se han mantenido a lo largo del tiempo, aunque destaca la manera en la que se han desarrollado ambos supuestos. Son precisamente las acciones lo que condiciona la significación del ciudadano comprometido en un sentido más innovador o más clásico; en un estilo más expresivo o más tradicional. En el desarrollo de las diferentes acciones toma un papel predominante el acceso a Internet y el dominio de las nuevas tecnologías.

Es precisamente la facilidad de acceso a Internet y a las redes sociales las que han hecho nacer un nuevo activismo que ha evolucionado hacia el ciberactivismo. En este último, la ciudadanía percibe mayor posibilidad de participación y se redescubre como alguien comprometido socialmente, dispuesto a resolver problemas de la comunidad o a participar en la promoción de conversaciones con los servidores públicos que podrían resolverlas. No transforma de manera directa la sociedad pero sí da la sensación, a quien lo practica, de que está comprometiéndose socialmente.

Estas actitudes, en los sistemas democráticos con el derecho a la libertad de expresión consolidado, vienen derivadas principalmente por la facilidad de acceso a las redes sociales. Sin embargo, las redes sociales toman protagonismo en aquellas sociedades donde la libertad de expresión offline no está garantizada.

Hay dos aspectos importantes aún por potenciar en este ámbito de la ciudadanía digital: por un lado, si bien es cierto que las organizaciones usan cada vez más las herramientas online de comunicación, la motivación respecto a su uso queda muy reducido; podrían potenciar la intercomunicación con el ciudadano, usuario de las redes sociales, a través de la creación de plataformas específicas para la acción comprometida. Y, por otro lado, es necesario que desde los ámbitos docentes se empiece a tomar conciencia de la importancia de desarrollar la alfabetización mediática crítica, que ayudará, como consecuencia, a alcanzar mayores niveles de compromiso social y, por tanto, el ejercicio de una ciudadanía digital real.

Para poder adoptar una nueva conceptualización de la ciudadanía es preciso, por tanto, la transformación de diferentes elementos que conlleven, entre otros aspectos, una nueva visión de la participación ciudadana con una asunción auténtica

de este objetivo por parte de los estamentos político-sociales ya arraigados y que estén convencidos de la necesaria implicación de todo el conjunto social, además de una voluntad real de formar al individuo y la certeza de este para desempeñar su rol como ciudadano. Las nuevas tecnologías son herramientas indiscutibles y tremendamente eficaces para este cambio, pero no son suficientes, al menos hasta ahora.

8. Referencias bibliográficas

- Alcoceba, J.A. y Mathieu, G. (2007). *Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación*. Madrid: Injuve. <http://studylib.es/doc/8437883/manual-de-buenas-pr%C3%A1cticas-para-el-tratamiento-de>
- Anduiza, E.; Cantijoch, M.; Gallego, A. y Salcedo, J. (2010). *Internet y participación política en España*. CIS, Opiniones y Actitudes, 63.
- Bennett, W.L.; Wells, C. y Freelon, D. (2011). Communicating civic engagement: Contrasting models of citizenship in the youth web sphere". En: *Journal of Communication*, 61(5), pp. 835-856. <http://dfreelon.org/wp-content/uploads/2008/06/bennettwellsfreelon2011.pdf>
- Bennett, W. L.; Wells, C. y Rank, A. (2008). Young citizens and civic learning: Two paradigms of citizenship in the digital age". En: *Citizenship studies*, 13(2), pp. 105-120.
- Borge, R.; Cardenal, A. S. y Malpica, C. (2012). El impacto de Internet en la participación política: Revisando el papel del interés político". En: *Arbor*, 188(756), pp. 733-750. <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1497>
- Boulianne, S. (2016). Online news, civic awareness, and engagement in civic and political life". En: *New media & society*, 18(9), pp. 1840-1856. DOI: 10.1177/1461444815616222.
- (2011). Stimulating or reinforcing political interest: Using panel data to examine reciprocal effects between news media and political interest". En: *Political Communication*, 28(2), pp. 147-162.
- Buckingham, D. y Martínez-Rodríguez J.B. (2013). Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares/Interactive Youth: New Citizenship between Social Networks and School Settings". En: *Comunicar*, 20(40), pp. 10-13.
- Butler, M. (2011). *Clicktivism, slacktivism, or "real" activism cultural codes of American activism in the internet era*. Tesis de Maestría: University of Colorado at Boulder.
- Caldevilla, D. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales". En: *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias*, 3(2), pp. 31-48. <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/viewFile/PEPU0909220031A/15218>
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital/Beyond Newspapers: News Consumption among Young People in the Digital Era". En: *Comunicar*, 20(39), pp. 151-158. <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=39-2012-17>

Catalina-García, B.; López de Ayala López, M.C.; Fernández Fernández, J.G. (2015): "Twitter como plataforma de los alcaldes para la comunicación pública/The use of Twitter by mayors to promote public communications", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2): pp. 757-772. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50884/47228>

Chan, M. (2016). Social network sites and political engagement: exploring the impact of Facebook connections and uses on political protest and participation". En: *Mass Communication and Society*, 19(4), pp. 430-451.

Choi, J. (2016). Differential Use, Differential Effects: Investigating the Roles of Different Modes of News Use in Promoting Political Participation". En: *Journal of ComputerMediated Communication*, 21(6), pp. 436-450. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12176/full>

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2016). *Actitudes hacia la cooperación internacional II*. Estudio 3130, 20 de febrero. http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120_3139/3130/es3130mar.pdf

--- (2005). *Representación y participación política en España*. Estudio 2588, 12 de enero. http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2580_2599/2588/e258800.html

Cornelissen, G.; Karelaia, N. y Soyer, E. (2013). Clicktivism Or Slacktivism? Impression Management and Moral Licensing. En: *ACR European Advances in Consumer Research*, 10, pp.244. <http://docshare03.docshare.tips/files/25302/253020614.pdf>

Dahlberg, L. (2011). Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'. En: *New media & society*, 13(6), pp. 855-872. http://pages.uoregon.edu/koopman/courses_readings/phil123-net/publicness/dahlberg_dig_dmcy_four.pdf

Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. En: *Political communication*, 22(2), pp. 147-162. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584600590933160>

De la Torre, A. (2009). Nuevos perfiles en el alumnado: la creatividad en nativos digitales competentes y expertos rutinarios. En: *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 6(1). <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/3232/1/torre.pdf>

D'Haenens, L.; Koeman, J. y Saeys, F. (2007). Digital citizenship among ethnic minority youths in the Netherlands and Flanders. En: *New Media & Society*, 9(2), pp. 278-299. <http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/2/278>

Drumbl, M.A. (2012). Child soldiers and clicktivism: Justice, myths, and prevention. En: *Journal of Human Rights Practice*, 4(3), pp. 481-485.

Echeverría, M. (2013). ¿Apatía o desencuentro? Patrones de consumo y recepción de información política y gubernamental en jóvenes. En: *Global Media Journal México*, 8(15), pp.42-65.

Elareshi, M.; Ziani, A.K. y Gunter, B. (2014). How GCC university students get local news and information. En: *Studies in Media and Communication*, 2 (2).

García García, F.; Gertrudix Barrio, M. y Gertrudix Barrio, F. (2014). Análisis de la incidencia de la dieta de servicios digitales en la utilidad y confianza de la información en internet en los jóvenes universitarios/Analysis of the incidence of media digital repertoires in the utility and reliability of information on the Internet in university students. En: *Comunicación y Sociedad*, 27(1), pp. 59-81. http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=479

- García Jiménez, A. (2018). La participación de los menores y su empoderamiento en Internet. En E. Jiménez, M. Garmendía y M.A. Casado (coord.). *Entre selfies y whatsapps. Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada*. Barcelona: Gedisa, pp. 227-245.
- Gil de Zúñiga, H.; Valenzuela, S. y Weeks, B.E. (2016). Motivations for political discussion: Antecedents and consequences on civic engagement. En: *Human Communication Research*, 42(4), pp. 533-552. <https://goo.gl/udvjdU>
- Gil de Zúñiga, H.; GarciaPerdomo, V. y McGregor, S.C. (2015). What is second screening? Exploring motivations of second screen use and its effect on online political participation. En: *Journal of Communication*, 65(5), pp. 793-815.
- Gil Moreno, E. (2017). Nuevos activismos sociales en la era digital: de las masas al crowd. En: *Política y Sociedad*, 54(1), pp. 191-208. <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/48914/50568>
- Hargittai, E. y Shaw, A. (2013). Digitally savvy citizenship: The role of internet skills and engagement in young adults' political participation around the 2008 presidential election. En: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), pp. 115-134.
- Hargittai, E. (2003). The digital divide and what to do about it. En: *New Economy Handbook*, D.C Jones, San Diego, CA: Academic Press. pp. 822-841. <http://www.webuse.org/webuse.org/pdf/Hargittai-DigitalDivideWhatToDo2007.pdf>
- Hernández Merayo, E.; Robles-Vilchez, M.C. y Martínez-Rodríguez J.B. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M/Interactive Youth and Civic Cultures: The Educational, Mediatic and Political Meaning of the 15M. En: *Comunicar*, 20(40), pp. 59-67. <http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=40-2013-08>
- Hernández Merayo, E. (2011). El compromiso cívico y político de los jóvenes y el rol de las nuevas tecnologías en educación: modelos de e-democracia. En: *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 71 (25,2), pp. 101-124. <http://www.redalyc.org/html/274/27422047006/>
- Holt, K.; Shehata, A.; Strömbäck, J. y Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? . En: *European Journal of Communication*, 28(1), pp. 19-34.
- Ji, Y., Zhou Y. y Kim, S. (2017). A moderated mediation model of political collective action in Hong Kong: examining the roles of social media consumption and social identity. En: *Asian Journal of Communication*, 27(5), pp. 497-516, DOI: 10.1080/01292986.2017.1336777.
- Karpf, D. (2010). Online political mobilization from the advocacy group's perspective: Looking beyond clicktivism. En: *Policy & Internet*, 2(4), pp. 7-41. <https://goo.gl/zS6Hrf>
- Lane, D.S.; Kim, D.H.; Lee, S.S.; Weeks, B. E. y Kwak, N. (2017). From Online Disagreement to Offline Action: How Diverse Motivations for Using Social Media Can Increase Political Information Sharing and Catalyze Offline Political Participation. En: *Social Media + Society*, 3(3), pp. 1-14. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305117716274>
- Liceras, Á. (2014). La educación informal de los medios de comunicación y la protección de los menores de la violencia en televisión: historia de un fracaso. En: *Profesorado. Revista del curriculum y formación del profesorado*, 18(2), pp. 353-365 <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/33528/1/rev182COL12.pdf>

Margolis, M. y Resnick D. (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution"*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA, ISBN: 9780761913313.

Martín Pérez, A. (2016). El concepto de ciudadanía en la obra de Dominique Schnapper: entre el tipo ideal sociológico y el ideal de sociedad democrática. En: *Política y Sociedad*, 53 (1), pp. 101-121.

Martínez Nicolás, M. (2011). De la brecha digital a la brecha cívica. Acceso a las tecnologías de la comunicación y participación ciudadana en la vida pública. En: *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 86, pp 24-36. https://telos.fundaciontelefonica.com/docs/2011/05/18/10360001_4_4_0.pdf#page=18

Morduchowicz, R. (2003). El sentido de una educación en medios. En: *Revista Iberoamericana de Educación*, 32. <http://rieoei.org/rie32a02.htm>

Morozov, E. (2011). *The net delusion: How not to liberate the world*. UK: Penguin.

Muñoz Tamayo, V.; Durán, C. y Thayer, E. (2014). Los jóvenes populares urbanos frente a la prensa escrita y digital: distorsiones, identificaciones, distancias y silencios. En: *Ultima década*, 22(41), pp. 89-123. <https://goo.gl/lj8mr7>

Pasek, J.; Kenski, K.; Romer, D. y Jamieson, K.H. (2006). America's youth and community engagement: How use of mass media is related to civic activity and political awareness in 14-to 22-year-olds. En: *Communication Research*, 33(3), pp.115-135. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.455.6814&rep=rep1&type=pdf>

Rivas, B.; de Cisneros, J.C. y Gertrudix, F. (2015). Análisis acerca de las claves en las Políticas Educativas para el Empoderamiento Ciudadano. En: *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (53), pp. 1-19. <https://goo.gl/YMn8Wh>

Robinson, L. y Phillips, J. (2016). *What Motivates Cituzen Participates?*. University of Toronto: The Digital Public Square

Rodríguez San Julian, E. y Megías, I. (2014). La mirada de los jóvenes: La imagen de los y las jóvenes en los medios de comunicación. Percepciones desde los propios jóvenes. En *VVAA.: Jóvenes y Medios de comunicación: El desafío de tener que entenderse*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y juventud, pp. 10-19.

Saldaña, M.; Mcgregor, S.C. y Gil De Zuniga, H. (2015). Social media as a public space for politics: Cross-national comparison of news consumption and participatory behaviors in the United States and the United Kingdom. En: *International Journal of Communication*, 9, pp. 3304-3326.

Theocharis, Y. y Lowe, W. (2015). Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment. En: *Information, Communication & Society*, 19(10), pp. 1465-1486.

Únal, S. (2017). Young citizens of the information era: Attitudes towards the political use of digital social networks. En: *Journal of Human Sciences*, 14(3), pp. 2510-2540.

Valderrama, L.B. (2013). Jóvenes, Ciudadanía y Tecnologías de Información y Comunicación. El movimiento estudiantil chileno. En: *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11 (1), pp. 123-135.

Vázquez-Herrero, J. y López-García, X. (2017) . Immersive Journalism Through Mobile Devices: How Virtual Reality Apps Are Changing News Consumption. En Rocha, A. et al. (eds.). *Recent Advances in Information Systems and Technologies*, WorldCIST 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 571. Springer, Cham

- Velasquez, A. y LaRose, R. (2014). Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy. En: *New Media & Society*, 17(6), pp. 899-918. <https://goo.gl/gjm45B>
- Xenos, M.; Vromen, A. y Loader, B.D. (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. En: *Information, Communication & Society*, 17(2), pp. 151-167.
- Yamamoto, M.; Kushin, M.J. y Dalisay, F. (2015). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. En: *New Media & Society*, 17(6), pp. 880-898.
- Yu, R.P. (2016). The relationship between passive and active non-political social media use and political expression on Facebook and Twitter. En: *Computers in Human Behavior*, 58, pp. 413-420.
- Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. En: *Revista de Estudios de Juventud*, 108, pp. 179-191.

