

**ARTÍCULOS/ARTICLES**

# Los años del aceleramiento de la digitalización: redes sociales, implicación cívica y procesos electorales en Estados Unidos y Latinoamérica durante la coyuntura de la pandemia del COVID-19

Acceleration in digitalization: social networks, civic involvement and electoral processes in the United States and Latin America during the COVID-19 pandemic

**Daniel Javier de la Garza Montemayor**

Universidad de Monterrey, México  
daniel.delagarza@udem.edu

**Recibido/Received:** 17/3/2023

**Aceptado/Accepted:** 11/9/2023



## RESUMEN

La pandemia del COVID-19 implicó un aceleramiento en la digitalización en prácticamente todos los aspectos de la vida social. De forma muy notable, en la primera etapa de la crisis sanitaria, los medios digitales se convirtieron casi en el único canal mediante el cual las personas podían expresarse, tomando en cuenta las medidas de distanciamiento social que se decretaron en la mayoría de los países. En este artículo de revisión realizamos un análisis de cómo este momento histórico tuvo un impacto en la participación cívica de los ciudadanos en Estados Unidos y en Latinoamérica, en especial, durante los procesos electorales que se celebraron en estos países. El enfoque del artículo es de carácter cualitativo, a través de un análisis de información de los principales estudios académicos y cobertura periodística sobre los casos de estudio seleccionados. Se narra la experiencia del proceso electoral estadounidense del 2020, las elecciones intermedias en México en 2021, así como las elecciones presidenciales en Chile y Colombia. En todos los casos, las campañas tuvieron que recurrir a estrategias digitales con el fin de generar adhesiones. El estudio concluye que estamos en un innegable cambio de época, pero sus implicaciones son de pronóstico reservado, en buena medida porque no está claro si el uso de las nuevas tecnologías realmente contribuye a fortalecer valores democráticos.

**PALABRAS CLAVE:** redes sociales; medios digitales; Latinoamérica; Estados Unidos; COVID-19.

**CÓMO CITAR:** De la Garza Montemayor, D. J. (2023). Los años del aceleramiento de la digitalización: redes sociales, implicación cívica y procesos electorales en Estados Unidos y Latinoamérica durante la coyuntura de la pandemia del COVID-19. *Revista Centra de Ciencias Sociales*, 3(1), 29-49. <https://doi.org/10.54790/rccs.60>.

English version can be read on <https://doi.org/10.54790/rccs.60>

**ABSTRACT**

The COVID-19 pandemic triggered an acceleration in digitization in practically all aspects of social life. Most notably, in the first stage of the health crisis, digital media became almost the only channel through which people could express themselves, considering the social distancing measures that were decreed in most countries. In this article we analyze how this historical moment had an impact on the civic participation of citizens in the US and Latin America, especially during the electoral processes that were held in these countries. The focus of the article is of a qualitative nature, through an analysis of information from the main academic studies and journalistic coverage of the selected case studies. The experience of the 2020 US electoral process, the midterm elections in Mexico in 2021, as well as the presidential elections in Chile and Colombia are registered. In all cases, the campaigns had to resort to digital strategies to generate adherence. The study concludes that we are in an undeniable change of times, but its implications are of reserved prognosis, largely because it is not clear if the use of new technologies really contributes to strengthening democratic values.

**KEYWORDS:** Social networks; digital media; Latin America; USA; COVID-19.

## 1. Introducción

Para nadie es un secreto que la década del 2010 sentó las bases de una nueva forma de implicación cívica que de forma paulatina fue aprovechada por instituciones públicas y privadas para conectar con nuevos mercados o con la ciudadanía, ya sea para informar o para buscar persuadir con alguna finalidad específica (De Zúñiga y Shahin, 2015). Los medios digitales habían surgido durante la década del 2000, pero se habían limitado a tener en la mayoría de los casos un rol testimonial (Vukanovic, 2009). Esto ha cambiado de manera acelerada en los últimos dos lustros.

Es posible argumentar que esta adopción de las tecnologías fue asimilada antes por los usuarios en diversos contextos que por las organizaciones (El Ouiridi *et al.*, 2016). Nos referimos a esto porque tanto en el sector público como en el privado existieron grandes resistencias en un inicio a tomar en serio la irrupción de las plataformas digitales, en particular el de las redes sociales (Treem, 2015). Con el paso del tiempo, resultó evidente que los efectos de la interacción en el ciberespacio constituían una realidad con la que tendrían que lidiar, y a partir de entonces diversas organizaciones buscaron sacarle el mayor provecho.

En cualquier caso, es importante destacar que la década pasada terminó con un cambio sustancial tanto en la forma de comunicar como en la manera de interactuar. En términos de comunicación, existe la posibilidad de compartir mensajes de texto, vídeos o audios con una facilidad que habría sido inimaginable unos años atrás (Sharma y Shukla, 2016). Pero también es cierto que es más fácil seleccionar a los segmentos de la población que pueden tener una mayor afinidad con el mensaje que se pretende posicionar (Vinerean *et al.*, 2013).

En diez años ha cambiado de manera importante e irreversible tanto el consumo de entretenimiento, la forma de recibir noticias, como la manera de comunicarse con otros. Se sentaron las bases de sociedades interconectadas en las que las herramien-

tas digitales eran indispensables no solo para mantener contacto personal, sino también para participar en la vida social, para realizar actividades cotidianas, así como profesionales (Felmlee y Faris, 2013).

Para inicios del 2020 se constataba que la comunicación institucional, las estrategias de mercadotecnia y la manera de recibir información tendrían que plantearse en otros términos. Existía un nuevo terreno de tecnologías convergentes con enormes desafíos, oportunidades, pero también riesgos evidentes (Venegas-Vera *et al.*, 2020).

Mencionamos el factor del riesgo porque la realidad al final de la década distaba en cierta medida de los pronósticos más optimistas que manifestaron no pocos académicos y líderes de opinión con la efervescencia de las plataformas digitales. En algún momento se consideró que las plataformas digitales, en especial las redes sociales, podrían contribuir a fortalecer expresiones democráticas (Loader y Mercea, 2011; Castells, 2012).

La legitimidad de los medios virtuales en un inicio radica en el desprestigio de algunos medios de comunicación masiva, que con frecuencia responden a una variedad de intereses antes que a un rigor periodístico elemental. No pocas personas consideraron que se trataba de espacios democratizadores y hasta libertarios. Incluso se consideraba que mediante el ciberespacio se podía retar a los poderes establecidos e incluso cambiar la correlación de fuerzas en diversos contextos (Herman y Chomsky, 2010; Castells, 2011; Tarman y Yigit, 2013).

Pero en realidad lo anterior ocurrió en muy pocas ocasiones en la primera parte de la década previa. Inclusive se puede argumentar que lejos de contribuir a contar con la ciudadanía mejor informada, en muchos casos la evidencia ha sugerido lo contrario. La acumulación de percepciones, sobre todo aquellas que no se basaban en hechos comprobables, dio pie a una etapa que fue catalogada como la *posverdad*. Una etapa en la que la información empírica y comprobable es ignorada. Tiempos en los que abundan la especulación y las teorías de conspiración en el ciberespacio (Suiter, 2016; Hannan, 2018).

Con el tiempo ha sido evidente que dentro de la esfera pública virtual se incurre en manipulaciones y distorsiones que rivalizaban o inclusive superan a lo experimentado con los medios tradicionales. No solo eran las *fake news*. Comenzó una disputa encarnizada por la narrativa en contextos polarizados que agudizaron las diferencias en sociedades profundamente desiguales (She *et al.*, 2017; Kubin y Von Sikorski, 2021).

Las redes sociales contribuyen más a fortalecer creencias preconcebidas que a provocar discusiones sobre asuntos de carácter público. Los usuarios acostumbran a seguir cuentas de aquellas personas con las que se encuentran esencialmente de acuerdo (Van Bavel y Pereira, 2018). Esto ha contribuido en buena medida a crispar los ánimos en momentos en los que la ciudadanía mantiene profundas diferencias en cuanto a sus creencias y convicciones, tanto en temas de religión y en política como en otros temas sociales.

Por esa y otras razones, comenzaron a plantearse dudas en torno a la aportación de estos medios a la convivencia democrática. Se cuestionaría de igual forma la ética de

diversas organizaciones que utilizan algoritmos para incidir en el consumo de los usuarios. Y por supuesto también estarían bajo sospecha aquellas redes sociales virtuales que utilizan información personal de los usuarios con fines distintos a los manifestados (Beaufort, 2018; Petrescu y Krishen, 2020).

Lo primero fue evidente con aquellas empresas que utilizan la tecnología para sugerir y ofrecer productos y/o servicios basándose en las preferencias de búsqueda de los usuarios. La publicidad personalizada tuvo su origen durante mucho tiempo en el registro de la navegación no consentida por parte de los usuarios. Por otro lado, tenemos el caso de Facebook y la enorme controversia que surgió a raíz de Cambridge Analytica (Heawood, 2018; Hinds *et al.*, 2020).

Todo lo anterior se encontraba presente en el debate público antes de que estallara la pandemia del COVID-19, que nos hizo aún más dependientes de la tecnología y que seguramente marcó un aceleramiento en la interacción digital de las personas (Kaur *et al.*, 2020).

Reflexionaremos en este espacio sobre algunas de las implicaciones y tendencias que se observan en la nueva década marcada por este evento histórico en cuanto a la implicación cívica, pero también en cuanto a la aportación de las herramientas digitales a los procesos electorales que se celebraron durante esta coyuntura. El objetivo general de esta investigación es examinar las coincidencias y diferencias contextuales de la participación cívica digital en Estados Unidos y en países clave de Latinoamérica. La metodología que se utiliza para esta investigación es de carácter cualitativo. Se utiliza la técnica documental, después de una selección de estudios académicos y notas periodísticas relevantes que permiten un análisis profundo de acontecimientos recientes (Díaz *et al.*, 2003; Vargas *et al.*, 2015).

## 2. Redes sociales e implicación cívica

Es importante entender que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación introdujeron una nueva dinámica en cómo se ejercía el poder. En un principio incluso algunos argumentaron que las redes sociodigitales podrían retar al poder establecido (Kreiss *et al.*, 2011). Pero también surgieron expresiones que advirtieron de algunos de los riesgos de estas herramientas. Esta línea emergente de investigación pasó de tener un carácter exploratorio a finales de la década del 2000 a contar con datos empíricos en los siguientes años (Chadwick y Howard, 2009). Con el tiempo sería posible contar con información sobre diversos casos de estudios, en momentos clave de la historia.

El potencial democratizador de las redes sociales, que en algún momento de la década pasada fueron vistas como un espacio de encuentro para lograr acciones colectivas, fue cediendo poco a poco al desánimo de amplios grupos sociales que vieron con frustración que muchas de las promesas estuvieron lejos de cumplirse (De la Garza, 2020). Por otra parte, también se puede argumentar que no fue desde la ciudadanía sino desde el poder que se capitalizaron estas tecnologías. Pero esto no fue tan evidente en un principio.

La década pasada comenzó con las revelaciones de Wikileaks, las revoluciones que se conocieron como primavera árabe, y de manera destacada en Iberoamérica surgieron movimientos como el 15-M en España, Invierno Chileno y el #YoSoy132 en México (De la Garza *et al.*, 2019). Todas ellas constituyeron actos de protesta que se organizaron a través de los medios sociales y que plantearon desde distintos ámbitos cambios trascendentes en los gobiernos, la transformación de los sistemas políticos y del marco jurídico imperante.

Sin embargo, las movilizaciones cesaron y, en algún momento, comenzaron a institucionalizarse. De forma muy general se puede argüir que los movimientos sociales fueron catalizadores de las carreras de nuevos actores o partidos políticos en los países mencionados. Pero los efectos de los primeros movimientos organizados desde el ciberespacio estuvieron lejos de representar cambios sistémicos de largo alcance, como hemos apuntado. Esto puede observarse en los casos de México, Chile y España (De la Garza e Yllán, 2020).

Un hecho que abona al argumento de que las movilizaciones sociales estuvieron lejos de cumplir sus propósitos es que en 2019 volvieron a surgir protestas masivas en Latinoamérica. Especialmente dramático fue el caso de Chile, país que durante muchos años fue modelo de desarrollo en la región. A diferencia de lo que ocurrió en 2011, en las protestas del último año de la década salieron a la calle personas de diferentes edades y estratos sociales (Jiménez-Yañez, 2020; Rivera-Aguilera *et al.*, 2021). Al igual que en el Invierno Chileno, la tecnología jugó un papel importante. Lo mismo puede decirse de los casos de Ecuador y Colombia, que también presenciaron movilizaciones importantes durante ese año (De la Garza y Robles, 2020; González y García, 2022).

Las protestas en estos países latinoamericanos demostraron una vez más el poder de articulación de los medios sociales. Pero sobre todo daban cuenta de un profundo malestar social que trascendía al grupo de los llamados nativos digitales. La desigualdad social, la falta de acceso a servicios básicos, la violencia y la antidemocracia fueron algunos de los detonantes de movilizaciones que sacudieron con fuerza a la región (Valenzuela y Sáez, 2020).

Al final se confirmaban algunos elementos que se habían identificado durante las primeras manifestaciones surgidas desde el ciberespacio. Las redes sociales no son más que un mecanismo digital de encuentro, pero en momentos de agitación social se convierten en herramientas mediante las cuales se articula el malestar colectivo (Gil de Zúñiga *et al.*, 2012).

Lo mismo se comparten mensajes, vídeos, que se convocan protestas, se transmite contenido que crea conciencia o que distorsiona la realidad, según sea el caso. Diversos estudios han comprobado que las redes sociales contribuyen en momentos específicos a empoderar a la ciudadanía (Vlachokyriakos *et al.*, 2016; Lin y Kant, 2021). Pero también es cierto que en muchas ocasiones el malestar ciudadano se queda en el ciberespacio.

Las plataformas digitales tienen una intensidad y una popularidad que han contribuido en más de una ocasión a potencializar cualquier convocatoria. También es

cierto que difícilmente han contribuido a generar una deliberación pública profunda sobre asuntos de interés colectivo (De la Garza *et al.*, 2021).

Si bien el poder de las redes podría haber sido subestimado (o no comprendido del todo) durante los primeros años, para inicios de la década de los 2020 estaba claro que difícilmente podría existir un movimiento social que existiese fuera del ciberespacio. Tampoco podían concebirse procesos electorales en donde los contendientes prescindieran de estas herramientas. Y esto fue justo antes de que en buena parte del mundo se decretaran medidas de distanciamiento social que obligaron a que prácticamente todas las interacciones se llevaran a cabo a través del ciberespacio.

### 3. COVID-19 y el aceleramiento de la interacción digital

La efervescencia política del final de la década se vio momentáneamente detenida a raíz de la pandemia del COVID-19. Al menos en lo que respecta a las movilizaciones sociales fuera del ciberespacio, durante varias semanas, inclusive meses, la agenda pública en la mayoría de los países, por no decir en prácticamente todos, giraba en torno al desarrollo de un virus del que se conocía muy poco (Heiss, 2020).

Pero incluso esta coyuntura no estuvo exenta de la desinformación que prolifera a través de las redes sociales. Se extendieron las teorías de conspiración de todo tipo. También se recomendaban toda serie de remedios y prevenciones que carecían de base científica. Las noticias sin veracidad provocaron escasez de algunos productos y pánico colectivo en sectores amplios de la población (Rocha *et al.*, 2021).

También nos encontramos con el lamentablemente inevitable uso político de la tragedia (Dai *et al.*, 2020). Pero también es cierto que las oposiciones en diversas democracias contemporáneas hicieron lo propio (Altiparmakis *et al.*, 2021).

En la selección de los estudios de caso se tomó en cuenta la conexión a Internet de cuatro países importantes del continente americano. En principio, se presenta el caso de Estados Unidos, que cuenta con un acceso bastante amplio, de por lo menos el 80% de la población. Por otro lado, se encuentra México, que tiene la comunidad hispanoparlante más grande del mundo. Finalmente, se presentan los casos de Colombia y Chile. En el primero, más de la mitad de la población tiene acceso a la red (60%), mientras que el segundo tiene la menor brecha digital en la región (Pew Research Center, 2021; Gavira González, 2022; González, 2022; Zamarrón, 2023).

### 4. Estudios de caso: elecciones a la Presidencia en Estados Unidos y Latinoamérica

Un caso emblemático de cómo se confirmó el cambio en materia de comunicación política fueron las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2020. Es importante recordar que las preferencias electorales favorecían a Donald Trump, quien de manera exitosa libró un procedimiento político, el llamado *impeachment*. De hecho,

sería tan solo la tercera vez en la historia de Estados Unidos que se celebraba un juicio de esta naturaleza (Jacobson, 2020).

El Partido Demócrata estaba lejos de definir a su candidato. Existió un número récord de postulantes a la candidatura, pero parecía que, una vez más, al igual que en 2016, la elección se realizaría entre el senador del estado de Vermont, Bernie Sanders, y algún otro candidato que pudiese retarlo con éxito. Sanders, un candidato veterano, utilizó con gran habilidad las redes sociales, como lo había hecho en el proceso electoral previo. La pandemia del COVID-19 surge precisamente antes de que se dirima la candidatura por el Partido Demócrata (Altamura y Oliver, 2022).

A pesar del buen posicionamiento de Donald Trump en las encuestas a inicios de año, el mal manejo de la pandemia del COVID-19 contribuyó a fortalecer la percepción de que podía ser derrotado. Es importante recordar que el último presidente estadounidense que no logró la reelección fue George H. Bush en 1992, 28 años antes. Finalmente, hubo un realineamiento de diversos sectores del Partido Demócrata que se sumaron a la candidatura de Joe Biden en detrimento de Bernie Sanders, que dio como resultado la nominación del exvicepresidente (Bisbee y Honig, 2020).

Con eso se iniciaba la campaña electoral en el país más poderoso del mundo, con una de las extensiones territoriales más amplias, algo que contribuye a que los candidatos históricamente tengan que realizar una planeación estratégica de sus campañas. Normalmente priorizan aquellos estados que se encuentran bajo disputa sobre los que consideran que ganarán con mayor facilidad (Duquette *et al.*, 2017).

La prohibición de celebrar mítines tradicionales, o por lo menos de limitar el aforo, contribuyó a que la campaña se dirimiera principalmente a través de los medios de comunicación masiva, pero sobre todo desde los medios digitales. De hecho, por primera vez en la historia, las tradicionales convenciones que oficializan los nominados a los candidatos presidenciales se celebraron en línea (Landman y Splendore, 2020).

Por otra parte, la forma de votar también estuvo en el centro de la agenda pública. Los electores tenían la opción de votar por correo o de hacerlo de manera presencial. Se anticipaba que por la coyuntura del COVID-19 una parte sustancial de electores optaría por el voto por correo en una proporción que no tenía precedentes (Persily y Stewart III, 2021).

Pero existe un elemento que complicaba el proceso electoral, debido a que, de acuerdo con las encuestas, los votantes del Partido Republicano eran más proclives a votar de manera presencial, mientras que los miembros del Partido Demócrata eran más proclives a utilizar el voto por correo. Desde antes de la campaña comenzó la especulación de que el día de la elección podría ocurrir una distorsión en el conteo de votos, porque los primeros votos escrutados podrían favorecer mayoritariamente a Donald Trump, como finalmente ocurrió (Clarke *et al.*, 2021).

También se ampliaron los mensajes cargados de emociones entre simpatizantes de uno y de otro bando, en un clima cada vez más polarizado (Chaudhry *et al.*, 2021). A pesar de que las encuestas de opinión favorecieron durante casi todo el transcurso de la campaña a Joe Biden, el presidente Donald Trump nunca admitió siquiera la posibilidad de perder los comicios (Bender, 2021).

El resultado electoral era de pronóstico reservado la noche de la elección, pero conforme fueron ingresando los votos que se enviaron por correo la diferencia a favor de Joe Biden fue ampliándose hasta que se volvió irreversible. Donald Trump ignoró los resultados y denunció un fraude electoral (Wolff, 2021).

El proceso poselectoral provocó una división entre aquellos que llamaron a defender a las instituciones democráticas y los que se consideraban agraviados por las presuntas irregularidades. Incluso el propio presidente Trump comenzó una campaña en internet para recibir financiamiento para su defensa legal y también con el fin de recabar presuntas pruebas de irregularidades (Tollefson, 2021).

En la medida en que las denuncias de presunto fraude electoral de Donald Trump eran recurrentes, los medios de comunicación masivos tomaron la decisión de cortar la transmisión en vivo del presidente alegando que no darían cobertura a los ataques contra la democracia. La tensión se fue acumulando y dio como resultado, aun en el contexto de la pandemia, que surgieran protestas presenciales en diversos puntos de Estados Unidos en contra del supuesto fraude (Justwan y Williamson, 2022).

El punto culminante de este periodo fue desde luego el ataque al Capitolio por parte de enardecidos simpatizantes de Trump que asistieron a un mitin convocado por él en donde se utilizó una retórica incendiaria. Las escenas de simpatizantes del presidente irrumpiendo de manera violenta en el Capitolio dieron la vuelta al mundo (Moats, 2021). Esto provocó, entre otras cosas, que las cuentas de redes sociales de Donald Trump fueran suspendidas (Hennig, 2021).

Son muchas las conclusiones que se pueden derivar de las elecciones presidenciales del 2020 en términos de comunicación política y de participación cívica activa. La primera de ellas es que, en la década pasada, los movimientos sociales que surgían en medios virtuales no tenían visibilidad hasta que salían del ciberespacio (Red, 2013).

En el contexto de la pandemia fue evidente que la disputa política se podría dirimir en buena medida a través de los medios digitales, aun con una participación reducida en las calles. Una excepción notable, desde luego, fueron las protestas que se convocaron a raíz del asesinato de George Floyd, que sacudieron a las ciudades más importantes del país (Reny y Newman, 2021).

De igual forma, resultaba inconcebible a estas alturas la existencia de estrategias de comunicación política que no tuviesen como eje principal a los medios digitales. A estas alturas, los medios masivos se encontraban desacreditados frente a amplios sectores de la sociedad (Hmielowski *et al.*, 2022).

También resultaba evidente que la narrativa sobre asuntos de interés público se disputaba en las redes. Millones de estadounidenses se mostraron convencidos de que la elección le había sido robada a Trump, aun cuando existía evidencia abrumadora que sugería lo contrario (Woodward y Costa, 2021). Pero una vez más, los medios virtuales fueron útiles en reforzar las creencias de millones de usuarios que denunciaron supuestas irregularidades (Aguado, 2022).

Otra conclusión importante es que en este caso no solo los grandes consorcios de medios de comunicación tradicionales fijaron su postura durante la crisis política

que surgió en el contexto poselectoral. También dos de las principales redes sociales, Twitter y Facebook, decidieron cancelar las cuentas del presidente Donald Trump, como ya se ha mencionado (Hobbs, 2021). Es verdad que buscaban prevenir la reproducción de argumentos que consideraban falaces, pero al hacerlo fijaron su postura.

El año 2020 no sería más que una confirmación de que el ciberespacio sería uno de los principales escenarios de batalla, no solo de las siguientes contiendas electorales, sino de cualquier disputa de poder tanto regional como nacional. Los siguientes procesos electorales en la región así lo confirman.

## 5. México, 2021

Las elecciones federales en México del año 2021 tuvieron algunas peculiaridades muy diferentes a las de otros procesos previos celebrados en ese país. Es importante recordar que la presidencia de México es la más longeva del continente, con 6 años de gobierno sin posibilidad de reelección; a la mitad del mandato de cada presidente se renueva la Cámara de Diputados (Cruz, 2021).

Lo que hacía que este proceso electoral fuese diferente a los que se habían celebrado antes es que en este caso concurren otras 15 elecciones para elegir gobernador, que es el Poder Ejecutivo de los estados federales. Los calendarios electorales, y algunos mandatos de los gobernadores de varias entidades federativas, se habían modificado para que esto fuera posible. Casi la mitad de las gubernaturas estaban en juego, ya que México cuenta 32 entidades federativas, algo que no había ocurrido antes (Ahuja, 2021).

También es cierto que la correlación de los partidos políticos había cambiado de forma drástica a raíz de la elección del 2018. El partido en el poder, el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), había obtenido registro legal apenas en el año 2014. Cuatro años más tarde, en las elecciones presidenciales del 2018, obtuvo más de la mitad de los escaños en la elección presidencial y la mayoría tanto en la Cámara de Diputados como en la de Senadores. El Partido Revolucionario Institucional (PRI) obtuvo los peores resultados de su historia, mientras que el partido de Acción Nacional también retrocedió de manera importante en su apoyo electoral (Aragón Falomir *et al.*, 2019).

Si bien se puede argumentar que México se encontraba altamente polarizado desde unos años atrás, la confrontación política aumentó de manera significativa a partir de la Presidencia de Andrés Manuel López Obrador. Todos los días laborables por la mañana el presidente de México sostiene una conferencia de prensa para dar información sobre su Gobierno, pero en este mismo foro aprovecha para fustigar a sus críticos y opositores (Andrade *et al.*, 2021).

Algunos fragmentos de las declaraciones del presidente durante la conferencia matutina son reproducidos por los medios públicos y privados, pero también a través de las redes sociales. Precisamente en las plataformas digitales existe un intenso intercambio y difusión de información por parte de los simpatizantes y los detractores del presidente (Plascencia *et al.*, 2022).

El proceso electoral era complejo no solo por los cargos que estaban en disputa, ya que su ámbito es tanto nacional como local, sino también porque predominaban en ese momento muchas de las medidas de distanciamiento social que tenían el fin de prevenir el COVID-19. Los eventos presenciales estarían restringidos y por esa misma razón se privilegió el uso de los medios virtuales (Bautista-San Juan, 2022).

Lo interesante de la contienda es que se estableció una narrativa a nivel nacional por parte del Gobierno y de las oposiciones que en algunos casos se replicó a nivel local, pero en otros prevaleció una lógica regional, dependiendo de la entidad federativa que se tratase. Esto dependía de la correlación de fuerzas en cada estado federal. En otras palabras, en algunas elecciones para gobernador se replicó el mismo esquema de polarización nacional, mientras que unos cuantos estados tuvieron una dinámica propia (De la Garza, 2022).

De manera sorpresiva, dos partidos históricamente antagónicos, el PRI y el PAN, decidieron crear un frente común, junto al PRD, para prevenir que MORENA lograra ampliar su mayoría legislativa. También hicieron alianzas en varios (aunque no en todos) estados en disputa con el fin de prevenir que MORENA triunfara en todas las entidades federativas (Yáñez, 2022).

Por parte del oficialismo, la estrategia electoral la marcó de manera implícita el propio presidente de la República. Desde las conferencias mañaneras confrontaba con la oposición, incluso con las autoridades electorales, y argumentaba a favor de continuar la presunta transformación que él encabezaba. En la mayoría de los casos, las y los candidatos de la coalición liderada por MORENA, tanto en las diputaciones como en las alcaldías, incluso en las gubernaturas, buscaron asociar su oferta electoral con el discurso y la plataforma del presidente López Obrador (Espino, 2021; Estrada, 2022).

En el caso de la oposición, la comunicación política fue más dispersa. En principio porque la alianza no fue total. Se produjo en la mayoría de los distritos en disputa y también en las gubernaturas, pero una parte del tiempo en medios de comunicación reservado para ellos se utilizó para promover cada partido de la alianza de manera individual. También es cierto que en otras entidades federativas, donde no fueron en alianza, terminaron por competir entre sí. El único mensaje que lograron posicionar de manera clara era prevenir una victoria total de MORENA (Palma, 2021).

Por otro lado, cabe mencionar la participación de Movimiento Ciudadano, partido que buscó ser el tercero en discordia, entre el oficialismo y la alianza de las oposiciones. Pretendió (y pretende) colocar mensajes de corte socialdemócrata, pero sobre todo establecer una identidad que se diferenciara del populismo de MORENA y que no tuviera la carga de las oposiciones que habían estado en el poder (Noyola Rodríguez, 2022).

Tanto el oficialismo como la oposición hicieron un uso extensivo de las redes sociales para promover a sus candidatos, con el fin de comentar las diferentes coyunturas de las elecciones, difundiendo noticias con las que tuvieran algún grado de afinidad. También surgió con fuerza el periodismo digital (Falomir y Lucca, 2020).

Al igual que ocurría con la coyuntura electoral, fue evidente que los nuevos comunicadores que surgían en las plataformas digitales eran proclives a apoyar al gobierno o,

por el contrario, eran opositores al mismo. De hecho, es posible argumentar que surgieron pocas voces en estos nuevos medios que estuviesen alejadas de la polarización que para estas alturas caracterizaba a la política mexicana (Gómez y Ochoa, 2021).

Finalmente, los resultados de las elecciones dejaron un saldo mixto tanto para la oposición como para el Gobierno. Por una parte, el partido gobernante perdió varios escaños en la Cámara de Diputados, conservando una mayoría simple suficiente para aprobar leyes secundarias, pero insuficiente para cambiar la Constitución sin el apoyo de otras fuerzas políticas. No obstante lo anterior, su mayor éxito fue ganar 11 de las 15 gubernaturas en disputa (Bravo Regidor, 2021).

La oposición tuvo un gran fracaso con sus alianzas en los estados, pues prácticamente perdieron todas las elecciones en las que se postularon de manera unitaria el PRI, PAN y PRD. El Partido Acción Nacional logró ganar en solitario los estados de Querétaro y Chihuahua, mientras que Movimiento Ciudadano logró obtener la gubernatura del importante estado de Nuevo León. El Partido Verde logró ganar la de San Luis Potosí debido a que en este estado compitió contra MORENA, pero a nivel nacional mantenían una alianza, por lo que de alguna forma se consideró una victoria del oficialismo (Varela *et al.*, 2021).

Pero la derrota más sorpresiva para el partido gobernante fue justo donde consideraban que tenían mayor fuerza. En la Ciudad de México, MORENA perdió la mayoría de las alcaldías en disputa. También perdieron varias diputaciones locales y federales que suponían tenían seguras (Cota, 2021).

Es difícil asegurar si la pandemia inhibió el voto en las elecciones federales de 2021. Por una parte, la participación fue mayor a la de los comicios intermedios previos. Por otra, es notable que la misma se situó casi 10 puntos por debajo de las elecciones presidenciales del 2018 (Vallejo, 2021).

Sin embargo, algunos de los peores augurios de quienes sospecharon que no existirían las condiciones para celebrar el proceso electoral estuvieron lejos de cumplirse. Fue notable la organización del Instituto Nacional Electoral (INE), en un día en que los reportes de anomalías fueron menores.

## 6. Chile y Colombia

Las elecciones de Chile en 2021 y las de Colombia en 2022 estuvieron marcadas por un profundo deseo de cambio que se había manifestado en las calles en los años previos. En ambos casos los partidos tradicionales fueron desplazados por nuevos representantes tanto de la izquierda como de la derecha (Martínez y Olivares, 2022). También coinciden ambos procesos en que se produjeron en el contexto de la pandemia, aun cuando las medidas preventivas se habían relajado un poco con respecto al 2020.

En el caso de Chile las protestas insurreccionales tuvieron como cauce la convocatoria a una Asamblea Constituyente. De esta forma la elección presidencial de 2021 era trascendente, en buena medida porque podría ser la Administración que implementara la Constitución aprobada (Dulci y Sadivia, 2021).

El proceso de selección al interior de las diferentes fuerzas políticas fue más complejo que en elecciones previas. La tradicional alianza de la Concertación y de las derechas había perdido fuerza con el paso del tiempo (Titelman, 2021). Por ello, desde un inicio existía la posibilidad de que el futuro presidente emanara de las filas de un movimiento o instituto político distinto a los que habían gobernado desde la transición a la democracia.

Una de las primeras señales de que la elección chilena tendría elementos interesantes es que los resultados de las primarias que se celebraron en las coaliciones tanto a la izquierda como a la derecha tuvieron un resultado distinto al esperado. Gabriel Boric, que provenía del movimiento social del 2011 conocido como el Invierno Chileno, se impuso al favorito, Daniel Jadue, del Partido Comunista. Mientras que en la tradicional alianza de la derecha de renovación nacional y la UDI, Sebastián Sichel Ramírez venció a quien se consideraba como favorito: Joaquín Lavín (Montes, 2021).

La primera vuelta tuvo un resultado peculiar debido a que por lo menos cinco candidatos obtuvieron una votación por encima del 10%. El candidato que ganó la primera vuelta, José Antonio Kast, lo hizo con poco más del 27% de los votos. Gabriel Boric, de la alianza Apruebo Dignidad, también pasó a segunda vuelta (Paul, 2021).

Los dos candidatos hicieron un uso extenso de las redes sociales para posicionar sus mensajes. Gabriel Boric conocía la importancia del medio, pues en su momento había sido un líder estudiantil y a través de estas lograron posicionar no solo su mensaje, sino ganar adeptos para su causa. También José Antonio Kast era consciente del poder de las redes. Por medio de estas había logrado cohesionar a un grupo radical de seguidores y pasar de una votación testimonial en las elecciones de 2017 a tener posibilidades serias de ganar la Presidencia (Adetunji, 2021).

Finalmente el joven Gabriel Boric ganó la segunda vuelta, con un amplio margen de diferencia. Este proceso electoral que se celebró durante la pandemia implicó el desplazamiento de las fuerzas políticas tradicionales, la demostración de una mayor pluralidad política en el país, así como de nuevas alianzas para acceder al poder (Honorato y Rubiños Cea, 2021).

Las elecciones en Colombia de 2022 siguieron un patrón similar. El malestar de las urnas terminó por trasladarse a las calles. En este caso, se presentó por tercera ocasión Gustavo Petro, quien lideró una coalición de nombre Pacto Histórico (Riera Bosqued, 2021). También se presentaron políticos pertenecientes a coaliciones tradicionales.

Pasaron a segunda vuelta Gustavo Petro y Rodolfo Hernández. Este último se lanzó de manera independiente y sorprendió a muchos al superar al candidato de la derecha tradicional, Federico Gutiérrez. Tanto Petro como Hernández hicieron un uso extensivo de las redes sociales. En el caso de Petro, buscaba proyectar una imagen de moderación en un país que había temido tradicionalmente a la izquierda. Mientras que, en el caso de Hernández, buscaba conectar con un electorado más joven (Franco, 2021).

El resultado de la segunda vuelta fue ajustado. La candidatura de Rodolfo Hernández recibió apoyos de algunos de los miembros de las fuerzas tradicionales que temían la llegada de Gustavo Petro, mientras que este último tuvo la capacidad de cohesionar tanto a las izquierdas como a los ciudadanos inconformes.

Al igual que en las elecciones de Chile, la segunda vuelta representó un retroceso para la clase política tradicional. La insatisfacción que se había articulado dentro y fuera del ciberespacio terminó por provocar un cambio de gobierno. Finalmente, los resultados favorecieron a Gustavo Petro, algo que habría sido impensable unos años atrás.

## 7. Conclusiones

**Tabla 1**

*Contexto particular y características comunes de los casos de estudio seleccionados*

Caso de estudio	Contexto particular	Características comunes
Estados Unidos	Elecciones presidenciales durante el primer año de la pandemia	Uso estratégico de las redes sociales virtuales en las campañas electorales. Los medios digitales funcionan como un canal de expresión y activación de la sociedad. Polarización política y social en el ciberespacio.
México	Elecciones intermedias (nacionales) en el segundo año de la pandemia	
Chile	Elecciones presidenciales (internas, primera y segunda vuelta) en el segundo año de la pandemia	
Colombia	Elecciones presidenciales en el tercer año de la pandemia	

Fuente: elaboración propia (2023).

El inicio de la nueva década confirmó las tendencias que habían estado presentes los años previos. El inicio de la pandemia del COVID-19 provocó que gobiernos de distinto signo ideológico decretaran medidas de distanciamiento social. Pero aun en la etapa más crítica del confinamiento la política no se detuvo.

La disputa por el poder, sobre todo en las elecciones, requería de la tecnología para poder cohesionar a la ciudadanía en momentos en los cuales el contacto físico era escaso. La pandemia, aun con toda la tragedia que implicó, no derivó en el caos que algunos auguraban en un inicio. Y aun cuando se presentaron fuertes movilizaciones sociales en los países a los que se hizo referencia, la disputa por el poder político se dirimió por medios institucionales.

Sin embargo, también es cierto que buena parte de la discusión sobre asuntos públicos se volvió estridente cuando no francamente tóxica. Las redes sociales permitían la articulación de diversos movimientos y el encuentro, pero también dieron pie al fortalecimiento de *tecnopolismos* con un discurso tan excluyente como antidemocrático.

También es importante mencionar que el surgimiento de las redes sociales coincide con un momento de la historia en el que amplios segmentos de la sociedad comienzan a cuestionar el *statu quo* y a las fuerzas políticas tradicionales. Las redes fueron el terreno natural para organizar la inconformidad desde principios de la década de 2010, y esta tendencia se fortaleció con el paso de los años.

Si bien en un inicio, como mencionamos, su incidencia en la vida pública demostró ser esporádica, con el paso del tiempo el ciberespacio se convirtió en un terreno fundamental porque en él se dirimen la mayoría de las disputas actuales. Si esta realidad contribuía a generar mejores gobiernos o soluciones para los ciudadanos, es materia de otro debate. La pandemia del COVID-19 muy posiblemente contribuyó a acelerar una tendencia que se había demostrado con claridad desde tiempo atrás.

## 8. Referencias

- Adetunji, J. (2022). Viaje por la estrategia en redes sociales de la campaña presidencial chilena. *The Conversation*. <https://theconversation.com/viaje-por-la-estrategia-en-redes-sociales-de-la-campana-presidencial-chilena-174264>
- Aguado, N. A. (2022). When charismatic leadership Trumps social networking: Searching for the effects of social media on beliefs of electoral legitimacy. *Politics & Policy*, 50(5), 942-951. <https://doi.org/10.1111/polp.12494>
- Ahuja, M. B. (2021). Elecciones 2021 en México: concurrencia electoral y voto diferenciado. *El Cotidiano*, 37(228), 7-18.
- Altamura, C. y Oliver, B. (2022). Who Feels the Bern? An Analysis of Support for Bernie Sanders in the 2020 Democratic Primary. *American Politics Research*, 50(5), 643-656. <https://doi.org/10.1177/1532673X221112390>
- Altiparmakis, A., Bojar, A., Brouard, S., Foucault, M., Kriesi, H. y Nadeau, R. (2021). Pandemic politics: policy evaluations of government responses to COVID-19. *West European Politics*, 44(5-6), 1159-1179. <https://doi.org/10.1080/01402382.2021.1930754>
- Andrade, C. P., González, R. F. y Contreras, M. P. (2021). Las conferencias mañaneras y el monitoreo de medios. *UVserva. Una mirada desde los observatorios*, (12), 153-168. <https://doi.org/10.25009/uvs.vi12.2797>
- Bautista-San Juan, M. (2022). Elecciones en tiempos de Covid-19: La disputa por el poder. *Con-Ciencia Serrana Boletín Científico de la Escuela Preparatoria Ixtlahuaco*, 4(7), 50-51.
- Beaufort, M. (2018). Digital media, political polarization and challenges to democracy. *Information, Communication & Society*, 21(7), 915-920. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1451909>
- Bender, M. C. (2021). *Frankly, We Did Win This Election: The Inside Story of How Trump Lost*. Twelve.
- Bisbee, J. y Honig, D. (2020). Flight to safety: 2020 democratic primary election results and COVID-19. *Covid Economics*, 3(10), 54-84.
- Bravo Regidor, C. (2021). Elección 2021: saldos. *Expansión Política*. <https://politica.expansion.mx/voces/2021/06/08/eleccion-2021-saldos>

- Castells, M. (2011). Network theory. A network theory of power. *International journal of communication*, 5, 15.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chadwick, A. y Howard, P. N. (Eds.) (2009). *Routledge handbook of Internet politics*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203962541>
- Chaudhry, H. N., Javed, Y., Kulsoom, F., Mehmood, Z., Khan, Z. I., Shoaib, U. y Janjua, S. H. (2021). Sentiment analysis of before and after elections: Twitter data of US election 2020. *Electronics*, 10(17), 2082. <https://doi.org/10.3390/electronics10172082>
- Clarke, H., Stewart, M. C. y Ho, K. (2021). Did Covid-19 Kill Trump Politically? The Pandemic and Voting in the 2020 Presidential Election. *Social Science Quarterly*, 102(5), 2194-2209. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12992>
- Cota, I. (2021). Resultados en Ciudad de México: Morena se desploma. *El País*. <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2021-06-07/morena-se-desploma-en-ciudad-de-mexico.html>
- Cruz, C. G. (2021). Elecciones federales y locales México 2021: polarización, confrontación y continuidad a la mitad del gobierno de AMLO. *Revista Elecciones*, 20(22), 403-414. <https://doi.org/10.53557/Elecciones.2021.v20n22.13>
- Dai, Y., Li, Y., Cheng, C. Y., Zhao, H. y Meng, T. (2021). Government-led or public-led? Chinese policy agenda setting during the COVID-19 pandemic. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 23(2), 157-175. <https://doi.org/10.1080/13876988.2021.1878887>
- De la Garza, D. (2020). Medios sociales y democratización de la comunicación: del potencial emergente a los riesgos del presente. *Democracias*, 8(8), 183-211. <https://doi.org/10.54887/27376192.16>
- De la Garza, D. (2022). La cuarta alternancia en el estado de Nuevo León desde la transición a la democracia: redes sociales, polarización, identidad regional y rebelión contra el centralismo. *Revista mexicana de opinión pública*, (32), 135-149. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.32.80652>
- De la Garza, D., Ibáñez, D. y López-López, P. C. (2021). Crisis of democracy, social media and the digital age: The narrative of specialists from Spain, Mexico and Peru. En *International Conference on Information Technology & Systems* (pp. 169-178). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-68418-1\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-030-68418-1_18)
- De la Garza, D., Peña-Ramos, J. A. y Recuero-López, F. (2019). La participación política online de los jóvenes en México, España y Chile. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 27(61), 83-92. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-07>
- De la Garza, D. y Ramírez, E. (2020). Efectos de la ciberpolítica en la democracia contemporánea: percepciones de profesores universitarios en México y España. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (26), 40-54.

- De la Garza, D. y Robles, G. (2020). Movilización cívica, redes sociales y neoliberalismo: resistencias en México y Ecuador, 2018-2019. *Temas sociológicos*, (27), 345-371. <https://doi.org/10.29344/07196458.27.2470>
- De Zúñiga, H. G. y Shahin, S. (2015). Social media and their impact on civic participation. En *New technologies and civic engagement* (pp. 92-104). Routledge.
- Díaz, M. S. y Vega-Valdés, J. C. F. (2003). Algunos aspectos teórico-conceptuales sobre el análisis documental y el análisis de información. *Ciencias de la Información*, 49-60.
- Dulci, T. M. S. y Sadivia, V. A. (2021). El Estallido Social en Chile: ¿rumbo a un Nuevo Constitucionalismo? *Revista Katálysis*, 24, 43-52. <https://doi.org/10.1590/1982-0259.2021.e73555>
- Duquette, C. M., Mixon, F. G. y Cebula, R. J. (2017). Swing states, the winner-take-all electoral college, and fiscal federalism. *Atlantic Economic Journal*, 45(1), 45-57. <https://doi.org/10.1007/s11293-016-9526-2>
- El Ouiridi, M., El Ouiridi, A., Segers, J. y Pais, I. (2016). Technology adoption in employee recruitment: The case of social media in Central and Eastern Europe. *Computers in human behavior*, 57, 240-249. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.043>
- Espino, L. (2021). *López Obrador: El poder del discurso populista*. Turner Mx.
- Estrada, L. (2022). *El Imperio de los Otros Datos: Tres años de falsedades y engaños desde palacio*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Falomir, J. A. y Lucca, J. B. (2020). ¿La «grieta» mexicana? La polarización de la opinión pública en la era de Andrés Manuel López Obrador y del COVID-19. *Abya-Yala: Revista sobre acceso a justiça e direitos nas Américas*.
- Felmlee, D. y Faris, R. (2013). Interaction in social networks. En *Handbook of social psychology* (pp. 439-464). Dordrecht: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-6772-0\\_15](https://doi.org/10.1007/978-94-007-6772-0_15)
- Franco, L. (2022). Ni debates ni plaza pública, la campaña se hace desde las redes sociales. *El País*. <https://elpais.com/america-colombia/elecciones-presidenciales/2022-05-28/ni-debates-ni-plaza-publica-la-campana-se-hace-desde-las-redes-sociales.html>
- Gavira González, N. (2022). La cobertura del servicio en la zona urbana fue de 70% mientras que en los centros poblados y las áreas rurales el dato fue de 28,8%. *LR. La República*. <https://www.larepublica.co/economia/hogares-colombianos-con-acceso-a-internet-ya-van-en-60-segun-encuesta-del-dane-3413775>
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N. y Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of computer-mediated communication*, 17(3), 319-336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gómez, L. y Ochoa, O. O. (2021). Polarización ideológica, segregación y los nuevos medios en México. *Política y gobierno*, 28(1).

- González, C. y García, M. S. (2022). El «estallido social» en Colombia: lecturas críticas desde el Trabajo Social: «The revolt» in Colombia: critical approaches from social work. *Propuestas Críticas en Trabajo Social-Critical Proposals in Social Work*, 2(3), 207-219. <https://doi.org/10.5354/2735-6620.2022.68631>
- González, M. F. (2022). Chile online: conexión a Internet sube y alcanza casi al 90% de los hogares. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/chile-online-conexion-a-internet-sube-y-alcanza-casi-al-90-de-los-hogares/CNKZKA6PDJB25CZUHL7KSVNSII/>
- Hannan, J. (2018). Trolling ourselves to death? Social media and post-truth politics. *European Journal of Communication*, 33(2), 214-226. <https://doi.org/10.1177/0267323118760323>
- Heawood, J. (2018). Pseudo-public political speech: Democratic implications of the Cambridge Analytica scandal. *Information Polity*, 23(4), 429-434. <https://doi.org/10.3233/IP-180009>
- Heiss, C. (2020). Chile: entre el estallido social y la pandemia. *Análisis Carolina*, (18), 1-14. [https://doi.org/10.33960/AC\\_18.2020](https://doi.org/10.33960/AC_18.2020)
- Hennig, B. D. (2021). In Focus: Trump Tweets: Power and the Global Politics of Social Media. *Political Insight*, 12(1), 20-21. <https://doi.org/10.1177/20419058211000998>
- Herman, E. S. y Chomsky, N. (2010). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Random House.
- Hinds, J., Williams, E. J. y Joinson, A. N. (2020). «It wouldn't happen to me»: Privacy concerns and perspectives following the Cambridge Analytica scandal. *International Journal of Human-Computer Studies*, 143, 102498. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102498>
- Hmielowski, J. D., Staggs, S., Hutchens, M. J. y Beam, M. A. (2022). Talking politics: The relationship between supportive and opposing discussion with partisan media credibility and use. *Communication Research*, 49(2), 221-244. <https://doi.org/10.1177/0093650220915041>
- Hobbs, A. (2021). Trump's Expulsion From Social Media: When Is It Time to Ban an Account? In *SAGE Business Cases*. SAGE Publications: SAGE Business Cases Originals. <https://doi.org/10.4135/9781529775181>
- Honorato, A. y Rubiños Cea, S. (2021). Chile: una segunda vuelta presidencial decisiva. *Celag.org*. <https://www.celag.org/chile-una-segunda-vuelta-presidencial-decisiva/>
- Jiménez-Yañez, C. (2020). # Chiledespertó: causas del estallido social en Chile. *Revista mexicana de sociología*, 82(4), 949-957.
- Justwan, F. y Williamson, R. D. (2022). Trump and Trust: Examining the Relationship between Claims of Fraud and Citizen Attitudes. *PS: Political Science & Politics*, 1-8. <https://doi.org/10.1017/S1049096522000221>

- Kaur, D., Sahdev, S. L., Chaturvedi, V. y Rajawat, D. (2020). Fighting COVID-19 with technology and innovation, evolving and advancing with technological possibilities. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 11 (7), 395-405. <https://doi.org/10.34218/IJARET.11.7.2020.039>
- Kreiss, D., Finn, M. y Turner, F. (2011). The limits of peer production: Some reminders from Max Weber for the network society. *New media & society*, 13(2), 243-259. <https://doi.org/10.1177/1461444810370951>
- Kubin, E. y von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188-206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Landman, T. y Splendore, L. D. G. (2020). Pandemic democracy: elections and COVID-19. *Journal of Risk Research*, 23(7-8), 1060-1066. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1765003>
- Lanier, J. (2011). *You are not a gadget: A manifesto*. Vintage.
- Lin, Y. y Kant, S. (2021). Using social media for citizen participation: Contexts, empowerment, and inclusion. *Sustainability*, 13(12), 6635. <https://doi.org/10.3390/su13126635>
- Loader, B. D. y Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, communication & society*, 14(6), 757-769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>
- Martínez, C. A. y Olivares, A. L. (2022). Chile 2021: entre un intenso calendario electoral y la acusación constitucional en contra de Sebastián Piñera. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 42(2), 225-253. <https://doi.org/10.4067/s0718-090x2022005000119>
- Moats, N. A. (2021). A Thomistic just rebellion analysis of the US Capitol Insurrection. *New blackfriars*, 102(1102), 873-892. <https://doi.org/10.1111/nbfr.12683>
- Montes, R. (2021). La izquierda y la derecha cambian de generación en Chile con miras a la presidencia en 2022. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2021-07-19/la-izquierda-y-la-derecha-cambian-de-generacion-en-chile-con-miras-a-la-presidencia-en-2022.html>
- Noyola Rodríguez, A. (2022). Ni con la derecha ni con López Obrador: qué busca (y ofrece) la 'tercera vía' en México. *RT*. <https://actualidad.rt.com/actualidad/439589-oposicion-lopez-obrador-busca-tercera-via-mexico>
- Palma, E. (2021). Las expectativas de la alianza opositora 'Va por México'. *Agenda Pública, El País*. <https://agendapublica.elpais.com/noticia/17419/expectativas-alianza-opositora-va-xico>
- Paul, F. (2021). Elecciones en Chile: la aparente paradoja entre el éxito de Kast en primera vuelta y los que votaron por una Constituyente de izquierda. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-59377209>
- Persily, N. y Stewart III, C. (2021). The Miracle and Tragedy of the 2020 US Election. *Journal of Democracy*, 32(2), 159-178. <https://doi.org/10.1353/jod.2021.0026>

- Petrescu, M. y Krishen, A. S. (2020). The dilemma of social media algorithms and analytics. *Journal of Marketing Analytics*, 8(4), 187-188. <https://doi.org/10.1057/s41270-020-00094-4>
- Pew Research Center (2021). Internet/Broadband Fact Sheet. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/internet-broadband/>
- Red, M. (2013). Rocking the vote in Mexico's 2012 presidential election: Mexico's popular music scene's use of social media in a post-Arab Spring context. *International Journal of Communication*, 7, 15.
- Reny, T. T. y Newman, B. J. (2021). The opinion-mobilizing effect of social protest against police violence: Evidence from the 2020 George Floyd protests. *American Political Science Review*, 115(4), 1499-1507. <https://doi.org/10.1017/S0003055421000460>
- Riera Bosqued, L. (2021). Gustavo Petro, el exguerrillero líder izquierdista que apela al cambio social en Colombia. *Euronews*. <https://es.euronews.com/2022/06/19/gustavo-petro-el-exguerrillero-lider-izquierdista-que-apela-al-cambio-social-en-colombia>
- Rivera-Aguilera, G., Imas, M. y Jiménez-Díaz, L. (2021). Jóvenes, multitud y estallido social en Chile. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 19(2), 230-252. <https://doi.org/10.11600/rllcsnj.19.2.4543>
- Rocha, Y. M., de Moura, G. A., Desidério, G. A., de Oliveira, C. H., Lourenço, F. D. y de Figueiredo Nicolete, L. D. (2021). The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic: A systematic review. *Journal of Public Health*, 1-10. <https://doi.org/10.1007/s10389-021-01658-z>
- Sharma, A. y Shukla, A. K. (2016). Impact of social messengers especially WhatsApp on youth—a sociological study. *International Journal of Advance Research and Innovative Ideas in Education*, 2(5), 367-375.
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J. y Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 19(1), 22-36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Suiter, J. (2016). Post-truth politics. *Political insight*, 7(3), 25-27. <https://doi.org/10.1177/2041905816680417>
- Tarman, B. y Yigit, M. F. (2013). The impact of social media on globalization, democratization and participative citizenship. *JSSE-Journal of Social Science Education*.
- Titelman, N. (2021). Cambiar o morir: la crisis terminal de los partidos políticos chilenos. *Ciperchile*. <https://www.ciperchile.cl/2021/06/18/cambiar-o-morir-la-crisis-terminal-de-los-partidos-politicos-chilenos/>
- Tollefson, J. (2021). Tracking QAnon: how Trump turned conspiracy-theory research upside down. *Nature*, 590(7845), 192-194. <https://doi.org/10.1038/d41586-021-00175-z>

- Treem, J. W. (2015). Social media as technologies of accountability: Explaining resistance to implementation within organizations. *American Behavioral Scientist*, 59(1), 53-74. <https://doi.org/10.1177/0002764214540506>
- Turkewitz, J. (2022). Gustavo Petro gana las elecciones y será el primer presidente de izquierda de Colombia. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2022/06/19/espanol/gustavo-petro-presidente-colombia.html>
- Valenzuela, H. C. y Sáez, J. B. (2020). ¿Revolución, revuelta, despertar de un pueblo o «estallido social»? A un año de la crisis de octubre de 2019 en Chile. *Revista F@ro*, 2(32), 159-181.
- Vallejo, G. (2021). La participación electoral cierra en 52.67%, cinco puntos más que en 2015. *Expansión Política*. <https://politica.expansion.mx/mexico/2021/06/08/la-participacion-electoral-cierra-en-52-67-cinco-puntos-mas-que-en-2015>
- Van Bavel, J. J. y Pereira, A. (2018). The partisan brain: An identity-based model of political belief. *Trends in cognitive sciences*, 22(3), 213-224. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2018.01.004>
- Varela, M., Cullell, J. y Galindo, J. (2021). Quién ganó las elecciones por Estado en México. *El País*. <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2021-06-09/quien-gano-las-elecciones-por-estado-en-mexico.html>
- Vargas, M. G., Higueta, C. G. y Muñoz, D. A. J. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 423-442. <https://doi.org/10.21501/22161201.1469>
- Venegas-Vera, A. V., Colbert, G. B. y Lerma, E. V. (2020). Positive and negative impact of social media in the COVID-19 era. *Reviews in cardiovascular medicine*, 21(4), 561-564. <https://doi.org/10.31083/j.rcm.2020.04.195>
- Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L. y Tichindelean, M. (2013). The effects of social media marketing on online consumer behavior. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 66. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n14p66>
- Vlachokyriakos, V., Crivellaro, C., Le Dantec, C. A., Gordon, E., Wright, P. y Olivier, P. (2016). Digital civics: Citizen empowerment with and through technology. En *Proceedings of the 2016 CHI conference extended abstracts on human factors in computing systems* (pp. 1096-1099). <https://doi.org/10.1145/2851581.2886436>
- Vukanovic, Z. (2009). Global paradigm shift: Strategic management of new and digital media in new and digital economics. *The International Journal on Media Management*, 11(2), 81-90.
- Wolff, M. (2021). *Landslide: The final days of the Trump presidency*. Henry Holt and Company.
- Woodward, B. y Costa, R. (2021). *Peril*. Simon and Schuster.

Yáñez, B. (2022). Va por México: ¿cómo surgió y qué pasa con esta alianza?. *Expansión Política*. <https://politica.expansion.mx/mexico/2022/09/09/va-por-mexico-como-surgio-historia>

Zamarrón, I. (2023). Incrementa uso de internet en México, pero sigue fuera del top ten mundial. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/incrementa-uso-de-internet-en-mexico-pero-sigue-fuera-del-top-ten-mundial/>

Daniel Javier de la Garza Montemayor

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Pablo de Olavide (España). También es doctor en Filosofía con orientación en Ciencias Políticas por parte de la Universidad Autónoma de Nuevo León (México). Es licenciado en Derecho y maestro en Innovación Empresarial y Tecnológica del ITESM, obteniendo en este último grado una titulación adicional en Máster of Science in Management por parte de Babson College. En la actualidad se desempeña como profesor-investigador a tiempo completo de la Universidad de Monterrey, en el Departamento de Administración.

